

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurun pada UMKM Ketan Si Emak adalah Kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh owner maupun karyawan. Kemudian dalam memasarkan produknya masih terbatas pada Whatsaap saja dan dengan cara bertatap muka langsung atau sistem mulut kemulut. Kemudian UMKM Ketan Si Emak ini masih menjual satu variasi rasa saja yaitu varian gurih. Dari segi harga, ketan si emak bisa dibilang memiliki harga yang terjangkau daripada produk UMKM lain yang sama, namun kualitas atau rasanya tidak kalah berbeda. Untuk tempat UMKM Ketan Si Emak berdiri ini dapat dibilang strategis dan mudah diakses oleh semua orang meskipun berada di perkampungan, namun berada dipinggir jalan raya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti memberikan saran pad UMKM Ketan Si Emak yaitu perlu adanya promosi di berbagai media sosial seperti Instragram, Facebook, dll. Serta perlunya menjalin kerja sama dengan beberapa Kedai/Toko yang nantinya dapat dititipkan produk UMKM tersebut sehingga lebih banyak orang yang mengetahui baik melalui media sosial maupun dari Kedai/Toko

yang dititipkan produk tersebut. Kemudian perlu adanya menambah variasi rasa pada produk ketan tersebut agar para konsumen memiliki pilihan dan tidak merasa bosan.

