

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan pengkajian sehingga peneliti dapat memaparkan data mengenai strategi pemasaran produk jajanan tradisional dalam menghadapi tantangan ekonomi digital pada UMKM Dua Bintang Tulungagung, maka kesimpulan yang dapat dipaparkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk jajanan tradisional yang telah dilakukan meliputi: strategi inovasi yang dilakukan sebagai bentuk penguatan *branding* UMKM Dua Bintang Tulungagung dalam pasar jajanan tradisional, strategi *promotion selling* dengan memanfaatkan media digital khususnya layanan periklanan/ *advertising* untuk mengkomunikasikan produk melalui pemasaran digital, strategi *personal selling* untuk membentuk jaringan konsumen online di era ekonomi digital.
2. Dalam penerapan strategi pemasaran produk jajanan tradisional dalam menghadapi tantangan ekonomi digital, UMKM Dua Bintang Tulungagung mengalami kendala serta mempunyai upaya untuk mengatasinya sebagai berikut:
 - a. Kendala yang dihadapi berupa kemampuan dalam penerapan strategi pemasaran digital meliputi: *skill* pemasaran digital yang dimiliki tenaga pemasar, fasilitas media digital dan jaringan

internet sebagai penunjang implementasi strategi pemasaran digital, serta perkembangan arus pemasaran digital yang dinamis.

- b. Upaya strategi pemasaran produk jajanan tradisional yang dilakukan guna mengatasi kendala tantangan ekonomi digital ialah: menambah pelatihan pemasaran digital, melakukan *riset* terhadap strategi pemasaran digital, mengimplementasikan pengembangan strategi pemasaran digital.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pemaparan penelitian, maka peneliti memberikan saran secara praktisi:

1. Bagi UMKM Dua Bintang Tulungagung

Merespon tantangan ekonomi digital dengan pergerakan yang cukup dinamis, peneliti berharap UMKM Dua Bintang segera mampu menyesuaikan diri dengan merambah kepada platform media penjualan digital *e-commerce*, menggunakan layanan periklanan berbayar atau *ads* dengan memaksimalkan kemampuan digitalisasi dan kreativitas guna memunculkan berbagai inovasi. Dengan mengusung tema produk jajanan tradisional dan produk unggulan berupa carang mas yang telah diterima baik dalam masyarakat, pengembangan strategi pemasaran dapat dilakukan untuk memperluas pangsa pasar produk-produk jenis lain.

2. Bagi Akademik

Kajiassn dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi keperluan studi dalam perkuliahan mahasiswa.

3. Bagi Penelitian yang Akan Datang

Dalam penelitian ini, keterbatasan pengamatan dialami akibat adanya pembatasan mobilitas sebagai dampak pandemic covid-19, sehingga observasi dan wawancara kurang maksimal. Maka diharapkan dalam penelitian yang akan datang, pemaksimalan segala bentuk kegiatan penelitian dapat dilakukan guna penyempurnaan. Penelitian jenis kualitatif ini bertolak ukur pada digitalisasi pemasaran, dan diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa menggunakan focus penelitian yang lebih khusus seperti penerapan system iklan *advertising* pada media sosial yang tentu ingin diketahui bagaimana kiat-kiat sukses dalam menggunakan system periklanan berbayar.