

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh antara lain:

1. Berdasarkan faktor internal dari UMKM Heaven Crumbs, faktor kekuatan utama adalah media sosial sebagai penunjang pengenalan produk dengan skor 0,194 dan faktor kelemahan utama adalah akun Instagram kurang aktif dengan skor sebesar 0,0723. Berdasarkan faktor eksternal, faktor peluang utama adalah pengguna internet meningkat dan pelanggan mengutamakan kualitas produk yang baik dengan skor yang sama yaitu sebesar 0,316 dan faktor ancaman utama adalah daya beli masyarakat selama pandemi menurun dengan skor sebesar 0,178.
2. Berdasarkan Matriks IE, Matriks SPACE, SWOT, dan AHP strategi yang terpilih untuk UMKM Heaven Crumbs adalah mengoptimalkan digital marketing. Perancangan strategi mengoptimalkan digital marketing pada UMKM Heaven Crumbs adalah dengan mengoptimalkan akun Instagram bisnis, bekerja sama dengan influencer, memperkaya konten visual, dan membuat website toko online.

5.2 Saran

Saran pada penelitian ini antara lain:

1. UMKM Heaven Crumbs sebaiknya mengoptimalkan digital marketing untuk memasarkan produknya dengan konsisten dan menyajikan konten-konten yang menarik untuk dapat terus terkoneksi dengan calon pelanggan.
2. Rancangan strategi pemasaran yang dihasilkan dari penelitian sebaiknya diimplementasikan agar usaha ini dapat mengevaluasi strategi.