

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bertujuan untuk dapat mengetahui berkaitan dengan strategi peningkatan penjualan dengan mengoptimalkan peran celebrity endorsement Ulfisinta pada produk UMKM Food & Beverage di Kota Kudus, peneliti mengambil sampel sebanyak 3 informan pemilik UMKM F&B di Kota Kudus dengan melakukan wawancara. Berdasarkan analisis dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi peningkatan penjualan yang dilakukan pemilik UMKM F&B di Kota Kudus yaitu dengan. Pertama, mengetahui kebutuhan pelanggan dengan cara mengetahui tren makanan sesuai kebutuhan pelanggan dari berbagai kalangan semua jenis umur dari anak-anak hingga orang tua. Kedua, mengkomunikasikan produk melalui sosial media Instagram atau WhatApp, melalui mulut ke mulut, membagikan *tester* makanan ke orang terdekat. Ketiga, meningkatkan jumlah konsumen dengan melakukan promo pada aplikasi grab di menu grabfood, mengadakan *give away*, *buy one get one* (beli satu gratis satu) untuk pembelian secara langsung, melakukan sistem COD (*cash on delivery*) untuk memudahkan konsumen dalam hal ongkir, mengadakan quiz yang dibagikan pada sosial media Instagram atau WhatsApp. Keempat, melakukan inovasi produk, menjaga kualitas produk, menerapkan pelayanan yang ramah, melakukan penataan setting toko yang rapi, fasilitas yang memadai, sehingga konsumen merasa nyaman pada saat mengunjungi toko, sehingga konsumen sering melakukan pembelian.
2. Hambatan dalam menjalankan strategi peningkatan penjualan terletak pada rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) dan kurangnya sistem teknologi. Peluang yang diperoleh dalam menjalankan bisnis tersebut dengan memanfaatkan lingkungan yang strategis untuk dibuka usaha, menjual produk sesuai tren yang di Kudus belum ada, menciptakan makanan pokok yang dikonsumsi sehari-

hari dengan *taste* orang Kudus, dapat membuka lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan.

3. Bisnis UMKM menurun tren pada era sekarang ini memang memerlukan peran *celebrity endorsement* untuk mendukung UMKM F&B dalam meningkatkan penjualan. *Feedback* setelah menggunakan jasa endorsement pada Ulfisinta adalah dapat menaikkan jumlah *followers* Instagram secara signifikan, meningkatkan penjualan hingga 40%-60%, produk yang dipromosikan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan pada uraian hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik UMKM

Mempertahankan sistem promosi penjualan yang sudah dijalankan secara konsisten. Meningkatkan kualitas produk yang dijual, selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan, mengikuti tren makanan masa kini, meningkatkan pelayanan sesuai dengan Standart Operasional Prosedur (SOP). Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, menerapkan jam kerja karyawan secara teratur sesuai standart kerja.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dianjurkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian membahas tentang aspek lainnya yang lebih detail dan bermakna terhadap peningkatan penjualan UMKM F&B dalam menggunakan jasa endorsement untuk mendukung meningkatkan penjualan.