

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fluktuasi harga kedelai sebagai bahan baku utama berdampak langsung terhadap biaya produksi di Pabrik Tempe dan Tahu Charlos. Namun, melalui strategi pemasaran yang tepat dan adaptif, pabrik mampu mempertahankan stabilitas usahanya. Strategi yang diterapkan meliputi penyesuaian harga secara bertahap agar tetap terjangkau, menjaga kualitas produk dengan menyesuaikan ukuran kemasan, promosi secara sederhana melalui hubungan baik dengan pelanggan, serta distribusi langsung ke warung dan toko dengan sistem pembayaran fleksibel.

Selain itu, pabrik juga menerapkan efisiensi dalam proses produksi dengan memanfaatkan limbah dan menghemat energi. Strategi yang dilakukan bersifat kontekstual, sederhana, namun tepat sasaran. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada teknologi atau modal besar, melainkan pada kemampuan menyesuaikan diri dengan kondisi pasar, menjaga kepercayaan konsumen, dan menjalankan strategi yang konsisten. Strategi tersebut terbukti mampu menjaga loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha, khususnya dalam konteks UMKM di sektor pangan lokal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya Pabrik Tempe dan Tahu Charlos, pelaku UMKM lain, serta peneliti selanjutnya.

1. Kepada pihak Pabrik Tempe dan Tahu Charlos, disarankan untuk mulai memanfaatkan media sosial dan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran yang lebih luas. Meskipun strategi dari mulut ke mulut masih efektif dalam lingkungan lokal, pemanfaatan platform digital dapat membantu menjangkau konsumen yang lebih luas serta memperkenalkan produk ke pasar yang lebih besar, baik di dalam maupun luar daerah. Selain itu, pabrik juga disarankan untuk melakukan inovasi produk, seperti menciptakan varian tempe dan tahu olahan siap saji atau produk turunan lainnya, sebagai bentuk diversifikasi yang dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing di pasar..
2. Bagi pelaku UMKM lain yang menghadapi tantangan serupa, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pabrik Charlos dapat dijadikan contoh atau referensi praktis dalam menyusun kebijakan usaha yang kontekstual dan berbasis lokal. Pendekatan yang sederhana namun konsisten, serta keterbukaan terhadap konsumen, menjadi kekuatan tersendiri dalam mempertahankan loyalitas pasar.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji tema serupa, disarankan agar penelitian dilakukan dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam, misalnya dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, agar dampak strategi pemasaran terhadap keberlanjutan usaha dapat diukur secara lebih terstruktur dan terukur. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji pengaruh strategi

digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM, khususnya dalam konteks daerah atau sektor industri tradisional.