

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan oleh penulis mengenai Proses Pengembangan Digital Marketing Kopi Gondang dalam Kelompok Tani Ngudi Lestari. Penulis menyimpulkan bahwa pembaruan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial, medesain logo dan packaging yang menarik, dapat memperluas pengenalan kopi gondang dan jangkauan pemasarannya menjadi luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan kopi gondang. Kedepannya untuk lebih meningkatkan pemasaran UMKM harus aktif dalam penggunaan sosial mediana.

5.2 Saran

Kegiatan meningkatkan penggunaan dalam media sosial perlu pendampingan, dikarenakan kebanyakan masih kurang menguasai teknologi digital. Dan dalam membangun bisnis berbasis digital marketing ada baiknya menggunakan media sosial sebagai berikut:

1. Menggunakan sosial media sebagai media promosi dan pemasaran seperti menggunakan Instagram, Facebook, Tiktok, dan lain-lain.
2. Membuat akun e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan lain-lain.
3. Membuat Google Ads sebagai bentuk promosi melalui iklan dan search engine.

Selain itu untuk UMKM Kopi Gondang dan para pelaku UMKM lainnya harus mulai melakukan inovasi-inovasi produk yang baru dan mengoptimalkan pemakaian media sosial maupun e-commerce yang ada agar peningkatan penjualan dapat berkembang dan meningkat secara berkelanjutan.