

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ditinjau dari hasil observasi dan pembahasan berkaitan pemasaran keripik buah pada UMKM Dapur Simbok, dapat disimpulkan bahwa hasil dari kegiatan praktik kerja lapangan adalah sebagai berikut :

1. Proses produksi keripik buah di UMKM Dapur Simbok di Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar, terdiri dari beberapa tahap: pemilihan bahan baku, pengupasan dan pemotongan, pencucian dan perendaman, pembekuan, penggorengan dengan mesin *vacuum frying*, penirisan minyak, dan pengemasan dengan silica gel.
2. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada UMKM Dapur Simbok dalam memasarkan produk keripik buahnya mencakup tujuh elemen (7P):
 - a) Produk: Keripik nangka, pisang, dan rambak pisang, berbagai ukuran kemasan, kualitas bahan baku dan pengemasan.
 - b) Harga: Terjangkau, variasi harga berdasarkan jenis dan ukuran kemasan.
 - c) Tempat: Produksi di dusun Sidomulyo Desa Wates, penjualan secara langsung, *reseller*, dan di toko oleh-oleh Batu Malang.
 - d) Promosi: Penjualan pribadi, media sosial, bazar, kunjungan pihak lain.
 - e) Orang: Ibu-ibu KWT terlatih sebagai tenaga kerja inti.
 - f) Proses: Pelayanan ramah dan responsif, umpan balik konsumen, pesan antar, kualitas produk (bersih, enak, renyah, standar).
 - g) Bukti Fisik: Tempat usaha, logo, kemasan menarik, kualitas fisik keripik, pelabelan lengkap.
3. UMKM Dapur Simbok menggunakan tiga saluran pemasaran utama:
 - 1) Penjualan langsung ke konsumen
 - 2) Melalui *Reseller*: melibatkan Ibu-Ibu KWT, Kader Desa Wates, dan Ibu-Ibu PKK Wates.
 - 3) Melalui Toko Pusat Oleh-Oleh Batu Malang

5.2 Saran

UMKM Dapur Simbok dapat mengembangkan usahanya dengan memperkuat pemasaran *online* melalui media sosial dan platform *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*, serta menjalin kerja sama dengan lebih banyak toko oleh-oleh di berbagai daerah dan mengeksplorasi kemitraan dengan minimarket/supermarket lokal. Selain itu, inovasi produk dengan menciptakan varian rasa baru, menggunakan jenis buah lain, serta diversifikasi ukuran dan jenis kemasan juga penting. Menerapkan sistem *grading* untuk variasi harga dan pilihan konsumen, serta membuat materi promosi profesional, mengikuti pameran, dan memanfaatkan promosi berbayar di media sosial akan semakin mendukung pengembangan usaha.