

BAB IV PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan pada bab III tentang strategi meningkatkan pemasaran kerupuk kemplang. Kerupuk kemplang merupakan makanan khas kota bandar lampung yang berbahan dasar ikan tenggiri yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Namun pemasaran kerupuk kemplang ini masih sangat minim dan membutuhkan promosi yang maksimal guna meningkatkan penjualan kerupuk kemplang, agar penjualannya tidak ramai pada saat hari-hari tertentu saja tetapi untuk setiap harinya agar mampu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Faktor penghambat untuk meningkatkan pemasaran kerupuk kemplang ini adalah keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai pemasaran dan promosi yang harusnya dilakukan, manajemen pemasaran yang mereka lakukanpun masih sangat minim dan belum maksimal, juga karena belum adanya campur tangan ataupun bantuan pemerintah untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran kerupuk kemplang ini.

Peranan pemerintah dalam membantu promosi dan pemasaran kerupuk kemplang sangatlah penting, terutama untuk memberikan pengertian dan penyuluhan mengenai promosi dan sistem manajemen pemasaran terhadap masyarakat..

B. SARAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan pada bab III strategi meningkatkan pemasaran kerupuk kemplang sebagai makanan khas kota bandar lampung maka saran peneliti adalah :

1. Masyarakat sekaligus pengolah kerupuk kemplang seharusnya menjalin kerja sama dengan pemerintah dan beberapa penyedia jasa wisata dan bekerja sama dengan tempat-tempat wisata yang ada di kota bandar lampung serta lebih maksimal lagi dalam mempromosikannya lewat internet, media sosial dan lainnya.
2. Meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia)nya terutama pada bagian promosi dan pemasaran
3. Sebaiknya masyarakat belajar dan mengetahui bagaimana cara promosi dan manajemen penjualan kerupuk kemplang agar dapat meningkatkan penjualannya guna mendapatkan hasil yang diharapkan yaitu mampu meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat yang lebih baik lagi.