

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang pemasaran yang diterapkan oleh para pelaku UMKM Desa PRIMA yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Selain itu, strategi khusus yang dilakukan oleh pelaku UMKM dengan cara mempromosikan produk pada pameran-pameran UMKM yang diselenggarakan oleh desa, melakukan diskon pada hari-hari tertentu seperti, hari-hari besar keagamaan dan tahun baru.
2. Strategi alternative strategi pemasaran selanjutnya adalah dengan ikut serta dalam event atau pameran local, memanfaatkan media sosial dan platform digital, program kemitraan dengan toko atau restoran local, membuat acara komunitas dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui program loyalty untuk meraih kemajuan dalam penjualan produk UMK Desa PRIMA

B. Saran

saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM Desa PRIMA
 - a. Memperkuat brand produk dengan bantuan pemerintah, mempromosikan produk dengan berkerja sama para pelaku UMKM yang ada di daerah selopamioro, bahkan ke seluruh wilayah Yogyakarta. Memberi informasi tentang produk UMKM Desa PRIMA lewat media social.
 - b. Pelaku UMKM Desa PRIMA harus memanfaatkan kekuatan dan peluang semaksimal mungkin agar dapat menutupi kelemahan yang ada dan mampu menghadapi ancaman maupun pesaing produk yang serupa.
2. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk yang meneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan, yaitu dengan cara menganalisis strategi pemasaran dengan metode analisis yang berbeda.