

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Proses komunikasi pemasaran produk olahan jamur tiram KETI Tabiang dikategorikan sebagai komunikasi transaksional, yang melibatkan interaksi aktif antara pelaku usaha (sumber) dan target pasar (penerima). Model komunikasi transaksional yang melibatkan pengirim (KETI Tabiang Mandiri) dan penerima (calon konsumen) dimulai dari pelaku industri kecil KETI Tabiang Mandiri (*source*) menyampaikan pesan (*message*) tentang produk olahan jamur tiram secara langsung dan melalui berbagai media (*channel*) seperti spanduk, label, *personal selling*, bazar dan media komunikasi lainnya. Selanjutnya calon konsumen (*receiver*) menerima pesan, menginterpretasikan informasi, dan memberikan respon (*feedback*) dimana respon tersebut kembali kepada pelaku industri kecil KETI Tabiang Mandiri. Proses komunikasi terjadi secara dinamis, dimana komunikasi tidak hanya satu arah tetapi juga mengharuskan pelaku usaha untuk mendengarkan dan merespon tanggapan konsumen.
2. Diperoleh 7 strategi komunikasi pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku industri kecil KETI Tabiang Mandiri untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu:
 1. Pelaku industri kecil KETI Tabiang Mandiri harus terus menciptakan inovasi terhadap produk olahan jamur tiram yang mereka usahakan.
 2. Meningkatkan kualitas SDM dalam menyampaikan informasi produk kepada calon konsumen melalui pelatihan-pelatihan terkait.
 3. Menciptakan pesan yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen agar membeli produk yang diusahakan.
 4. Memberikan inovasi dalam proses penyampaian pesan.
 5. Memanfaatkan media digital yang sesuai untuk memasarkan produk dan untuk memperluas jangkauan informasi.
 - 6 Memberikan pesan edukasi kepada konsumen mengenai manfaat jamur tiram bagi kesehatan dan kandungan nutrisi dalam jamur tiram
 - 7 Membangun citra positif di mata konsumen

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pelaku industri kecil KETI Tabiang Mandiri diharapkan dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang telah diidentifikasi. Strategi komunikasi pemasaran yang telah diidentifikasi diharapkan dapat menjadi solusi permasalahan yang dihadapi oleh usaha olahan jamur tiram KETI Tabiang Mandiri sehingga mampu menarik konsumen yang lebih banyak dan margin penjualan produk olahan jamur tiram meningkat.

