

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data temuan yang diperoleh dan pada pembahasan di bab sebelumnya mengenai strategi digital marketing bagi produk fermentasi sebagai gastronomi unggulan desa Cisambeng kabupaten majalengka ialah sebagai berikut:

1. Hasil analisa yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada beberapa produk fermentasi unggulan yang berada di Desa Cisambeng yaitu tahu, tempe, oncom, dage dan brownies tempe. ada beberapa faktor juga yang menyebabkan makanan tersebut menjadi produk unggulan yaitu sejarah tahu dan tempe yang mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1600an, sama halnya dengan pabrik-pabrik yang memproduksi tahu, tempe, oncom dan dage di Desa Cisambeng sudah berdiri sejak lama yang dibuktikan dengan adanya artefak gilingan kedelai di Desa Cisambeng. Kandungan gizi yang terdapat pada produk frementasi tahu, tempe, oncom dan dage yang baik bagi tubuh dan inovasi produk brownies tempe memiliki keunggulan dari segi rasa yang unik di masyarakat karena memiliki rasa manis dan gurih juga tekstur yang renyah dari tempe yang ditambahkan. Sehingga dapat dilihat hasil dari analisis menunjukkan bahwa setiap produk fermentasi memiliki keunggulannya tersendiri baik dari sejarah, kandungan gizi maupun rasa dari produk fermentasi.
2. Makanan lokal yang ada desa Cisambeng memiliki potensi sebagai daya tarik wisata gastronomi dapat dikembangkan karena makanan fermentasi seperti tahu dan tempe merupakan makanan harian masyarakat yang mudah didapat dengan harga murah tetapi memiliki rasa dan kualitas yang baik, lalu makanan ini memiliki kandungan protein yang tinggi sehingga apabila dikonsumsi oleh anak maupun orang dewasa akan memberikan banyak manfaat bagi tubuh. Selain itu, inovasi yang telah diciptakan oleh masyarakat setempat dalam membuat brownies tempe merupakan sebuah langkah untuk menciptakan daerah wisata gastronomi. Atraksi, aksesibilitas, amenitas atau fasilitas merupakan empat hal yang harus ada pada sebuah kawasan wisata. Atraksi wisata yang ada pada desa Cisambeng ialah banyak nya pabrik makanan fermentasi tahu, tempe, oncom dan

dage yang menerima wisatawan untuk berkunjung dan melihat proses pembuatan makanan tersebut. Selain itu, aksesibilitas menuju desa ini dapat dijangkau oleh kendaraan bermotor sehingga memudahkan para wisatawan yang akan datang berkunjung. Amenitas yang disediakan sudah cukup lengkap terdapat tempat ibadah umat muslim, dan apotek. Fasilitas yang disediakan desa Cisambeng yaitu berupa tempat pengolahan sampah, perpustakaan desa dan fasilitas *cooking class* yang disediakan oleh warga sekitar.

3. Strategi yang harus dilakukan oleh Desa Cisambeng pada makanan lokal fermentasi sebagai gastronomi unggulan Kabupaten Majalengka yang pertama ialah strategi SO (*strength – opportunity*) yaitu meningkatkan kualitas Sumber daya manusia dengan melakukan rekrut SDM yang berfokus pada pemasaran di media online agar jangkauan pemasaran produk fermentasi lebih luas dan semakin dikenal banyak orang. Kedua, strategi ST (*strength-threats*) yaitu menambah variasi rasa pada makanan tahu, tempe dan brownies tempe agar dapat menarik perhatian konsumen dan akan membuat produk itu memiliki nilai lebih. Ketiga, strategi WO (*weakness-opportunities*) yaitu melakukan kolaborasi dengan berbagai brand makanan fermentasi atau *influencer* untuk promosi produk dan tingkat kepercayaan konsumen, dengan berkolaborasi tingkat pemasaran akan semakin luas terlebih lagi oleh seorang *influencer* dengan pengikut yang banyak memungkinkan juga dilihat oleh investor yang ingin bekerjasama demi meningkatkan produk frementasi. Keempat, strategi terakhir yaitu WT (*weakness-threats*) mengikuti festival atau *event* makanan dengan mengenalkan makanan fermentasi Majalengka sebagai makanan unggulan gastronomi dengan mengikuti festival maka memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat bahwa ada produk fermentasi unggulan di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka tentunya jika melihat secara langsung masyarakat bisa sekaligus mencicipi produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian, peneliti menyarankan beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Diharapkan bagi peneliti di masa depan untuk memanfaatkan variabel lain yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian, seperti digital marketing, bauran promosi, daya tarik iklan, dan lainnya. Diharapkan juga meninjau lebih jauh mengenai objek penelitian agar informasi yang didapatkan dapat lebih bervariasi. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu desa Cisambeng kabupaten Majalengka menjadi lebih maju dan berkembang kembali.

2. Aspek Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dengan temuan data kualitatif dan kuantitatif bahwa strategi digital marketing yang harus diterapkan ialah berfokus pada pembuatan konten video diberbagai media sosial seperti Instagram, facebook, dan tiktok melalui ketiga aplikasi tersebut diperkirakan dapat menyebarkan informasi dengan sangat cepat. selain itu, perlu adanya sumber daya manusia yang berfokus pada pembuatan konten tersebut. Selain itu, pembuatan akun media sosial perusahaan dan website perusahaan dinilai sangat penting untuk mengembangkan produk makanan fermentasi unggulan gastronomi kabupaten Majalengka.