

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam mengetahui produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah masyarakat banyak yang belum mengetahui produk makanan tersebut maka perlu menggunakan informasi tentang produk makanan ini untuk masyarakat lebih mengetahui produk khas lokal yang baik untuk menjaga stamina disaat pandemi covid-19 seperti ini.

Sehingga dibutuhkan informasi yang digunakan untuk menginformasikan kepada masyarakat produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah.

1. Persepsi masyarakat Kabupaten Tuban dan Kabupaten Mojokerto terhadap produk makanan yang berbasis ulat jati belalang dan sarang lebah

- a) Masyarakat banyak yang belum mengetahui produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah hanya orang yang sudah mengetahui dari Desa Guwoterus, Kecamatan Montong, Kabupaten Tuban, Desa Suru, Kecamatan Dawar, Kabupaten Mojokerto dan Desa Jembul, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto.
- b) Dikarenakan persepsi masyarakat sebagian besar mayoritas yang mengkonsumsi produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah yaitu hanya yang sudah mengenal, suka dan berasal dari desa yang membeli dan mengkonsumsi produk makanan tersebut.
- c) Sedangkan persepsi masyarakat sebagian besar yaitu tidak mengetahui kandungan protein pada produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah yang termasuk pernah mengkonsumsi pada umumnya. Produk makanan tersebut memberikan protein yang cukup untuk tubuh manusia.

2. Strategi Pemasaran Yang Tepat Untuk Produk Makanan Yang Berbasis Ulat Jati, Belalang Dan Sarang Lebah

Dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah antara lain ::

- a) Dibutuhkan teknik penjualan secara tatap muka langsung (*personal selling*) dan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga stamina tubuh manusia disaat pandemi covid-19.
- b) Bahwa produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah membutuhkan cara pengemasan secara menarik agar masyarakat tertarik untuk mengkonsumsi produk makanan tersebut.
- c) Produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah tidak umum dimasyarakat maka dibutuhkan informasi secara tatap muka (*personal selling*) sehingga agar menarik masyarakat mau mengkonsumsi.

3. Upaya Penetrasi Pasar Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Makanan Yang Berbasis Ulat Jati, Belalang Dan Sarang Lebah

Dalam upaya penetrasi pasar dalam meningkatkan volume penjualan produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah yaitu :

- a) Lokasi produsen produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah dekat dengan tempat wisata sehingga memiliki potensi untuk sebagai produk makanan olahan tepung.
- b) Mengembangkan usaha dan mengedukasi masyarakat agar tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah.
- c) Produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah bisa diolah dengan tepung sehingga dapat diinformasikan bahwa

produk makanan tersebut merupakan produk makanan lokal (khas) sehat, murah dan bergizi.

5.2 Saran

1. Produsen produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah agar memberikan informasi kepada masyarakat secara luas, sehingga produk tersebut dapat menarik masyarakat untuk membeli dan mengkonsumsi.
2. Produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah sebagai konsumen tidak melihat dalam bentuknya tetapi dari informasi produk makanan lokal (khas) tersebut seperti kandungan gizi, kandungan protein dan stamina bagi tubuh. Karena yang terlihat jijik, geli dan mengerikan belum tentu menyehatkan bagi tubuh.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan variabel lainnya agar memberi gambaran yang lebih luas mengenai strategi pemasaran.