

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi promosi yang diterapkan oleh home industri minuman herbal tradisional Temu Roso dilakukan melalui jejaring, rekanan dan kemitraan. Promosi melalui jejaring dilakukan dengan membangun hubungan di berbagai instansi yang mendukung pengenalan produk kepada masyarakat. Promosi melalui rekanan yang dilakukan dengan berbagai pihak sebagai saluran dalam mempromosikan produk temu roso. Promosi melalui kemitraan yang dilakukan dengan komunitas masyarakat dan swalayan untuk memperluas akses pasar. Strategi promosi yang diterapkan temu roso sebagai upaya untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar temu roso.
2. Strategi promosi yang dilakukan Temu Roso melalui jejaring, rekanan dan kemitraan memberikan peningkatan pendapatan usaha. Hal ini ditunjukkan oleh tren kenaikan pendapatan secara konsisten setiap tahunnya. Selain itu, peningkatan pembelian ulang (*repeat order*) menjadi indikator bahwa promosi yang dilakukan dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan serta menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap produk minuman herbal yang ditawarkan. Semakin luas pasar yang dimiliki semakin besar pula pendapatan yang diperoleh.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Usaha Temu Roso, diharapkan untuk meningkatkan pelaksanaan promosi khususnya di media sosial dengan membuat jadwal konten yang terstruktur. Selain itu, perlu penambahan sumber daya manusia agar pembuatan video konten dapat dilakukan secara lebih optimal dan kreatif.
2. Bagi konsumen diharapkan dapat memberikan umpan balik terhadap produk yang telah dikonsumsi, umpan balik dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu, konsumen juga dapat berperan dalam memperluas promosi sehingga dapat membantu meningkatkan jangkauan pasar.