

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), branding, dan strategi pemasaran digital seperti *Search Engine Optimization* (SEO) serta *Search Engine Marketing* (SEM) memiliki peran esensial dalam meningkatkan kesadaran merek dan jangkauan pasar Craftonesia. E-WOM terbukti efektif menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkenalkan Craftonesia kepada calon pelanggan baru. Namun, efektivitas E-WOM perlu didukung oleh komunikasi branding yang konsisten di semua platform agar citra merek semakin kuat dan mampu mengatasi etnosentrisme konsumen. Di samping itu, optimasi mesin pencari (SEO) dan pemasaran mesin pencari (SEM) juga krusial untuk memastikan visibilitas dan jangkauan Craftonesia di ranah digital. Dengan demikian, kombinasi strategi E-WOM, branding yang konsisten, serta optimasi pemasaran digital merupakan kunci keberhasilan Craftonesia dalam meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar.

### **5.2 Saran**

#### **5.2.1 Saran Pihak Terkait**

1. Selain berkolaborasi dengan influencer yang telah mapan, Craftonesia dapat memperluas jangkauan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) melalui kolaborasi dengan *micro-influencer* di berbagai platform media sosial. *Micro-influencer* cenderung memiliki tingkat interaksi (*engagement rate*) yang tinggi dengan pengikutnya, sehingga pesan merek dapat tersampaikan secara lebih personal dan meyakinkan. Oleh karena itu, strategi ini berpotensi meningkatkan kesadaran merek sekaligus membangun loyalitas pelanggan.

2. Craftonesia berpotensi meningkatkan *engagement* melalui pemanfaatan konten buatan pengguna (*user-generated content* atau UGC). Beberapa strategi yang dapat diimplementasikan meliputi penyelenggaraan kompetisi foto atau video kerajinan dengan hadiah menarik, pelaksanaan lokakarya daring, dan penyelenggaraan sesi interaktif bersama pengrajin. Dengan menghadirkan konten interaktif tersebut, diharapkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*) dapat meningkat.
3. Craftonesia dapat memperluas jangkauan dan dampaknya melalui kolaborasi yang lebih erat dengan komunitas pengrajin lokal di berbagai daerah. Kolaborasi ini mencakup pelatihan keterampilan, pendampingan usaha, serta pemasaran bersama, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan para pengrajin, sekaligus melestarikan kerajinan tradisional Indonesia.

### 5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dan keterbatasan yang diidentifikasi dalam penelitian ini, berikut beberapa saran untuk penelitian selanjutnya guna mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai UMKM Craftonesia atau isu terkait dalam konteks UMKM kerajinan :

#### 1. Penelitian Komparatif (Studi Multi-Kasus)

Penelitian serupa dengan desain studi multi-kasus dapat dilakukan pada beberapa UMKM kerajinan lain yang memiliki perbedaan skala, jenis produk, atau lokasi geografis. Dengan demikian, identifikasi pola, perbedaan, dan persamaan yang lebih luas dapat dimungkinkan, sehingga menghasilkan temuan yang lebih *generalizable* atau teori yang lebih kaya mengenai faktor keberhasilan, tantangan, dan strategi adaptasi UMKM kerajinan di Indonesia.

## **2. Penelitian Kuantitatif atau *Mixed-Methods***

Untuk menguji atau memperkuat temuan kualitatif penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sebagai contoh, survei pada sampel UMKM kerajinan yang lebih besar dapat dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel tertentu (misalnya, adopsi teknologi digital, kualitas sumber daya manusia, akses pendanaan) terhadap kinerja UMKM. Selain itu, pendekatan *mixed-methods* juga dapat diterapkan dengan melengkapi data kuantitatif melalui wawancara kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

## **3. Studi Longitudinal**

Studi longitudinal dapat dirancang untuk mengamati perkembangan UMKM Craftnesia atau UMKM sejenis, dalam jangka waktu yang lebih panjang. Penelitian ini dapat melacak adaptasi UMKM terhadap perubahan lingkungan bisnis, tren pasar, kebijakan pemerintah, atau krisis dari waktu ke waktu. Dengan demikian, studi ini akan memberikan wawasan dinamis yang tidak dapat diperoleh melalui penelitian *cross-sectional*.