

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran umkm hinggi humba artshop dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan melalui Instagram (@artshop_hinggihumba06) terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk/harga, memperkenalkan produk, serta mempengaruhi minat kunjungan/beli konsumen. Hinggi Humba Artshop berhasil membangun positioning produk sebagai representasi budaya Sumba Timur yang bernilai tinggi. Strategi komunikasi difokuskan pada visualisasi estetis dan narasi budaya yang mengangkat filosofi motif tenun tradisional. Produk tidak hanya dijual sebagai komoditas, tetapi dikemas sebagai karya seni berbasis warisan budaya, yang efektif menarik minat pasar lokal, wisatawan domestik, hingga pembeli luar negeri.

Penetapan harga didasarkan pada pendekatan *value-based pricing* dengan segmentasi yang fleksibel. Owner menetapkan harga berdasarkan kompleksitas motif, lama pengerjaan, ukuran kain, serta penggunaan pewarna alami. Harga disesuaikan untuk tiga kategori konsumen: lokal, wisatawan domestik, dan mancanegara, tanpa mengurangi nilai eksklusivitas produk. Transparansi harga melalui media sosial turut meningkatkan kepercayaan konsumen.

Strategi distribusi dilakukan secara hybrid, menggabungkan toko fisik dengan kanal digital berbasis Instagram. Toko fisik di Kampung Raja berfungsi sebagai ruang edukasi budaya dan transaksi langsung. Sementara itu, Instagram berperan sebagai etalase digital yang memungkinkan transaksi lintas wilayah, dengan fitur pemesanan melalui DM dan WhatsApp. Sistem ini memungkinkan perluasan pasar secara signifikan, termasuk menjangkau diaspora Indonesia dan pembeli internasional.

Promosi difokuskan pada storytelling visual, konten interaktif, dan testimoni pelanggan sebagai *social proof*. Konten promosi tidak bersifat hard selling, melainkan mengedepankan proses kreatif, makna budaya, dan penggunaan fitur Reels, Story, dan Feed yang dirancang menarik secara visual. Strategi ini menciptakan kedekatan emosional dengan audiens dan berhasil membangun loyalitas konsumen.

Instagram terbukti sebagai kanal komunikasi pemasaran digital yang efektif untuk UMKM berbasis budaya. Platform ini mampu meningkatkan visibilitas produk, menjangkau segmen pasar digital yang lebih luas, serta mendukung transformasi pemasaran dari konvensional ke digital. Keberhasilan Hinggi Humba Artshop dalam mengoptimalkan Instagram membuktikan bahwa UMKM lokal dapat bersaing secara nasional bahkan global jika mampu mengelola narasi budaya secara strategis dan konsisten.

6.2 Saran.

Terdapat beberapa saran yang penulis berikan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagi Hinggi Humba Artshop

Manfaatkan fitur Instagram Shopping dan marketplace. Artshop sebaiknya mulai menggunakan fitur Instagram Shopping dan memperluas pemasaran ke platform seperti Shopee atau Tokopedia agar produk lebih mudah diakses dan dibeli. Buat konten video dokumenter singkat. Selain foto dan reels, video dapat meningkatkan kualitas dan regenerasi pengrajin. Untuk menjaga keberlanjutan, penting melibatkan penenun muda dan terus menjaga kualitas produk meski permintaan semakin meningkat. Video yang menceritakan proses pembuatan tenun dan kisah pengrajin bisa menjadi daya tarik tersendiri, terutama di YouTube dan TikTok.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup dan objek yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar penelitian berikutnya bisa melibatkan lebih banyak informan, khususnya dari kalangan wisatawan mancanegara atau komunitas pariwisata, agar perspektif yang diperoleh lebih beragam. Menggunakan metode kuantitatif atau campuran

(mixed method) untuk mendapatkan data yang lebih luas dan bisa diukur secara statistik. Meneliti platform digital lain seperti TikTok atau Shopee sebagai perbandingan efektivitas strategi pemasaran UMKM berbasis budaya. Fokus pada dampak komunikasi pemasaran terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung langsung, agar bisa melihat keterkaitan antara promosi digital dan pariwisata lokal.