

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan yang dibahas sebelumnya mengenai Strategi *Product Knowledge* Tepung Mocaf (*Modified Cassava Flour*) pada Posyantek Ojo Lali Jelutung Kota Jambi tergolong belum maksimal. Penyampaian *Product Knowledge* Posyantek Ojo Lali Jelutung Kota Jambi belum mampu mempengaruhi minat beli secara maksimal dikarenakan Posyantek Ojo Lali belum siap sepenuhnya untuk mengkomunikasikan produk tepung mocaf yang diproduksinya.

4.2 Saran

Berikut adalah rekomendasi yang ingin penulis sampaikan kepada Posyantek Ojo Lali :

1. Bagi Posyantek Ojo Lali diharapkan mampu menghadirkan atribut yang memadai dalam menyampaikan *product knowledge*/pengetahuan produk seperti *brosur*, *flyer*, masa kadaluarsa tercantumkan, kandungan dan kemasan yang memenuhi standar penjualan agar mendapat *feedback* dari calon konsumen maupun konsumen.
2. Bagi Posyantek Ojo Lali diharapkan mulai membaca target pasar dikarenakan tepung mocaf merupakan tepung yang berorientasi pada segi manfaat kesehatan.
3. Posyantek Ojo Lali harus berani mengambil langkah branding ulang baik dari logo serta warna logo agar memberikan citra yang lebih baik serta menarik konsumen.