

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi UMKM di Kelurahan Kampung Bali dan Tengah Padang, Kecamatan Teluk Segara, Kota Bengkulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jenis media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi UMKM di Kelurahan Kampung Bali dan Tengah Padang cukup beragam, yaitu Instagram, WhatsApp, TikTok, marketplace dan Facebook. Seluruh pelaku UMKM yang menjadi subjek penelitian menggunakan Instagram sebagai media promosi utama. Selain itu, lima pelaku UMKM memanfaatkan WhatsApp dan TikTok, tiga pelaku UMKM menggunakan marketplace, dan satu pelaku UMKM menggunakan Facebook sebagai media pendukung promosi.
2. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dilakukan melalui penyajian konten berupa foto produk, video, informasi promo, testimoni pelanggan, harga, dan cara pemesanan. Informasi promosi disampaikan dengan caption yang jelas, bahasa yang sederhana, serta memanfaatkan berbagai fitur media sosial agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh konsumen.
3. Dampak pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi UMKM memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan usaha, yaitu memperluas jangkauan

pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, penjualan, dan omset usaha, serta mempermudah interaksi dengan konsumen. Selain itu,

4. media sosial juga membantu meningkatkan branding atau citra produk sehingga produk lebih dikenal masyarakat dan kepercayaan konsumen semakin meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi UMKM di Kecamatan Teluk Segara terkhusus di Kelurahan Kampung Bali dan Kelurahan Teluk Segara, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM di Kelurahan Kampung Bali dan Tengah Padang diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan media sosial secara lebih optimal dengan memperhatikan konsistensi promosi, kualitas konten, dan strategi pemasaran digital. Pelaku UMKM juga perlu meningkatkan kemampuan dalam membuat konten yang kreatif dan menarik agar mampu bersaing dengan usaha lain di era digital. Selain itu, penggunaan berbagai fitur media sosial yang tersedia perlu dimaksimalkan untuk meningkatkan jangkauan promosi dan interaksi dengan konsumen.

2. Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait

Pemerintah daerah, dinas terkait, maupun lembaga pendamping UMKM diharapkan dapat memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai literasi digital, pemasaran digital, pengelolaan media sosial, serta pembuatan konten

promosi yang efektif. Dukungan tersebut penting untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sehingga mampu meningkatkan daya saing dan perkembangan usaha secara berkelanjutan.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat mendukung perkembangan UMKM lokal dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mengenal, membeli, dan mempromosikan produk-produk UMKM yang ada di lingkungan sekitar. Dukungan masyarakat dapat membantu meningkatkan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha UMKM di Kecamatan Teluk Segara.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada enam UMKM yang berada di Kelurahan Kampung Bali dan Tengah Padang. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian dengan jumlah informan yang lebih banyak, wilayah penelitian yang lebih luas, atau menambahkan variabel lain seperti efektivitas pemasaran digital, perilaku konsumen, dan strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensi.