

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, penelitian ini menghasilkan simpulan manfaat sosial media yaitu, Jangkauan koneksi yang luas, mempertemukan orang dengan ketertarikan yang Sama, menjangkau target pasar, peningkatan sirkulasi informasi. Pelaku UMKM belum mengoptimalkan pemasaran produk UMKM melalui media sosial. Beberapa pelaku UMKM sudah menggunakan media sosial untuk pemasaran namun masih dalam skala yang kecil dan belum terorganisir dengan baik. Uji coba optimalisasi pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk yang baik bagi pelaku UMKM di dapatmenaikkan kembali angka penjualan produk UMKM, dan menjangkau konsumen, Pemanfaatan sosial media sebagai sarana penunjang yang efektif bagi berjalanya UMKM dan sebagai solusi peningkatan penjualan.

#### **3.2 Saran**

Hasil penelitian ini menyarankan agar para pelaku UMKM penting memahami dan menambah wawasan tentang pentingnya strategi pemasaran digital untuk menunjang keberlangsungan usaha UMKM dalam memasarkan produk yang mereka jual. Dalam kondisi seperti ini pemasaran digital merupakan peluang yang dapat dikembangkan untuk meraih keuntungan usaha secara maksimal dimasa kemajuan teknologi saat ini.

#### **3.3 Rekomendasi**

##### **3.1.1 Untuk Masyarakat Desa Marga Agung**

- a. Lebih semangat lagi dalam mendorong dan membantu kegiatan yang dilakukan mahasiswa agar menjadi lebih kreatif dalam membangun lingkungan sekitar.
- b. Saling bekerjasama antara masyarakat sekitar dalam kegiatan UMKM yang bersifat membantu membangun potensi desa dan menjaga lingkungan sekitar.