

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang sudah kami lakukan di Desa Suka Negara Khususnya Di UMKM Genteng dan Bata selama kurang lebih 1 bulan lamanya, maka dari itu dapat kita ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran dan promosi yang dilakukan secara online melalui sosial media Instagram dan facebook dapat menjadi lebih luas dan calon konsumen lebih mudah mengetahui produk ini, serta akses pembelian oleh konsumen jauh lebih mudah.
2. Menciptakan inovasi dalam pembuatan asbak , Banner, konten informasi tentang Genteng dan Bata Mbah Wiji yang membantu calon konsumen lebih mengenal di Instagram dan facebook.
3. Menciptakan *rebranding* UMKM Genteng dan Bata yang lebih menarik agar calon konsumen lebih tertarik
4. UMKM lebih memahami terkait dengan pentingnya penerapan SOP untuk keselamatan kerja karyawan.

3.2 Saran

Agar kedepannya mutu yang sudah baik harus dipertahankan untuk proses penjualan dan promosi agar dapat menjalankan media sosial dan juga *e-commerce* yang sudah disediakan.

3.3 Rekomendasi

Untuk UMKM Genteng dan Bata agar lebih meningkatkan pemasaran melalui pemanfaatan e-commerce sebagai strategi pemasaran yang mampu menjangkau konsumen lebih luas lagi serta dapat meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dipasaran serta dapat menerapkan inovasi penjualan barang selain genteng dan batu bata seperti asbak, pot bunga