

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari analisa di atas terlihat jelas bahwa media sosial memegang peranan penting dalam berbagai aspek operasional dan pemasaran UMKM. Media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan pelanggan, tetapi juga membantu meningkatkan penjualan, memperluas pasar Anda, dan membangun citra merek yang positif. Studi ini menunjukkan bahwa media sosial sangat penting untuk operasi dan pemasaran UMKM Cheapfood Takoyaki. Penggunaan media sosial sangat menguntungkan bagi banyak bisnis dengan hasil sebagai berikut. Peningkatan kesadaran merek sebesar 90,18%, peningkatan keterlibatan pelanggan sebesar 83,76%, peningkatan penjualan sebesar 87,24%, peningkatan jangkauan bisnis sebesar 86,79%, pembentukan citra merek yang positif, 84,91% pengenalan produk baru, 88,68%, pembentukan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, 85,34%, mengidentifikasi tren dan preferensi pasar, 86,79%, mendorong tanggapan balik pelanggan, 81,51%, dan respons positif terhadap promosi sebesar 81,51%. Hasilnya menunjukkan betapa pentingnya memasukkan strategi media sosial ke dalam operasi bisnis mereka. Namun, untuk UMKM yang sudah aktif, temuan ini dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi media sosial untuk mencapai hasil yang lebih baik. Media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM jika digunakan dengan cara yang tepat.

5.2 Saran

1. Mengembangkan strategi konten yang beragam:
 - a. Mengingat pentingnya konten dalam menarik perhatian dan keterlibatan pelanggan, UMKM Takoyaki Cheapfood telah mengembangkan strategi konten beragam yang menarik dan relevan dengan target audiensnya (gambar, video, cerita, ulasan pelanggan).

- b. Konten interaktif seperti kuis, giveaway, dan sesi langsung juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- c. Tetap mengikuti tren terkini di media sosial dan cepat beradaptasi dengan perubahan preferensi pelanggan.
- d. Lacak kinerja kampanye dan konten Anda yang paling sukses menggunakan alat analisis media sosial.
- e. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak jangka panjang penggunaan media sosial terhadap pertumbuhan bisnis UMKM.
- f. Pertimbangkan kemungkinan untuk mengembangkan platform digital lainnya, seperti e-commerce dan aplikasi khusus UMKM, untuk memperluas jangkauan pasar.

Dengan menerapkan saran di atas, UMKM Takoyaki Makanan Murah dapat memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan berkelanjutan serta mencapai pertumbuhan yang lebih baik di masa depan.

