

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penulis memilih untuk menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Statistik deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk memeriksa data dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang terkumpul, tanpa membuat kesimpulan atau generalisasi, serta memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data utama.

Penulis menggunakan analisis deskriptif untuk menguraikan dan menyimpulkan data tanpa membuat kesimpulan atau generalisasi. Dengan menguji ide dan alat dua kali, alat ukur dianggap dapat diandalkan jika hasil pengukurannya konsisten secara relatif. Artinya, reliabilitas berarti bahwa instrumen pengukuran tersebut konsisten dalam mengukur gejala yang sama. Penulis mengevaluasi kehandalan program SPSS 17.0 dengan memanfaatkan cronbach alpha dalam analisis statistik.

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner sebanyak 4 pertanyaan untuk variabel X1 Penggunaan *SEO* media sosial, 4 pertanyaan untuk variabel X2 Media Promosi, dan 2 pertanyaan untuk variabel Y Peningkatan Pendapatan kepada 55 responden yang menjadi sampel. Setiap jawaban mengikuti skala Likert seperti berikut: "SB" (Sangat Berpengaruh) nilainya 5, "B" (Berpengaruh) nilainya 4, "N" (Netral) nilainya 3, "TB" (Tidak Berpengaruh) nilainya 2, dan "STB" (Sangat Tidak Berpengaruh) nilainya.

1. Untuk dapat meningkatkan pendapatan bisnis pada UMKM Sekaben Camp dilakukannya uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan bisnis pada UMKM sekaben camp melalui *SEO* media sosial, Untuk hasil dapat dilihat pada tabel 5 uji validitas yang terdapat nilai variable Y (Peningkatan Pendapatan) untuk Y.1 Rhitung nilainya $0,876 >$ dari Rtabel $0,265$ dan Y.2 Rhitung nilainya $0,820 >$ Rtabel $0,265$, Untuk hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada

tabel 6 uji reliabilitas pada variable Y yaitu sebesar 0,611 maka dapat disimpulkan bahwa untuk variable Y itu valid dan reliabel

2. Untuk dapat mengetahui bagaimana penggunaan *SEO* media sosial dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan bisnis pada UMKM Sekaben Camp dilakukannya uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan bisnis pada UMKM sekaben camp melalui *SEO* media sosial, Untuk hasil dapat dilihat pada tabel 5 uji validitas yang terdapat nilai variable X1 (Penggunaan *SEO* media sosial) terdapat empat indikator pada variable X1 yaitu (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4), dan nilai Rhitung (0,559), (0,462), (0,667), (0,740) dan untuk nilai Rtabel (0,265), (0,265), (0,265), (0,265), Untuk hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 6 uji reliabilitas pada variable X1 yaitu sebesar 0,709 maka dapat disimpulkan bahwa untuk variable X1 itu valid dan reliabel
3. Untuk dapat mengetahui rekomendasi dan strategi media promo dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan bisnis pada UMKM Sekaben Camp dilakukannya uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan bisnis pada UMKM sekaben camp melalui *SEO* media sosial, Untuk hasil dapat dilihat pada tabel 5 uji validitas yang terdapat nilai variable X2 (Media promosi) terdapat empat indikator pada variable X2 yaitu (X2.1, X2.2, X2.3, X2.4), dan nilai Rhitung (0,506), (0,716), (0,555), (0,694) dan untuk nilai Rtabel (0,265), (0,265), (0,265), (0,265), Untuk hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 6 uji reliabilitas pada variable X2 yaitu sebesar 0,824 maka dapat disimpulkan bahwa untuk variable X2 itu valid dan reliabel.

5.2 Saran

Berikut Saran yang dapat saya berikan untuk UMKM Sekaben Camp

1. Memperkuat penggunaan *SEO* media sosial dengan melakukan riset kata kunci yang lebih mendalam dan menggunakannya secara konsisten pada konten media sosial dan memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menjangkau target yang lebih luas.

2. Melakukan analisis data secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi *SEO* media sosial dan melakukan penyesuaian yang diperlukan serta meningkatkan kualitas konten media sosial dengan memberikan informasi yang menarik, edukatif dan relevan dengan target audiens.
3. UMKM Sekaben Camp perlu meningkatkan penggunaan media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Content yang sering di-update seperti foto produk, informasi kegiatan, dan promo menarik bisa meningkatkan visibilitas mereka.
4. Dilakukan *SEO* internal seperti menambah keyword kunci pada deskripsi produk, konten artikel yang relevan dengan produk mereka, dll. *SEO* eksternal seperti link building dan partisipasi di grup komunitas yang sejenis juga perlu ditingkatkan.
5. Diversifikasi produk atau jasa agar lebih menarik minat pelanggan. Misalnya menambahkan paket outbound atau travel package ke tempat wisata sekitar.
6. Optimalisasi penggunaan fitur pemasaran seperti iklan berbayar di Instagram, kolaborasi dengan instansi pariwisata, partisipasi pada pameran/event, dll.
7. Pelatihan digital marketing secara berkala untuk meningkatkan pengetahuan pegawai tentang strategi pemasaran online terkini.
8. Survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengetahui harapan dan kebutuhan konsumen yang berubah seiring perkembangan zaman.