

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan peneliti dalam pembuatan laporan ini maka dapat disimpulkan :

1. Setelah melakukan penelitian terhadap warung pecel lele kurnia di Kecamatan Rupit Kabupaten Musi Rawas Utara dapat diketahui rata – rata peningkatan penjualan sebesar 219% untuk media *WhatsApp* dan 265% untuk media *Facebook* dari hasil perhitungan yang sebelumnya. Sedangkan untuk peningkatan omset penjualan tahun 2021 mengalami kenaikan 45%.
2. Dengan menggunakan media sosial *Whatsapp* dan *Facebook* sebagai media promosi menjadikan interaksi lebih cepat dan mudah.
3. Dengan memanfaatkan *Whatsapp* dan *Facebook* sebagai media promosi online dapat meningkatkan jumlah konsumen dengan jangkauan yang luas dari dalam maupun luar daerah.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan dan dari penjelasan dari bab sebelumnya, maka didapatkan saran dari penulis yaitu, pelaku usaha warung Pecel Lele Kurnia untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai media promosinya agar dapat bersaing dan mengikuti perkembangan zaman sekarang di era modern ini guna tetap mempertahankan usaha, tidak hanya dengan menggunakan *WhatsApp* dan *Facebook* saja, namun juga dapat dikembangkan dengan menggunakan *Instagram* dengan membuat akun bisnis khusus untuk kuliner sehingga lebih dikenal oleh para pecinta kuliner. Sebaiknya mempunyai inovasi-inovasi baru dalam strategi promosi melalui media sosial dengan tidak hanya menggunakan *Whatsapp* dan *Facebook* saja. Kemudian Pecel Lele Kurnia harusnya menggunakan *WhatsApp Business* sebagai media pemesanan antar

konsumen, karena *WhatsApp Business* memiliki fitur pendukung dalam pengembangan bisnis seperti adanya tampilan profil akun bisnis yang memuat informasi mengenai bisnis Pecel Lele Kurnia sehingga memudahkan pelanggan untuk mengetahui menu Pecel Lele Kurnia.