

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada Tempe Bapak Tuhri melalui perancangan pemasaran *digital (digital marketing)* dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian kondisi aspek Sumber Daya Manusia (SDM) pada usaha Bapak Tuhri ini terdapat enam karyawan dengan rata-rata umur 20 tahun keatas. Dengan adanya tenaga kerja atau karyawan maka akan mempermudah proses produksi dalam pembuatan tempe. Kondisi aspek produksi memiliki beberapa tahapan mulai dari pengolahan bahan baku sampai dengan proses pembuatan tempe dibantu menggunakan mesin khusus, dan untuk pengemasan masih menggunakan plastik dan daun pisang. Kondisi aspek pemasaran dari Usaha Tempe Bapak Tuhri ini belum melibatkan pemasaran secara digital atau melalui media sosial. Tetapi hanya dengan melibatkan para pedagang-pedagang pasar yang menjadi *supplier* dan warung sayur yang dekat disekitar lokasi produksi. Aspek keuangan ini memiliki kondisi keuangan yang terbilang baik, karena masih dapat mendukung kegiatan pembelian bahan baku, produksi, pembayaran gaji karyawan dan biaya operasional lainnya.
2. Strategi Perancangan Pemasaran Digital Marketing pada UMKM Produk Tempe Bapak Tuhri menggunakan media sosial yaitu Instagram, Facebook WhatsApp Business dan Website. Diantara ke4 akun media sosial tersebut ada 2 akun yang mendominasi banyaknya para pengunjung Tempe Bapak Tuhri yaitu Instagram dan Facebook. Untuk akun Instagram usaha ini yang bernama *tempepaktuhri_kayuagung* sudah memiliki 172 followers dengan jangkauan sebesar 327 akun. Facebook usaha tempe ini bernama Tempe Tuhri sudah memiliki 142 followers dengan jangkauan sebanyak 2,3 ribu akun. Adapun unggahan yang ada di Instagram dan Facebook yaitu berupa

postingan produk, instastory serta video reels yang berupa konten hiburan dan edukasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat diperoleh saran sebagai berikut:

1. Pada kondisi aspek produksi Tempe Bapak Tuhri sebaiknya kemasan yang ada di produk di beri logo agar mudah dikenal dan diingat oleh para pembeli. Dari segi pemasaran sebaiknya menerapkan media sosial yang sudah dirancang agar penjualan produk meningkat.
2. Penulis berharap penelitian mengenai perancangan pemasaran *digital marketing* dapat dijadikan referensi dalam kegiatan akademik di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan dapat dijadikan rujukan oleh Usaha Tempe Bapak Tuhri dalam menjalankan usahanya