

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan, maka penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Penerapan pemasaran menggunakan media sosial instagram pada UMKM Dapoer Mama Onik berdasarkan penerapan konsep teori AISAS yang dilakukan bahwa dari kelima konsep AISAS ditemukan bahwa kebanyakan dari konsep tersebut terpenuhi dengan terjadinya berbagai peningkatan seperti tingkat ketertarikan konsumen, jumlah pengikut yang meningkat, tingkat interaksi akun instagram dan berdampak peningkatan jumlah penjualan produk.
2. Instagram merupakan media sosial yang sangat efektif sebagai strategi promosi, karena mampu meningkatkan penjualan, maka dengan itu UMKM Dapoer Mama Onik melakukan promosi yang dilakukan dengan mengoptimalkan fitur-fitur di instagram seperti feed instagram serta postingan foto/video yang akan di posting didesain lebih menarik lagi agar terus dapat meningkatkan penjualan setiap tahunnya..

5.2 Saran

1. Dapoer Mama Onik sebaiknya terus mengoptimalkan fitur instagram agar dapat terus meningkatkan penjualan setiap tahunnya, serta menggunakan caption yang menarik sesuai produk yang ditawarkan agar pembeli/konsumen tertarik pada produk yang dipromosikan.
2. Selain menggunakan instagram ada baiknya juga menggunakan media sosial lain, agar pengguna media sosial lain dapat terjangkau dan dapat menaikkan penjualan melalui promosi dari media sosial lain dan juga dapat membuka untuk pesanan online seperti melalui grab food dan gofood.

3. Tingkat interaksi setelah melakukan promosi yang dilakukan menggunakan media sosial instagram harus terus dilakukan serta postingan maupun video yang akan di posting sebaiknya didesain lebih menarik lagi agar untuk tahun berikutnya UMKM Dapoer Mama Onik tetap meningkat dan tidak mengalami penurunan pengikut instagram.