

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dan berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh pelaku usaha di Pasar Ya'ahowu secara umum sudah berjalan cukup baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan. Meski masih ada pelaku usaha yang belum optimal dalam pemanfaatannya, sebagian besar mulai menyadari pentingnya promosi digital.
2. Pelaku usaha di Pasar Ya'ahowu menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan strategi promosi melalui media sosial, seperti keterbatasan keterampilan digital, waktu, akses teknologi, dan rendahnya kepercayaan diri. Kendala-kendala ini menghambat efektivitas promosi dan mengurangi potensi peningkatan penjualan.
3. Pelaku usaha di Pasar Ya'ahowu telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi kendala promosi melalui media sosial, seperti belajar mandiri, meminta bantuan keluarga, menggunakan fitur sederhana, dan meniru strategi dari pelaku usaha lain. Meskipun belum semuanya optimal, namun semangat untuk terus mencoba dan berkembang menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi besar dalam memanfaatkan media digital untuk peningkatan usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Pasar Ya'ahowu Kota Gunungsitoli, maka saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah atau instansi terkait sebaiknya mengadakan pelatihan *digital marketing* secara praktis dan berkelanjutan untuk pelaku usaha di pasar tradisional. Dengan keterampilan yang lebih baik, mereka bisa lebih maksimal dalam menggunakan media sosial untuk mendongkrak penjualan produk lokal.
2. Diperlukan pelatihan atau pendampingan dari pemerintah daerah atau pihak terkait mengenai pemasaran digital yang praktis dan mudah dipahami, agar pelaku usaha dapat mengatasi kendala teknis dan meningkatkan kemampuan promosi secara berkelanjutan.
3. Diharapkan pemerintah daerah atau instansi terkait dapat menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital secara rutin dan gratis kepada pelaku UMKM di Pasar Ya'ahowu, agar mereka lebih siap dan mampu bersaing dalam era digital yang terus berkembang.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan perbandingan dengan pasar lain untuk mengetahui apakah strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial dapat diterapkan secara umum atau spesifik untuk Pasar Ya'ahowu Kota Gunungsitoli.