

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dari hasil pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan. Hasil penelitian peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam pemasaran digital serta dampaknya terhadap kinerja pemasaran melalui *action research*. Maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil pelatihan pemasaran digital meningkatkan pengetahuan UMKM, dalam lingkup materi yang telah berikan sesuai dengan kebutuhan UMKM saat itu yang mencakup dasar-dasar pemasaran digital, langkah-langkah menarik minat konsumen dalam pemasaran digital, mekanisme pembuatan katalog produk, teknik pembuatan foto produk, dan proses pembuatan toko berbasis digital menggunakan *desty.page*. Dari rangkaian pelatihan telah memberikan input nyata, yang berdampak pada peningkatan pemahaman dan pengetahuan UMKM dalam pemasaran digital.
2. Hasi pendampingan meningkatkan keterampilan UMKM, dalam pemasaran digital dilihat dari UMKM yang sudah dapat melakukan pemasaran digital secara mandiri tanpa bergantung pada pihak *external*. Namun, beberapa faktor *internal* dan *exsternal* dapat mempengaruhi keterampilan UMKM dalam melakukan pemasaran digital jika tidak

dilatih. Sehingga dapat disimpulkan pendampingan dapat meningkatkan keterampilan UMKM secara berkala dan bila dilatih secara berkelanjutan.

3. Hasil penelitian menunjukkan metode *action research* berdampak positif terhadap kinerja pemasaran digital, diukur dari jumlah penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan dan jangkauan wilayah pemasaran yang dapat dilihat berkembang semasa sebelum dan selama siklus I dan siklus II yang berkembang dari masing-masing indikator tersebut. Dengan adanya metode *action research* peneliti dapat memberikan materi, praktek dan evaluasi selama masa siklus sehingga dapat dibandingkan secara objektif.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya mengambil 3 informan inti dari 10 informan UMKM. 10 UMKM akan dipilih oleh tim MRG-KR bersama Forum Komunikasi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (FKPU IKM/UMKM) Kabupaten Malang yang merupakan mitra dalam penelitian ini. dari 10 sampel UMKM dikerucutkan lagi menjadi 3 informan inti yang dipilih oleh penulis berdasarkan dijadikan narasumber, dikarenakan selain memenuhi persyaratan purposif. sampel yang dipilih harus selalu ada dan mengikuti kegiatan pelatihan dan pendamping, adanya pertimbangan ini agar data yang diperoleh dapat lebih objektif dan lengkap.
2. Pada penelitian metode kualitatif menekankan pada pengamatan yang mendalam sehingga dan tidak menggeneralisasikan hasil penelitian yang mengakibatkan hasil penelitian yang diperoleh lebih objektif dan apa adanya. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dilakukan secara

berkala, dan juga menggunakan metode kuantitatif atau campuran antara kualitatif dan kuantitatif, sehingga penelitian dapat memiliki perspektif lain berdasarkan kuantitas dan juga kualitas dari responden pada penelitian tersebut.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, terdapat saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pelatihan dan pendampingan selanjutnya. Adapun saran yang diberikan antara lain:

1. Diharapkan pelatihan dan pendampingan kedepannya dapat dibuat untuk untuk satu jenis kelompok usaha saja, sehingga permasalahannya lebih mengerucut dan agar para UMKM dapat dapat lebih *related* dengan permasalahan yang terjadi dalam usahanya jika UMKM-nya sejenis.
2. Diharapkan metode *action research* yang dilakukan dalam pelatihan dan pendampingan ini yang bertema pemasaran digital, dapat diterapkan lagi pada jenis pelatihan dan pendampingan yang memiliki tema yang berbeda. Sehingga dapat memberikan dampak yang signifikan seperti pada pelatihan dan pendampingan kali ini. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengumpulkan data-data yang lebih terperinci dari awal hingga akhir bila ingin mengambil skripsi dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan berikutnya. Sehingga data yang dikumpulkan bisa secara rinci mencatat perkembangan sampel dengan lebih baik.