



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan pembahasan tentang strategi optimalisasi digital marketing dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kelurahan Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran digital yang sesuai untuk meningkatkan daya saing UMK adalah strategi bertahap dan kontekstual yang dimulai dari optimalisasi WhatsApp Business melalui pembuatan katalog digital, pengaturan auto-reply, daftar broadcast, serta pemanfaatan fitur label untuk mengelompokkan pelanggan, kemudian dilanjutkan dengan penguatan media sosial dasar seperti Facebook dan Instagram dengan membuat akun bisnis terpisah dari akun pribadi, mengunggah konten secara konsisten minimal tiga hingga empat kali seminggu, menggunakan hashtag lokal yang relevan, serta berinteraksi aktif dengan komentar dan pesan pelanggan.

Selanjutnya, pelaku UMK disarankan mengembangkan konten berbasis kearifan lokal dengan menampilkan proses pembuatan produk bernuansa Tembilahan, menggunakan bahasa daerah dalam caption untuk membangun kedekatan, serta menonjolkan keunikan produk yang mencerminkan identitas budaya Indragiri Hilir, dan tahap akhir dari strategi ini adalah



pemanfaatan platform *e-commerce* sederhana seperti Shopee atau Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan fitur gratis seperti *free shipping* promo dari platform serta mengelola ulasan pelanggan dengan baik.

Adapun kendala utama yang dihadapi pelaku UMK dalam menggunakan digital marketing meliputi keterbatasan literasi digital, di mana pemahaman mereka masih terbatas pada penggunaan media sosial sebagai alat promosi tanpa memahami konsep yang lebih luas seperti personalization, customer service, community building, dan sales promotion, yang berdampak pada ketidakmampuan memanfaatkan data dan analitik untuk pengambilan keputusan, kurangnya strategi konten yang terencana, tidak optimalnya interaksi dengan pelanggan di ranah digital, serta rendahnya tingkat konversi dari viewer menjadi pembeli.

Selain itu, kendala lain yang ditemukan adalah ketidakkonsistenan dalam mengelola media sosial karena keterbatasan waktu sehingga engagement dengan pelanggan tidak terjaga, kendala pada jasa pengiriman produk terutama untuk usaha kuliner dan jasa karena risiko kerusakan barang atau jarak lokasi konsumen yang jauh, serta banyaknya calon pelanggan yang hanya bertanya tentang produk tetapi tidak jadi membeli. Namun demikian, akses internet di Kelurahan Tembilahan Hulu dinilai baik oleh seluruh informan

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



sehingga tidak menjadi kendala dalam implementasi digital marketing.

Dampak penerapan digital marketing terhadap daya saing UMK di Kelurahan Tembilahan Hulu secara umum menunjukkan hasil positif, yaitu peningkatan jangkauan pasar yang memungkinkan UMK menjangkau konsumen tidak hanya di Tembilahan Hulu tetapi juga di luar daerah bahkan luar provinsi, peningkatan volume penjualan yang lebih besar dibandingkan dengan pemasaran melalui pamflet atau spanduk, fleksibilitas promosi yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa terbatas waktu dan tempat, serta pengurangan biaya pemasaran karena hanya mengandalkan kreativitas dan konsistensi dalam membuat konten tanpa biaya cetak seperti pada pemasaran konvensional.

Namun demikian, dampak positif tersebut belum dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku UMK karena sebagian dari mereka masih menerapkan pemasaran digital secara dangkal, yaitu hanya mengunggah foto produk tanpa strategi yang terencana, serta tidak konsisten dalam mengelola media sosial, sehingga pada indikator kecepatan adaptasi terhadap perubahan algoritma media sosial dan tren digital, pelaku UMK masih tergolong rendah dan cenderung pasif. Dengan demikian, optimalisasi digital marketing bagi UMK di Kelurahan Tembilahan Hulu tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan memerlukan pendampingan berkelanjutan, pelatihan literasi digital



yang aplikatif, serta dukungan dari berbagai pihak agar potensi pemasaran digital benar-benar dapat meningkatkan daya saing usaha secara signifikan dan berkelanjutan.

B.Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran yang ditujukan kepada pelaku UMK di Kelurahan Tembilahan Hulu dan peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penerapan *digital marketing* sebagai berikut:

1. Pelaku UMK disarankan meningkatkan konsistensi mengelola media sosial (unggah 3-4 kali/minggu, interaksi aktif), memulai dari WhatsApp Business, mengembangkan konten berbasis kearifan lokal Tembilahan, serta bekerja sama dengan jasa pengiriman terpercaya dan solusi kemasan aman untuk produk kuliner.
2. Pemerintah Kelurahan dan Kecamatan disarankan mengadakan pelatihan literasi digital yang praktis dan berkelanjutan, seperti membuat konten produk, mengelola katalog digital, serta memanfaatkan fitur iklan gratis di *e-commerce*.
3. Pemerintah juga disarankan memfasilitasi kerja sama UMK dengan ekspedisi dan platform *e-commerce* untuk tarif terjangkau, membentuk komunitas atau paguyuban UMK berbasis digital, serta mengintegrasikan program pemberdayaan UMK dengan visi misi kelurahan melalui alokasi anggaran khusus untuk pemasaran digital.



4. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode kuantitatif atau *mixed methods* untuk mengukur pengaruh literasi digital terhadap omzet penjualan, serta melakukan penelitian eksperimental dengan intervensi pelatihan langsung untuk menguji efektivitas strategi bertahap.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

