

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif sarana komunikasi ( $X_1$ ) terhadap pengembangan UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai sarana komunikasi antara pelaku UMKM dengan konsumen dapat terjalin dengan baik dan efektif untuk perkembangan UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro.
2. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif sarana promosi ( $X_2$ ) terhadap pengembangan UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa agar lebih dikenal di publik sangat efektif terhadap perkembangan UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro.
3. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif sarana riset ( $X_3$ ) terhadap pengembangan UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai sarana riset untuk mengetahui informasi-informasi keadaan pasar sangat efektif terhadap perkembangan UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro.
4. Secara bersama-sama semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa sarana komunikasi, sarana promosi, dan sarana riset mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro.

## **B. Saran**

Hasil penelitian ini menyarankan agar para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lebih memahami dan menambah wawasan tentang pentingnya media sosial sebagai sarana komunikasi agar hubungan antara pelaku UMKM dengan konsumen dapat terjalin dengan baik, media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa agar lebih dikenal di publik dan media sosial sebagai sarana riset untuk mengetahui informasi-informasi keadaan pasar terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era pandemi COVID-19 ini. Dari kegunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, sarana promosi, dan sarana riset yang paling memengaruhi terhadap perkembangan UMKM yaitu media sosial sebagai sarana promosi.