BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa, Dengan dilakukan promosi menggunakan video promosi salah satu solusi yang bisa membantu masalah yang timbul dalam UMKM. Dalam video promosi tersebut mengandung unsur model AIDA, setiap babak harus dimasukkan *Attention, Interest, Desire, Action*. Dari hasil pada masyarakat tentang dampak promosi Sambal Bu Oi ini menggunakan video juga sangat baik. Seluruh memberikan tanggapan menjawab sangat tertarik dengan video promosi Sambal Bu Oi. Alasan pelanggan tertarik dengan Sambal Bu Oi beragam yaitu 42% mengatakan praktis, 20% mengatakan mudah didapat, 15% menyukai makanan pedas, dan 23% mengatakan harganya terjangkau. Dampak yakinkan pelanggan untuk melakukan pembelian setelah melihat video promosi yaitu 18% cukup yakin dan 82% sangat yakin. Dari aspek pengukuran dampak video promosi Sambal Bu Oi ini dapat lihat video ini telah memberikan dampak positif dalam mengenalkan produk kepada pelanggan, dan menimbulkan ketertarikan serta keyakinan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Rumusan masalah ini dapat dijadikan dasar untuk merancang bagaimana video yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik bagi penonton Tiktok, khususnya dalam dari video dapat memperlihatkan orang dan menarik minat lebih luas, kesadaran suatu produk untuk membuat lebih banyak orang sadar akan keberadaan sambal Bu Oi.

B. Saran

Setelah menguraikan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Sambal Bu Oi Diharapkan dengan terlaksananya penelitian ini, diharapkan Sambal Bu Oi dapat dikenal oleh banyak orang lagi dan mengatasi masalah yang terjadi. Diharapkan agar lebih memaksimalkan lagi pengelolaan sosial media yang mereka miliki.
2. Bagi Mahasiswa Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka akan menjadi bahan acuan atau referensi oleh peneliti selanjutnya. Yang akan menjadikan penelitian selanjutnya menjadi lebih baik lagi.
3. Bagi Masyarakat Diharapkan agar masyarakat dapat terus mendukung produk dalam daerah atau negeri, karena dengan tanpa dukungan masyarakat UMKM-UMKM yang ada di Indonesia tidak dapat berkembang dengan luas.