

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data serta analisis peneliti yang diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara narasumber terkait penelitian ini dengan judul disparitas efektivitas UMKM (studi kasus pada rbj tulenia coffe) yang mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Digital marketing* yang digunakan UMKM rbj tulenia coffe yaitu *e-commerce* atau *website* penjualan, media sosial (facebook, whatsApp, instagram), dan *marketplace* (shopee, tokopedia, dan bukalapak) yang digunakan untuk memasarkan produk secara online guna mempermudah promosi, mempermudah interaksi dengan konsumen, dan jangkauan lebih luas.
2. Tingkat keefektivan *digital marketing* UMKM tulenia coffe dari unsur perhatian menunjukkan angka 58 kurang efektif, unsur ketertarikan menunjukkan angka 93 sangat efektif, unsur mencari informasi menunjukkan angka 66 cukup efektif, unsur tindakan menunjukkan angka 61 cukup efektif, dan unsur bagi menunjukkan angka 57 kurang efektif. Dari pengukuran keefektivisian *digital marketing* bahwasanya tingkat keefektivisian digital marketing UMKM tulenia coffe masih kurang efektif yaitu 55,83%. Dari data data tersebut peneliti menganalisis tingkat keefektivisian *digital marketing* bagi UMKM tulenia coffe masih kurang efektif.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti merasa ada beberapa keterbatasan penelitian yang membuat proses dan hasil penelitian ini belum sempurna. Keterbatasan penelitian ini diantaranya:

1. Kurangnya sumber tertulis dikarenakan perpustakaan kampus IAIN Kudus tutup dan ditiadakan layanan baca maupun meminjam buku akibat adanya covid 19
2. Kurangnya pengetahuan peneliti mengenai metode penelitian kualitatif

3. Peneliti masih belum fasih dalam memaparkan dan menyajikan data deskriptif hasil penelitian
4. Sumber data hanya tertuju pada satu objek penelitian

C. Saran

Setelah melakukan proses penelitian ini, terdapat beberapa saran dari peneliti sebagai masukan yang mungkin bisa dijadikan bahan beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Para peneliti selanjutnya
Kepada peneliti selanjutnya saya harapkan bisa memperbaiki penulisan penelitian ini, karena peneliti merasa penelitian ini belum sempurna. Terutama yang berkaitan dengan *digital marketing* bagi UMKM.
2. Pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dengan adanya penelitian yang berjudul “ Disparitas Efektivitas *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus UMKM RBJ Tulenia Coffe Kudus)” dapat menambah referensi bagi pihak fakultas sebagai kontribusi yang berarti bagi pengembangan dunia keilmuan selanjutnya.
3. Pihak Pelaku Usaha UMKM RBJ Tulenia Coffe
Dalam bentuk pemasaran produknya bisa di kembangkan lagi, terutama dalam pemasaran *digital marketing* agar meningkat profit perusahaanya. Manajemen pemasarannya cukup dikelola owner Tulenia Coffe agar lebih mudah dalam laporan pembukuan perusahaanya.

