

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian yang telah dilakukan diatas merupakan penelitian untuk mengetahui representasi daya saing UKM Tulungagung pada platform Instagram. Hal ini mengingat di Indonesia, khususnya wilayah Tulungagung merupakan salah satu daerah yang memiliki beragam UKM yang telah berdiri sejak lama. Akan tetapi kehadiran teknologi yang semakin luas seperti media sosial Instagram hingga saat ini belum mampu mengangkat UKM Tulungagung untuk bersaing dengan UKM lain dari berbagai daerah. Hingga saat ini, masih banyak UKM Tulungagung yang sudah berkembang sejak dulu hanya mampu memasarkan produknya di wilayah-wilayah lokal saja. Padahal banyak produk berkualitas yang dihasilkan oleh UKM di Tulungagung.

Fenomena tersebut merupakan salah satu bukti nyata cepatnya perkembangan teknologi yang tidak mampu dikejar oleh sebagian pelaku UKM terutama pelaku usaha yang sudah berdiri sejak lama. Akibatnya para pelaku UKM yang tidak mampu mengikuti arus perkembangan tersebut semakin lama penjualannya menurun. Padahal hadirnya teknologi yang berfungsi untuk memudahkan kegiatan manusia pada dasarnya merupakan sebuah hal yang positif. Apalagi teknologi seperti media sosial Instagram memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya tanpa perlu bertatap muka seperti masa sebelum teknologi hadir. Kemudahan tersebut juga diiringi dengan jangkauan yang tidak terbatas untuk berinteraksi dan bertransaksi dengan orang dari seluruh daerah hingga seluruh dunia.

Penelitian untuk merepresentasikan daya saing UKM Tulungagung pada platform instagram ini berguna untuk melihat sejauh mana UKM yang sudah menggunakan media sosial instagram sebagai alat untuk membantu pemasaran produknya. Selanjutnya, dari hasil representasi tersebut akan dilihat potensi yang dimiliki oleh UKM di Tulungagung jika menggunakan platform

instagram sebagai media pemasaran produknya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya UKM Tulungagung memiliki potensi yang cukup tinggi untuk berkembang melalui platform Instagram. Data-data yang diperoleh diatas juga telah merepresentasikan bahwa Instagram memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap penjualan produk.

Dari data yang diperoleh juga dapat diketahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan potensi UKM untuk meningkatkan daya saingnya di pasar yang lebih luas. Faktor pertama adalah maksimalnya penggunaan fitur-fitur yang ada di Instagram sebagai pendukung visual yang ditampilkan pada konten unggahan. Faktor selanjutnya adalah inovasi yang harus terus dilakukan mengingat kecepatan teknologi telah membuat semakin banyak orang bersaing untuk menciptakan produk terbaik. Selain itu, faktor yang juga penting adalah UKM harus terus memperbaiki kualitas serta meningkatkan pelayanan sehingga tercipta *public trust* yang berguna untuk membuat masyarakat tetap menyukai produk hasil karyanya.

## **B. Saran**

Penelitian yang telah dilakukan diatas bukanlah penelitian yang sempurna. Keterbatasan pengetahuan serta sedikitnya referensi tentang UKM Tulungagung yang didapatkan oleh peneliti menyebabkan penelitian ini belum bisa menjabarkan lebih luas tentang potensi UKM di Kabupaten Tulungagung secara maksimal. Penelitian ini masih mampu dikembangkan lagi menjadi penelitian yang lebih kompleks. Apalagi penelitian ini masih menggunakan salah satu objek dari sekian banyak UKM yang berkembang di Tulungagung. Dengan adanya penelitian ini semoga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan peneliti lain dapat memperoleh lebih banyak referensi sebagai bahan kajian untuk penelitian yang akan datang.