



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi yang digunakan *Social media agency* untuk meningkatkan penjualan UMKM dengan menggunakan media sosial studi kasus terhadap Sabda Creative dapat disimpulkan bahwa Sabda Creative sudah menjalankan Strategi sesuai dengan teori *The Social media Strategy Wheel*. Sabda melakukan riset terlebih dahulu sebelum membuat *scheduling* atau mengeksekusi sebuah media sosial. Riset yang dilakukan adalah melakukan *competitor analysis*, melihat *target audience*. Riset akan sangat penting untuk pemilihan strategi dan konten yang cocok digunakan untuk mencapai goals yang ditetapkan oleh *agency* dan klien.

Sabda memiliki *goals* dan *objective* sendiri, di sisi lain Sabda juga menerima *goals* ataupun target yang ingin dicapai oleh kliennya. Sabda juga memiliki beragam paket yang dapat disesuaikan dengan budget masing-masing klien. Paket ini bertujuan untuk memutuskan total *posting*-an selama satu bulan untuk *Instagram post* ataupun *Instagram story*. Strategi yang digunakan Sabda pastinya beraneka ragam, tergantung dari hasil riset masing-masing klien dan target masing-masing klien. Target utamanya adalah meningkatkan *engagement rate* dan meningkatkan penjualan.

Evaluasi dilakukan secara rutin setiap minggunya untuk internal dari Sabda. Sabda juga memberikan laporan menggunakan hootsuite untuk disampaikan kepada

klien. Selanjutnya klien akan melakukan meeting dengan Rico selaku *owner* Sabda. Evaluasi ini menentukan apakah konten yang sudah di-*posting* sudah berhasil atau belum dan juga melalui evaluasi ini akan menjadi penentuan apakah paket yang digunakan sudah cocok atau belum untuk *brand* tertentu.

Secara keseluruhan UMKM yang menggunakan jasa *Social Media Agency* dari Sabda Creative mengalami peningkatan penjualan. Selain itu, peningkatan juga terjadi pada segi *Engagement* dan juga *followers*. Sabda juga menggunakan strategi yang berbeda untuk para klien yang juga memiliki beragam usaha.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu dengan mengadakan survei untuk mengukur pengaruh dari strategi media sosial yang ditetapkan terhadap penjualan UMKM. Selain itu, dapat menggunakan teori atau konsep lain agar menghasilkan temuan yang berbeda.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Untuk mengoptimalkan konten yang akan disajikan, akan lebih baik jika dilakukan evaluasi tim bersama dengan klien. Evaluasi ini bertujuan agar di bulan selanjutnya konten yang digunakan dapat lebih beragam dan lebih efektif untuk mencapai target. Selain itu, konten yang disajikan juga harus beraneka ragam dan selalu baru sehingga peningkatan secara *engagement* juga dapat meningkat setiap bulannya. Untuk meningkatkan para UMKM untuk menggunakan media sosial

ataupun menggunakan *Social Media Agency* akan lebih baik jika diadakan sebuah kegiatan ataupun acara yang mengundang para UMKM untuk lebih mengenal lebih jauh mengenai media sosial dan *Social Media Agency*. Dalam hal ini segi pemerintahan juga harus ikut campur tangan untuk membantu para UMKM dapat rekomendasi mengenai *Social Media Agency* mana yang cocok dengan usaha mereka dan cocok dengan paketan yang disediakan oleh *Social Media Agency* tersebut bahkan pemerintahan dapat mengadakan acara yang mengumpulkan para UMKM dan pelaku bisnis di bidang *Social Media Agency*.

