

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari kegiatan Belajar Berwirausaha Terpadu di Kaja Shibori penulis mendapatkan pembelajaran dan pengalaman bagaimana mengelola sebuah usaha terutama mengenai strategi produksi dan strategi pemasaran dalam menghadapi situasi di masa pandemi covid 19. Strategi pemasaran melakukan promo dan bekerjasama dengan beberapa UMKM sangat efektif karena konsumen UMKM yang bekerjasama akan mencoba mencari informasi tentang UMKM yang bekerjasama.

Saat pandemi covid 19 mempromosikan melakukan media sosial sangat penting untuk menjalankan bisnis, melakukan promosi dengan media sosial agar dapat berkomunikasi langsung kepada konsumen serta media sosial usaha yang dijalani akan semakin luas. Nabilavita\_shop saat ini sedang masa perkembangan mencoba membuat produk sendiri yaitu shibori serta memfokuskan pemasaran melalui media sosial baik Instagram, Facebook, WhatsApp dan Marketplace Shopee. Hal tersebut terbukti bahwa pendapatan di masa pandemi covid 19 Nabilavita\_shop mengalami peningkatan dalam penjualan.

#### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil kesimpulan pada bab penutup, menyatakan bahwa melakukan kegiatan Belajar Berwirausaha Terpadu di Kaja Shibori penulis mendapatkan pembelajaran mengelola usaha dengan baik terutama pada strategi produksi dan strategi pemasaran menggunakan promosi dan bekerjasama dengan UMKM lainnya, di masa pandemi covid 19 mempromosikan usaha harus diimbangi dengan media sosial dengan efektif dalam proses pemasarannya, ada beberapa saran sebagai berikut :

1. Mengembangkan promosi melalui media sosial harus konsisten agar dapat menjangkau konsumen lebih banyak, menggunakan strategi endorse oleh orang yang berpengaruh di media sosial yang sudah memiliki banyak followers.
2. Menjaga komunikasi dengan baik kepada konsumen agar tetap bertahan dan ingin membeli produk.

