

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil di atas, setelah menggunakan model *marketing Segmenting, Targeting and Positioning* (STP) dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pelaku UMKM yang berhasil membuat akun media sosial sebanyak 16 dari 35 UMKM.
2. Pelaku UMKM sudah mampu melakukan metode segmenting dengan mem-follow akun-akun yang dapat menjadi pelanggan potensial.
3. Pelaku UMKM sudah mampu melakukan tahap targeting dengan membuat konten yang relevan, penggunaan hastag, dan iklan berbayar.
4. Pelaku UMKM sudah mampu melakukan metode positioning dengan menempatkan konten sesuai fitur sosial media dan mencari tahu ketertarikan penonton..

5.2. Saran

Saran yang berguna bagi penerapan model STP Berbasis Digital Marketing pada Pelaku UMKM di Desa Petir adalah dilakukan pelatihan yang rutin kepada pelaku UMKM guna meningkatkan kesejahteraan hidup para pelaku UMKM di Desa Petir Gunung Kidul.