

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Lembang Limbong, Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan social media marketing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan buah salak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan pemasaran buah salak yang masih dilakukan secara tradisional dengan jangkauan pasar yang terbatas, sehingga harga buah salak cenderung tidak stabil, terutama pada musim panen raya.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada skor penjualan buah salak sebelum dan sesudah diberikan perlakuan berupa pelatihan pemanfaatan *social media marketing*. Data deskriptif memperlihatkan kenaikan rata-rata skor dari 48,07 pada *pretest* menjadi 75,87 pada *posttest*. Hasil uji *Paired Sample t-Test* menunjukkan nilai signifikansi (Sig. (2-tailed)) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa pemanfaatan *social media marketing* signifikan terhadap peningkatan penjualan buah salak di Lembang Limbong, Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara diterima, sedangkan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hasil tersebut

membuktikan bahwa pelatihan dan penerapan *social media marketing* efektif dalam meningkatkan penjualan buah salak melalui perluasan jangkauan pemasaran dan promosi produk kepada masyarakat yang lebih luas.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan beberapa saran yaitu b:

1. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan penelitian jangka panjang sehingga dapat dilihat keberlanjutan dari pemanfaatan *social media marketing* dalam meningkatkan penjualan dalam jangka panjang ditempat penelitian.

Peneliti juga menyarankan untuk menambahkan variabel-variabel bebas lainnya yang mempengaruhi peningkatan penjualan buah salak, seperti kualitas produk, harga pelayanan, dan strategi pemasaran lainnya. Mengenai sampel penelitian, disarankan untuk memperbesar jumlah sampel penelitian agar hasil yang diperoleh dapat lebih mewakili populasi secara umum. Selanjutnya disarankan untuk membandingkan efektivitas berbagai platfrom media sosial dalam pemasaran produk buah salak.

2. Bagi pengelolaan buah salak disarankan untuk memanfaatkan platfrom media social secara maksimal untuk memperluas jangkuan pasar. Pengelola buah salak juga disarankan untuk membuat konten yang

menarik dan konsisten dengan menyajikan informasi produk yang jelas, foto berkualitas tinggi, dan video yang kreatif.

3. Bagi prodi disarankan untuk memberikan pemahaman yang mendalam terkait mata kuliah yang relevan sehingga peneliti selanjutnya dapat memahami lebih dalam tentang pemanfaatan *social media marketing*.