

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, berikut adalah kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian dengan dilengkapi data hasil temuan:

1. Faktor-faktor pola interaksi sosial pedagang UMKM nanas di Desa Tangkit Baru, Kabupaten Muaro Jambi meliputi imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati berada pada kategori tinggi. Artinya pedagang UMKM nanas di Desa Tangkit Baru memiliki pola interaksi yang tinggi.
2. Penjualan pada pedagang UMKM nanas di Desa Tangkit Baru mengalami peningkatan, baik peningkatan volume penjualan, peningkatan laba penjualan dan peningkatan pertumbuhan usaha.
3. Faktor-faktor pola interaksi sosial berhubungan dengan peningkatan penjualan produk olahan nanas di Desa Tangkit Baru, Kabupaten Muaro Jambi. Semakin tinggi interaksi sosial di kalangan pemilik UMKM, maka peningkatan penjualan produk olahan nanas semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, beberapa saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan usaha UMKM nanas di Desa Tangkit Baru, Kabupaten Muaro Jambi, adalah sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM di Desa Tangkit Baru disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas interaksi sosial mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui partisipasi aktif dalam komunitas bisnis lokal maupun regional, mengikuti pelatihan yang berfokus pada keterampilan komunikasi bisnis yang efektif, serta memperluas jaringan bisnis mereka. Dengan memperkuat interaksi sosial, pemilik UMKM akan lebih mudah mengakses informasi terbaru mengenai tren pasar, teknologi, serta sumber daya yang dapat mendukung pengembangan usaha mereka. Hal ini juga akan mempermudah dalam menjalin kemitraan dan kolaborasi dengan berbagai pihak yang dapat membantu mengembangkan produk dan meningkatkan kapasitas usaha.
2. Pemilik UMKM disarankan untuk berinovasi dalam produk olahan nanas yang mereka hasilkan dengan cara diversifikasi produk, meningkatkan kualitas produk, dan menerapkan proses produksi yang efisien. Selain itu, mereka perlu mengamati dan mengadopsi praktik-praktik bisnis yang terbukti sukses di pasar untuk memperbaiki

strategi bisnis mereka. Dengan menggunakan pendekatan imitasi yang positif, mereka dapat memperbaiki dan memperkuat posisi daya saing di pasar lokal maupun global. Pemilik UMKM juga disarankan untuk mengeksplorasi inovasi dalam pemasaran dan distribusi produk, baik melalui saluran pemasaran offline maupun online, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan secara berkelanjutan.