

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari pembahasan diatas dapat kita simpulkan bahwa penulis menggunakan dimensi *unaware* dan kuisioner terbuka untuk mengetahui desain yang efektif untuk sosialisasi dan mengukur tingkat kesadaran UMKM terhadap keanggotaan asosiasi Spekal. Berdasarkan hasil tabulasi data yang sudah di olah dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Secara keseluruhan, banyak dari responden yang belum mengetahui adanya asosiasi Spekal dan para pelaku UMKM belum mengetahui keuntungan yang didapat yang menyebabkan para pelaku UMKM tersebut belum tergabung kedalam asosiasi Spekal. Ketidaktahuan para UMKM terhadap asosiasi Spekal disebabkan karena tidak adanya informasi dari pihak asosiasi dan dari pihak asosiasi belum mempunyai media sosial untuk mempromosikan atau memberitahukan kepada masyarakat luas. Sedangkan, dari hasil data tabulasi diatas dapat kita lihat, hampir dari seluruh responden memiliki minat yang sangat tinggi untuk bergabung kedalam asosiasi Spekal jika ada informasi dan sosialisasi yang tepat kepada para UMKM tersebut.
2. Desain yang cocok untuk melakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM yaitu seminar dalam kelompok kecil dengan menggunakan *classroom shape*. Tempat yang efektif untuk melakukan sosialisasi tersebut yaitu balai desa dengan materi tambahan yang disampaikan tentang pengembangan usaha, dan waktu yang efektif untuk melakukan sosialisasi yaitu pada hari libur ataupun waktu senggang para pelaku UMKM.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti kepada Asosiasi Spekal adalah sebagai berikut :

1. Seharusnya asosiasi Spekal memberikan informasi seputar asosiasi dan keuntungan yang didapat jika menjadi anggota asosiasi Spekal kepada masyarakat luas untuk menarik minat masyarakat untuk bergabung kedalam keanggotaan Spekal. Selain itu pihak asosiasi harus membuat media sosial agar para pelaku UMKM mudah mengakses dan mencari informasi seputar asosiasi Spekal.
2. Dari hasil pembahasan diatas cara yang paling diminati dalam melaukan sosialisasi yaitu dengan cara seminar. Selain itu materi yang disampaikan untuk menarik minat para UMKM selain seputar asosiasi yaitu materi yang berhubungan dengan pengembangan usaha. Karena para pelaku UMKM ingin usaha yang dibangunnya berkembang dan dapat menambah cabang di tempat lain. Dari hasil tabulasi diatas waktu yang paling efektif untuk melakukan sosialisasi atau sosialisasi yaitu waktu libur atau waktu senggang.