

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konten Instagram dari BPR Artha Pamenang masih memiliki beberapa masalah yang mengakibatkan banyak masyarakat atau calon nasabah yang kurang mengetahuinya. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut, penulis melakukan perancangan ulang dan memberikan strategi pada konten-konten Instagram BPR Artha Pamenang baik dari segi *feed*, *stories*, hingga *reels*. Selain itu konten Instagram dari BPR Artha Pamenang akan ditargetkan kepada pelaku UMKM, dimana akan menempatkan BPR Artha Pamenang sebagai BPR ramah UMKM. Dapat dikatakan BPR ramah UMKM karena BPR Artha Pamenang mempunyai keunikan dari BPR lain disekitarnya, yaitu memiliki bunga bank paling kecil se Kabupaten Kediri. Selain itu, penulis juga membuat media pendukung seperti, brosur, banner, x-banner, buku nota, kaos, topi, stiker, kalender, hingga jam dinding untuk memberikan tambahan media promosi tentang BPR Artha Pamenang.

6.2 Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan pada penelitian ini, terdapat kesempatan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas, misalnya dalam aspek media promosi dan pemasaran. Hal ini bisa dilihat dari salah satu hambatan yang dimiliki oleh BPR Artha Pamenang yang saat ini hanya melakukan promosi produknya masih secara mulut ke mulut dan *door to door*. Selain itu BPR Artha Pamenang juga tidak memosisikan sebagai BPR ramah UMKM pada promosi promosinya. Hasil dari perancangan konten Instagram BPR Artha Pamenang ini dapat dijadikan sebagai rujukan akan hal tersebut. Dengan begitu, diharapkan dapat membantu BPR Artha Pamenang untuk bisa semakin berkembang dan dapat membantu UMKM semakin berjaya.

Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan *impact* kepada pelaku UMKM, khususnya pelaku UMKM Kabupaten Kediri.