

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penilaian yang telah dirancang dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Tugas akhir ini menghasilkan sebuah rancangan penilaian tingkat kesiapan adopsi teknologi *digital marketing* berdasarkan beberapa indikator yang relevan dengan IKM binaan di Sentra Rendang Kota Padang. Hasil yang dicapai dalam studi ini sebagai berikut:

1. Penentuan indikator penilaian kesiapan adopsi teknologi untuk menunjang penerapan *digital marketing* pada IKM binaan Sentra Rendang Padang terdiri dari infrastruktur teknologi dan informasi dan kemampuan dalam menggunakan internet, lingkup perusahaan, biaya adopsi teknologi, pengetahuan pemilik usaha terkait *digital marketing*, sikap pemilik usaha terhadap teknologi baru, keterampilan manajerial dan pemahaman tentang manajemen perubahan, kesiapan konsumen, dan dukungan pemerintah.
2. Pembobotan indikator penilaian kesiapan adopsi teknologi untuk menunjang penerapan *digital marketing* pada IKM binaan Sentra Rendang Padang diperoleh Infrastruktur teknologi dan informasi sebesar 0.274, Kemampuan dalam menggunakan internet sebesar 0.150, Lingkup perusahaan sebesar 0.049, Biaya adopsi teknologi sebesar 0.064, Pengetahuan pemilik usaha terkait *digital marketing* sebesar 0.066, Sikap pemilik usaha terhadap teknologi baru sebesar 0.079, Keterampilan manajerial dan pemahaman tentang manajemen perubahan sebesar 0.136, Kesiapan konsumen sebesar 0.127, dan Dukungan pemerintah sebesar 0.054.
3. Hasil penilaian kesiapan adopsi teknologi untuk menunjang penerapan *digital marketing* pada IKM binaan Sentra Rendang Padang adalah dari

sebanyak 14 IKM yang menjadi perwakilan penelitian, 12 dari IKM tersebut memiliki tingkat kesiapan sedang, dan 2 IKM memiliki tingkat kesiapan adopsi tinggi.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, berikut adalah beberapa saran penelitian selanjutnya:

1. Menganalisis lebih lanjut tentang implementasi strategi *digital marketing* di IKM binaan Sentra Rendang Padang. Hal ini melibatkan pemahaman lebih dalam tentang kendala dan tantangan yang dihadapi oleh IKM dalam menerapkan strategi tersebut.
2. Mengukur efektivitas strategi *digital marketing* yang diimplementasikan oleh IKM binaan Sentra Rendang Padang. Ini dapat melibatkan analisis kinerja penjualan, tingkat konversi, atau dampak positif lainnya yang dihasilkan oleh penerapan teknologi *digital marketing*.

