

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan pada BAB IV, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Penggunaan *digital marketing* pada pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk, memudahkan transaksi, dan mendorong pembelian ulang. *Digital marketing* memungkinkan konsumen dapat membeli produk dari mana saja tanpa harus mengunjungi penjual. Pedagang juga menyediakan informasi yang berkualitas yang dapat membantu konsumen dalam memilih dan memutuskan produk yang diinginkan serta mengurangi keraguan dalam pembelian. Selain itu, mencantumkan harga produk yang jelas juga dapat membantu konsumen memastikan pilihan mereka, meningkatkan kepercayaan, dan menarik perhatian untuk melakukan pembelian.
2. Pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh merasakan dampak *digital marketing* dari segi peningkatan volume penjualan, laba, dan pertumbuhan usaha. Volume penjualan yang mengalami peningkatan mengakibatkan laba usaha juga meningkat. Peningkatan laba ini berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan usaha.
3. *Digital marketing* juga memberikan dampak terhadap strategi pemasaran pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh. Strategi produk berupa penyediaan produk berkualitas dan terjamin melalui *digital marketing* dapat membangun kepercayaan konsumen. *Digital marketing* juga dapat

memperluas jangkauan pasar melalui promosi yang dilakukan diberbagai media *online*. Memanfaatkan *digital marketing* sebagai salah satu alat pemasaran membuat pedagang lebih mudah melakukan promosi dengan biaya yang lebih rendah, waktu yang lebih singkat, sehingga lebih efisien.

5.2 Implikasi Penelitian

Beberapa temuan dalam penelitian ini memiliki implikasi positif yang dapat memberikan manfaat bagi pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh. Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi para pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh untuk meningkatkan kinerja mereka.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan *digital marketing* berdampak pada penjualan para pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh. Volume penjualan meningkat setelah para pedagang menerapkan *digital marketing*. Peningkatan penjualan juga berkontribusi pada peningkatan laba yang diperoleh pedagang dan mendukung pertumbuhan usaha mereka. Beberapa faktor yang mendorong peningkatan penjualan tersebut antara lain adalah promosi, kualitas informasi, kualitas produk, kepercayaan konsumen, lokasi, kemudahan akses, dan strategi harga.

Para pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor tersebut untuk mendorong pertumbuhan bisnis mereka. Menjaga kualitas informasi dan produk adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Di samping itu, strategi promosi dan pilihan media promosi juga memiliki dampak signifikan terhadap volume penjualan para pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh. Menggunakan media sosial sebagai alat promosi harus

tetap dilakukan agar pedagang bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, para pelaku usaha dapat menggunakan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk memastikan situs web mereka muncul di posisi teratas hasil pencarian, sehingga meningkatkan kemungkinan konsumen mengunjungi akun mereka.

Selain melakukan promosi, pemilihan dan penggunaan media pemasaran yang tepat juga berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan. Pedagang dapat memanfaatkan berbagai media seperti *Instagram, Whatsapp, Tiktok, Gojek* dan lainnya secara maksimal. Penggunaan media pemasaran yang efektif dapat meningkatkan interaksi antara pedagang dan konsumen. Selain itu, mereka dapat membuat video promosi yang menarik untuk diposting di media tersebut. Video yang menarik akan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa aspek yang perlu diperbaiki oleh peneliti di masa mendatang. Salah satunya adalah keterbatasan dalam referensi atau sumber informasi mengenai *digital marketing* yang membatasi penelitian ini.

5.4 Saran

5.4.1 Bagi Pedagang di Pasar Kuliner Kota Payakumbuh

Mengingat pentingnya penggunaan *digital marketing* bagi pedagang di pasar kuliner kota payakumbuh, sebaiknya para pedagang disarankan untuk lebih aktif dalam mencari tahu dan juga aktif dalam menerapkan secara langsung perkembangan penggunaan *digital marketing*, misalnya dengan memposting foto dan video produk setiap hari. Selain itu, mereka dapat meningkatkan promosi produk dengan menggunakan strategi *endorsment*, dan menciptakan konten

promosi sendiri. Promosi diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Para pedagang juga disarankan agar ke depannya tidak hanya memanfaatkan media digital dalam pemasaran, tetapi juga mengadopsi metode pembayaran digital untuk meningkatkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi.

5.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti berikutnya adalah untuk mengeksplorasi aspek baru dalam *digital marketing*, seperti objek dan lokasi yang berbeda. Selain itu, dapat mempertimbangkan untuk mengkaji *digital marketing* dengan memasukkan variabel lain seperti menambahkan cara pembayaran digital pada transaksi yang dilakukan.

