

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dengan memperhatikan hasil penelitian ini yang dimuat pada bab sebelumnya, penelitian ini memuat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa penerapan pemasaran digital telah membawa perubahan signifikan bagi UMKM makanan dan minuman di Kota Payakumbuh. Sebelum menggunakan pemasaran digital, jangkauan pasar UMKM terbatas, dan biaya promosi relatif tinggi. Namun, dengan penerapan pemasaran digital, jangkauan pasar menjadi lebih luas, memungkinkan UMKM menjangkau lebih banyak konsumen, sementara biaya promosi menjadi lebih efisien. Selain itu, interaksi dengan pelanggan menjadi lebih mudah melalui berbagai fitur digital yang memungkinkan komunikasi tanpa batasan jarak dan waktu.
2. Inovasi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi disruptif seperti media sosial, *platform* pesan antar makanan dan minuman, serta *influencer marketing* sudah diperkenalkan oleh beberapa UMKM makanan dan minuman di Kota Payakumbuh. Inovasi ini tidak hanya membantu memperluas jangkauan pemasaran saja, tetapi juga menjaga konsistensi konten yang diproduksi. Dengan memanfaatkan tren terbaru, UMKM mampu bersaing dengan lebih baik dalam menghadapi tantangan promosi sekaligus menciptakan konten yang menarik bagi konsumen.

3. Peran teknologi disruptif dalam operasional UMKM makanan dan minuman di Kota Payakumbuh sangat signifikan. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan *platform* digital telah mempermudah operasional usaha sehari-hari, mulai dari proses pemasaran hingga efisiensi operasional. Teknologi ini memungkinkan UMKM makanan dan minuman dapat bersaing dengan lebih baik lagi di pasar dengan menggantikan metode lama yang kurang efisien, sehingga bisnis dapat berjalan dengan lebih efektif dan inovatif.

## 5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator dan sub indikator dalam pemasaran digital dan inovasi teknologi disruptif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM makanan dan minuman di Kota Payakumbuh. Berdasarkan wawancara dengan beberapa informan, pemasaran digital terbukti berperan penting dalam mendukung kelangsungan usaha UMKM makanan dan minuman. Temuan ini sejalan dengan hasil wawancara dengan konsumen yang memberikan pandangan tambahan bahwa penerapan pemasaran digital dapat memberikan berbagai manfaat, termasuk dalam memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya promosi, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM makanan dan minuman dapat memaksimalkan pemasaran dengan mengadopsi teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, menurunkan biaya promosi, dan meningkatkan

interaksi dengan pelanggan. Untuk hasil yang lebih efektif, UMKM makanan dan minuman disarankan menggabungkan pemasaran digital dan tradisional, serta memanfaatkan tren media sosial dan inovasi teknologi seperti *influencer marketing*, dan *platform* pesan antar makanan dan minuman. Pembuatan konten berkualitas yang konsisten dan menarik adalah kunci untuk menjaga reputasi usaha dan menarik minat konsumen.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menemukan berbagai hambatan yang menjadi keterbatasan dalam penelitian.

1. Keterbatasan Lingkup Penelitian: Penelitian hanya fokus pada UMKM makanan dan minuman di Kota Payakumbuh yang sudah menggunakan pemasaran digital, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasikan ke sektor atau wilayah lain.
2. Keterbatasan Inovasi: Fokus penelitian ini hanya pada pemasaran digital dan inovasi penggunaan teknologi disruptif, sehingga belum mengeksplorasi inovasi lain yang mungkin relevan.

### 5.4. Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka dikemukakan beberapa saran yang bisa digunakan oleh beberapa pihak, diantaranya adalah:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan kemampuan interpersonal untuk menggali informasi dengan lebih mendalam menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*).
2. Disarankan untuk menambah atau memperluas unit penelitian, serta memilih studi kasus yang berbeda dari penelitian ini untuk mendapatkan wawasan yang lebih bervariasi.
3. Konsep yang digunakan perlu diperluas agar tidak hanya terbatas pada pemasaran digital dan inovasi penggunaan teknologi disruptif pada UMKM makanan dan minuman di Kota Payakumbuh, tetapi juga memanfaatkan konsep dari sumber yang berbeda untuk meningkatkan keragaman penelitian.
4. Disarankan untuk menggunakan pendekatan dan metode penelitian yang berbeda guna memperkaya informasi mengenai fenomena yang diteliti.
5. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi konsep yang berbeda, seperti pemasaran digital dalam peningkatan penjualan pada UMKM di sektor lain.

