

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis dan pengujian pengetahuan teknologi *internet marketing* dan penerapan *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha. Sampel penelitian ini terdapat sebanyak 33 responden yang diteliti dan memenuhi kriteria. Kriteria sampel penelitian ini yaitu pelaku usaha wanita yang menggunakan *media sosial* yang berlokasi di kecamatan tembalang, serta sudah menggunakan *digital marketing media sosial* sebagai strategi pemasaran minimal 6 bulan sampai 1 tahun. Responden ini diambil dengan melakukan penyebaran kuesioner dan kemudian diseleksi lagi agar mendapatkan responden yang sesuai. Hasil analisis setelah dilakukan penelitian ini memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan teknologi *internet marketing* oleh pelaku usaha wanita di Kecamatan Tembalang memiliki nilai rata – rata 4,48 yang termasuk dalam kategori tinggi.
2. Penerapan *digital marketing* oleh pelaku usaha wanita di Kecamatan Tembalang memiliki nilai rata – rata 4,40 yang termasuk dalam kategori tinggi.
3. Keberhasilan usaha memiliki nilai yang tinggi dengan rata – rata 4,04 yang termasuk dalam kategori tinggi.
4. Pengetahuan teknologi *internet marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan *digital marketing* dikarenakan nilai signifikan yang dihasilkan yaitu sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,647) lebih besar dari t tabel (2,042).
5. Penerapan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dikarenakan nilai signifikan yang dihasilkan yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (5,900) lebih besar dari t tabel (2,042).

6. Beberapa pelaku usaha wanita di Kecamatan Tembalang sudah banyak yang memanfaatkan *digital marketing media social* sebagai strategi pemasaran usaha mereka terutama pelaku usaha yang baru memulai bisnisnya, hal ini diketahui dari hasil jawaban responden yang mengatakan bahwa mereka memiliki beberapa akun *media social* dan dapat menjalankannya. Walaupun masih ada beberapa pengusaha wanita yang hanya memahami satu *media social* saja, namun mereka tetap belajar untuk lebih memahami *digital marketing media social* yang lain. Mereka merasa bahwa manfaat dari *digital marketing media social* sangat membantu untuk usaha mereka, terutama dalam hal memasarkan atau memperkenalkan produk atau jasa usaha mereka. Melakukan promosi dengan menggunakan *digital marketing media social* sangatlah efektif karena dapat menekankan biaya dan waktu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka ada beberapa saran yang peneliti berikan yaitu:

1. Pengetahuan teknologi *internet marketing* terbukti memberikan pengaruh terhadap penerapan *digital marketing*, untuk itu hendaknya para pelaku usaha wanita yang belum memiliki pengetahuan dan niat menerapkan *digital marketing* untuk usaha mereka harus menumbuhkan keyakinan diri dalam meningkatkan pengetahuan tentang teknologi internet dan menerapkan *digital marketing* agar dapat menjalankan usaha mereka menjadi lebih baik lagi.
2. Penerapan *digital marketing* juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha seperti semakin meluasnya pangsa pasar, terjadinya peningkatan penjualan dan pendapatan. Maka penting bagi pelaku usaha wanita yang belum menerapkan *digital marketing* untuk menerapkan *digital marketing* dengan melihat manfaat dan nilai positif yang diberikan untuk usaha mereka.
3. Instansi pemerintah perlu memberikan sosialisasi yang lebih meluas mengenai pengaruh dan manfaat terhadap penerapan *digital marketing* bagi

para pelaku usaha wanita, dengan harapan para pelaku usaha wanita mendapatkan pengetahuan dan wawasan yang luas untuk menerapkan *digital marketing* sebagai media promosi dan penjualan.

