

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritik dari hasil penelitian yang telah di laksanakan terkait Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha Pedagang di Pasar Tegalbugug, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh pedagang dapat memberikan dampak nyata terhadap keberhasilan usaha mereka. Strategi tersebut meliputi pemilihan platform digital yang sesuai dengan karakteristik target konsumen, penyusunan konten yang menarik dan informatif, konsistensi dalam mengunggah konten, serta interaksi yang aktif dan responsif dengan pelanggan. Hal ini berkontribusi pada peningkatan visibilitas usaha, membangun loyalitas pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha pedagang mencakup pemilihan platform yang sesuai, penerapan strategi promosi yang efektif, penetapan harga yang kompetitif, serta kualitas dan relevansi produk yang dijual. Untuk mempertahankan daya saing, produk harus disesuaikan dengan tren pasar dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Keempat komponen ini saling berhubungan dan memengaruhi kepuasan pelanggan serta kelangsungan bisnis dalam jangka panjang.
3. Dampak penggunaan e-commerce dan media sosial secara umum terlihat melalui peningkatan traffic akun, peningkatan jumlah transaksi penjualan, serta peningkatan pendapatan. Aktivitas seperti live streaming, promosi pada momen tertentu, dan penggunaan fitur platform digital telah memberi usaha lebih banyak kesempatan untuk memasarkan barang mereka dan menjangkau pelanggan lintas wilayah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis mengharapkan beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:

1. Pedagang di Pasar Tegalgubug harus terus mengembangkan dan menyesuaikan strategi pemasaran digital mereka untuk mengikuti tren dan preferensi pelanggan. Penting untuk mempertahankan kualitas produk, mempertahankan frekuensi interaksi dengan pelanggan, dan sepenuhnya memanfaatkan fitur digital untuk terus meningkatkan usahanya.
2. Bagi pelaku UMKM lainnya, disarankan untuk memperhatikan kesesuaian antara platform yang digunakan dengan segmentasi pasar yang dituju, serta menyesuaikan produk dan strategi promosi berdasarkan respons pasar digital. Hal ini penting untuk menumbuhkan daya saing yang berkelanjutan.