

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut kesimpulan yang dijabarkan:

1. Digital marketing dibuktikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan E-market sensing capability dalam membantu para UMKM fashion memahami trend pasar dan perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan semakin aktif pada pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital, maka semakin baik kemampuan mereka dalam mendeteksi peluang dan perubahan pasar.
2. Digital marketing dibuktikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penetrasi Pasar UMKM fashion di Indonesia. Hal ini dibuktikan bahwa menerapkan digital marketing mempengaruhi perluasan pangsa pasar, maka dari itu dengan adanya digital marketing UMKM dapat lebih mudah menjangkau para pelanggan baru.
3. E-Market sensing capability dibuktikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penetrasi Pasar UMKM fashion di Indonesia. Hal ini dibuktikan dalam menganalisis trend pasar secara digital berkontribusi pada strategi penetrasi pasar, oleh karena itu bisnis yang mampu memahami kebutuhan pelanggan cenderung berhasil menarik dan mempertahankan pelanggannya.
4. Penetrasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM fashion di Indonesia. Kemudian, penggunaan metode yang efektif saat ini dengan memaksimalkan konten video dan mempublikasikannya melalui MetaAds serta berdampak pada peningkatan penjualan. Namun hal ini memiliki beberapa tantangan yang perlu dihadapi yaitu persaingan yang semakin ketat, membutuhkan konsistensi dalam pembuatan konten yang relevan, serta kemampuan beradaptasi dengan trend digital yang memiliki perubahan cepat. Hal ini mengidentifikasikan bahwa dengan melakukan strategi Penetrasi pasar

yang tepat akan mendukung peningkatan Kinerja Bisnis UMKM fashion di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut saran yang dijabarkan:

1. Para pelaku UMKM fashion sebaiknya lebih aktif dalam mengimplementasikan startegi digital marketing, misalnya seperti pemasaran melalui media sosial, iklan berbayar, serta kolaborasi dengan para influencer menggunakan konten video yang dapat memberikan peningkatan dalam keterlibatan para pelanggan agar memperkuat citra merek.
2. UMKM Fashion disarankan menganalisis data dari media sosial dan marketplace, dikarenakan bisnis dapat lebih mudah menyesuaikan strategi pemasaran untuk memahami pola belanja konsumen.
3. UMKM Fashion disarankan memiliki inovasi yang beragam baik dalam desain produk maupun strategi pemasaran atau menawarkan layanan pelanggan yang responsive agar meningkatkan loyalitas pelanggan
4. Selain mengandalkan marketplace lokal, para UMKM harus mempertimbangkan ekspansi ke pasar internasional atau pemanfaatan strategi pemasaran berbasis komunitas bisa menjadi cara efektif untuk menjangkau lebih banyak pelanggan baru.