

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden lebih didominasi oleh perempuan yaitu sebesar 60% dan laki-laki sebesar 40%. Pada aspek pendapatan usaha pertahun yang diklasifikasikan berdasarkan 2 kategori yaitu pendapatan usaha per tahun senilai kurang dari Rp. 50 Juta yang didapat hasil sebesar 48% dari jumlah responden dan kategori pendapatan usaha pertahun senilai Rp. 50 Juta s/d Rp. 500 Juta yang didapati hasil sebesar 52% dari jumlah responden.
2. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Pelatihan Digital Marketing terhadap daya Saing Usaha Kecil dan Menengah. Hal ini dapat dilihat dari uji T yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $8,185 > t$ tabel $1,660$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis alternatif “Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta Selatan” diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa pelatihan digital marketing mempengaruhi daya saing usaha kecil dan

menengah sebesar 40,6%. Sedangkan sisanya sebesar 59,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak disertakan pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan pada data yang diperoleh melalui penelitian, terdapat beberapa saran yang diharapkan memiliki manfaat untuk keberlangsungan penelitian ini kedepannya. Adapun saran tersebut berupa:

1. Pada pengujian korelasi antar indikator pada variabel X, indikator pelatih memiliki hubungan yang paling rendah dari lima indikator variabel X lainnya. Maka dari itu saran yang dapat diberikan adalah pelatih harus lebih percaya diri dalam mengajarkan materi pelatihan kepada peserta. Selain itu pelatih juga harus mampu memiliki komunikasi yang baik dengan peserta agar para peserta lebih memahami materi yang diberikan oleh pelatih.
2. Bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah di wilayah Jakarta Selatan untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing. Dengan memfokuskan pada pelatihan digital marketing sehingga memberikan pedoman yang berguna bagi pemilik bisnis kecil dan menengah untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif serta meraih keunggulan kompetitif di baik di pasar lokal Jakarta Selatan maupun global.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat meneliti permasalahan dan fokus penelitian yang lebih dalam bahkan dengan menambahkan variabel

baru dalam penelitian untuk dapat menyempurnakan hasil dari penelitian ini.

