

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Social Media Marketing dalam meningkatkan pendapatan usaha pedagang pakaian di Pasar Kotanopan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan Social Media Marketing pada pedagang pakaian di Pasar Kotanopan dilakukan melalui pemanfaatan Facebook, TikTok, dan WhatsApp sebagai sarana pemasaran. Media sosial digunakan untuk mempublikasikan foto dan video produk, menyampaikan informasi mengenai harga, ukuran, dan ketersediaan barang, serta membangun komunikasi dengan konsumen. Penerapannya belum dilakukan secara merata dan terdapat perbedaan tingkat pemanfaatan antar pedagang. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh kemampuan literasi digital, konsistensi dalam membuat dan mengunggah konten, keterbatasan waktu, kemampuan memanfaatkan teknologi digital, serta kondisi jaringan internet.
2. Peran Social Media Marketing terhadap pendapatan usaha terlihat melalui perluasan jangkauan pemasaran, peningkatan akses konsumen terhadap informasi produk, interaksi yang lebih intensif antara pedagang dan konsumen, bertambahnya pelanggan, serta meningkatnya peluang transaksi dan volume penjualan. Kondisi tersebut mendukung peningkatan pendapatan bagi pedagang yang aktif memanfaatkan media sosial. Namun, peningkatan pendapatan tidak terjadi secara otomatis hanya karena penggunaan media sosial dan tidak menunjukkan tingkat yang sama pada setiap pedagang. Efektivitas Social Media Marketing dipengaruhi oleh kualitas konten, intensitas promosi, kemampuan digital pedagang, kualitas pelayanan, serta kemampuan dalam membangun kepercayaan konsumen melalui penyampaian informasi produk yang jujur dan transparan.

B. Saran

1. Bagi pedagang pakaian di Pasar Kotanopan, disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara lebih optimal dan konsisten sebagai media marketing dengan rutin mengunggah konten produk, meningkatkan kualitas foto dan video promosi, memberikan informasi produk secara lengkap, serta menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen.
2. Bagi Pemerintah Daerah, pengelola Pasar Kotanopan, atau instansi terkait, diharapkan dapat memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran digital serta literasi media sosial kepada para pedagang pasar tradisional. Selain itu, peningkatan kualitas jaringan internet dan fasilitas pendukung di kawasan pasar juga perlu diperhatikan agar pemanfaatan media sosial dapat dilakukan secara lebih optimal.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek penelitian yang lebih luas atau menggunakan pendekatan yang berbeda sehingga dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pendapatan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdula, A. I., & Baluta, H. A. (2020). *Peculiarities of using of the Moodle test tools in*. 306–320.
- Arianty, N., & Ghafara, B. (2022). Peran Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Di Desa Mesjid, Kecamatan Batang Kuis. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(22), 110–115. <https://doi.org/10.59086/jpm.v1i3.193>
- Drury, G. (2008). Opinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 274– 277. <https://doi.org/10.1057/palgrave.dddmp.4350096>
- Febrianty, A. (2023). *ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DIKAMPOENG KAOS MADINA. SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL*.
- Gunelius, S. (2011). *Minute Social Media Marketing: Step-by-Step Techniques to Spread the Word About Your Business Fast and Free*. McGraw-Hill.
- Hamir, H. (2021). An Analysis of Risk Management Processes and Comparison with ISO31000:2018e. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 3(4), 16–30. <https://doi.org/10.55057/ajrbm.2021.3.4.3>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.
- Sachrir, M. I., & Mustari, U. A. (2025). Strategi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Untuk Penguatan Kapasitas Sdm Usaha Mikro Di Kampung Bukit Makmur , Kalimantan Timur. *Nusantara Innovation Journal Vol.*, 3(2), 195–215.
- Siregar, M. F., Harahap, M. I., & Rahmani, N. A. B. (2025). Peran Media Sosial terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Fashion Muslim melalui Peningkatan Pendapatan di Kabupaten Padang Lawas Utara. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(4). <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1906>
- Situmorang, T. A. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Digital*

Marketing pada Online Shop @Mitha_Boutique1. UNIVERSITAS MEDAN AREA.

Suworo. (2025). *Analisis Sosial Media Marketing*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.

Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0 Social Media Marketing In Web 2.0 World*. Praeger Publisher.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. Sage Publications.

Wibowo, A., Chen, S.-C., Wiang, E., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2021). Social media marketing strategy: Definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51–70.

HASIL WAWANCARA:

Ahsana, Najwa. (2026). Wawancara dengan Konsumen di Kotanopan.

Andi. (2026). Wawancara dengan Bapak Andi Pedagang Pakaian di Kotanopan.

Danau, R. (2026). Wawancara dengan Bapak Riak Danau Pedagang Pakaian di Kotanopan.

Dani. (2026). Wawancara dengan Ibu Dani Pedagang Pakaian di Kotanopan.

Lubis. (2026). Wawancara dengan Bapak Lubis Pedagang Pakaian di Kotanopan.

Lubis, Aisyah. (2026). Wawancara dengan Konsumen di Kotanopan.

Lubis, Parlin. (2026). Pengelola Pasar Kotanopan

Rifa'i. (2026). Wawancara dengan Bapak Rifa'i Pedagang Pakaian di Kotanopan.

Syahdan. (2026). Wawancara dengan Bapak Syahdan Pedagang Pakaian di Kotanopan.

Wardah. (2026). Wawancara dengan Konsumen di Kotanopan.

LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

Nama :

Usia :

Media Sosial yang digunakan :

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu menjalankan usaha pakaian di Pasar Kotanopan?
2. Apakah Bapak/Ibu menggunakan media sosial sebagai media marketing dalam menjalankan usaha? Jika ya, media sosial apa saja yang digunakan?
3. Apa alasan Bapak/Ibu menggunakan atau tidak menggunakan media sosial sebagai media marketing?
4. Bagaimana cara Bapak/Ibu memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk pakaian yang dijual?
5. Menurut Bapak/Ibu, apa saja manfaat yang diperoleh setelah memanfaatkan media sosial sebagai media marketing?
6. Bagaimana tanggapan atau respons konsumen terhadap promosi yang dilakukan melalui media sosial?
7. Apakah terdapat perubahan jumlah pelanggan setelah Bapak/Ibu menggunakan media sosial? Mohon dijelaskan.
8. Menurut pengalaman Bapak/Ibu, perubahan apa yang terjadi pada pendapatan atau omzet setelah menggunakan media sosial? Jika ada, bagaimana perubahan tersebut? Sebelumnya kira-kira berapa? Setelah menggunakan media sosial berapa? Dalam periode berapa? Apakah perubahan tersebut terjadi terus-menerus?, faktor apa saja yang menurut Bapak/Ibu berkaitan dengan perubahan tersebut? selain dari media sosial, apakah ada faktor lain? Apakah ada bukti/catatan penjualan?

9. Menurut Bapak/Ibu, faktor apa yang menyebabkan pendapatan usaha meningkat atau belum mengalami peningkatan setelah menggunakan media sosial?



10. Apa saja kendala yang Bapak/Ibu hadapi dalam memanfaatkan media sosial sebagai media marketing?
11. Bagaimana cara Bapak/Ibu mengatasi kendala tersebut agar media sosial tetap dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran?
12. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana peran media sosial sebagai media marketing dalam meningkatkan pendapatan usaha pedagang pakaian di Pasar Kotanopan?



LAMPIRAN DOKUMENTASI





SURAT PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
STAIN Mandailing Natal

Di -

Tempat

Assalamu alaikum wr,wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LUHUD
NIM : 21080076
Tempat/tgl lahir : Muarapotan, 10 Maret 2002
Program studi : Ekonomi Syariah
Semester : X (Sepuluh)
Alamat : Muarapotan, Kec. Kotanopan, Kab. Madina

Dengan ini mengajukan surat permohonan agar bapak berkenan memberikan surat pemohonan izin penelitian dengan data

Judul skripsi : Peran Media Sosial Sebagai Media Marketing dalam
Meningkatkan Pendapatan Usaha Pedagang Pakaian di
Pasar Kotanopan
Pembimbing I : Faisal Affandi, M.E.I / NIP.198310182019031006
Pembimbing II : Nurintan Siregar, M.E / NIP. 198610212019032008
Ka. Prodi : Faisal Rahmat, M.E
Tujuan Surat : Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal
Alamat : Komp. Perkantoran Payaloting, Panyabungan Sumatera
Utara, Kode Pos 22978

Demikian surat permohonan ini saya perbuat, atas perhatian bapak saya ucapkan terimakasih.

Panyabungan, 10 Juli 2026
Pemohon



LUHUD
NIM. 21080076



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
DINAS PERDAGANGAN
Komplek Perkantoran Payaloting Panyabungan Sumatera Utara
Telp. (0636) 326187 Fax. (0636) 326302

Panyabungan, 21 Juli 2026

Nomor : 500.2/375/DISDAG/2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Bapak Kepala Pusat Penelitian
dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
STAIN Mandailing Natal
di-
Tempat

Menindaklanjuti surat Bapak Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
STAIN Mandailing Natal Nomor : B-725/Sti.21/F.1/TL.00/07/2026 tanggal 13 Juli 2026 perihal
Permohonan Izin Penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, diberitahukan bahwa pada prinsipnya kami bersedia
dan memberikan kesempatan kepada :

Nama : Luhud
NIM : 21-08-0076
Program Studi : Ekonomi Syariah (ES)

untuk melaksanakan Penelitian di Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal mulai bulan Juli
s/d September 2026 dengan ketentuan selama menjalankan penelitian harus tetap mematuhi
peraturan yang berlaku dan protokol kesehatan, dan menyerahkan hasil peneitian nya (dokumen
penelitian) sebanyak 1 (satu) rangkap ke Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal sebagai
bahan informasi bagi Dinas.

Demikian disampaikan, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pit. KEPALA DINAS PERDAGANGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL



MUHAMMAD SYUKRI NASUTION, SP, MM
PEMBINA
NIP. 19820430 201001 1 013

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

1. Nama Lengkap : Luhud
2. Tempat/Tgl Lahir : Muarapotan, 10 Maret 2002
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Anak Ke : 2 Dari 5 Bersaudara
6. Alamat : Muarapotan
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No Telepon/Hp : 0822-7625-3595
9. E-mail : ahmatlut663@gmail.com



B. Pendidikan

1. SD Negeri 225 Aek Marian
2. SMP Negeri 8 Satu Atap Kotanopan
3. SMK Negeri 2 Kotanopan
4. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal

C. Identitas Orang Tua

1. Nama Ayah : Irsan
2. Pekerjaan : Petani/Pekebun
3. Nama Ibu : Suleha
4. Pekerjaan : Petani/Pekebun

Alamat : Muarapotan