

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pemanfaatan digital terhadap performa pemasaran agen properti di Brighton Harmony Depok, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap performa pemasaran agen properti dengan besaran pengaruh sebesar 45,0%, sedangkan 55,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pada variabel pemanfaatan digital, dimensi *Task-Technology Fit* memperoleh skor rata-rata tertinggi, sedangkan dimensi *Performance Support* memperoleh skor rata-rata terendah. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian teknologi dengan tugas pemasaran telah dirasakan dengan sangat baik oleh agen, sementara dukungan teknologi terhadap peningkatan produktivitas masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar teknologi. Pada variabel performa pemasaran, dimensi efektivitas kerja memperoleh skor rata-rata tertinggi, sedangkan dimensi kualitas keputusan memperoleh skor rata-rata terendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa agen telah mampu melaksanakan aktivitas pemasaran secara efektif, namun pengambilan keputusan pemasaran tetap memerlukan pengalaman, pengetahuan pasar, dan pertimbangan profesional.

Berdasarkan kelompok generasi, Generasi Z memperoleh rata-rata skor tertinggi pada variabel pemanfaatan digital sebesar 3,64 dan performa pemasaran sebesar 3,63, sedangkan Baby Boomer memperoleh rata-rata skor terendah, yaitu sebesar 3,12 pada variabel pemanfaatan digital dan sebesar 3,04 pada variabel performa pemasaran. Meskipun demikian, seluruh kelompok generasi berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa teknologi digital telah dimanfaatkan dengan baik oleh seluruh agen properti Brighton Harmony Depok dalam mendukung aktivitas pemasaran.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. Brighton Harmony Depok disarankan untuk meningkatkan pelatihan pemanfaatan teknologi digital secara berkala, khususnya terkait penggunaan Brighton Apps dan media digital lainnya, agar seluruh agen mampu memanfaatkan teknologi secara lebih optimal dalam mendukung aktivitas pemasaran.
2. Brighton Harmony Depok disarankan untuk memberikan pendampingan kepada agen yang membutuhkan peningkatan kemampuan digital, terutama bagi kelompok agen yang memiliki tingkat pemanfaatan digital relatif lebih rendah, sehingga kemampuan pemanfaatan teknologi dapat lebih merata di seluruh kelompok generasi.
3. Brighton Harmony Depok disarankan untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap Brighton Apps agar fitur-fitur yang tersedia semakin sesuai dengan kebutuhan pemasaran agen serta mampu memberikan dukungan yang lebih optimal terhadap peningkatan produktivitas kerja.
4. Brighton Harmony Depok disarankan untuk tidak hanya berfokus pada pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga meningkatkan kompetensi nonteknis agen, seperti kemampuan komunikasi, negosiasi, *follow up*, dan *product knowledge*, mengingat masih terdapat 55% faktor lain yang memengaruhi performa pemasaran di luar pemanfaatan digital.
5. Brighton Harmony Depok disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kendala yang dihadapi agen dan menyusun strategi pengembangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan operasional.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori *Task-Technology Fit* (TTF) relevan dalam menjelaskan hubungan antara pemanfaatan digital dan performa pemasaran agen properti. Oleh karena itu, penerapan teori TTF

dapat terus dikembangkan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi pemasaran digital di industri properti maupun sektor jasa lainnya.

2. Temuan bahwa pemanfaatan digital hanya memberikan pengaruh sebesar 45% terhadap performa pemasaran menunjukkan bahwa performa pemasaran tidak hanya dipengaruhi oleh kesesuaian teknologi dengan tugas, tetapi juga oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian. Oleh karena itu, kajian mengenai performa pemasaran perlu dipahami secara lebih komprehensif dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang memengaruhi keberhasilan pemasaran.
3. Perbedaan rata-rata skor pemanfaatan digital dan performa pemasaran antar kelompok generasi menunjukkan bahwa karakteristik generasi dapat menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kajian mengenai pemanfaatan teknologi digital di lingkungan kerja. Temuan ini memberikan gambaran bahwa tingkat pemanfaatan teknologi dapat berbeda pada setiap kelompok generasi meskipun menggunakan sistem digital yang sama.
4. Temuan bahwa dimensi *Task-Technology Fit* memperoleh skor tertinggi, sedangkan *Performance Support* memperoleh skor terendah menunjukkan bahwa kesesuaian teknologi dengan tugas telah dirasakan dengan baik oleh agen, namun manfaat teknologi terhadap peningkatan produktivitas kerja masih dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini memperkaya pemahaman mengenai penerapan teori TTF bahwa kesesuaian teknologi saja belum sepenuhnya menjamin peningkatan performa kerja secara maksimal.