

BAB V

PENUTUP

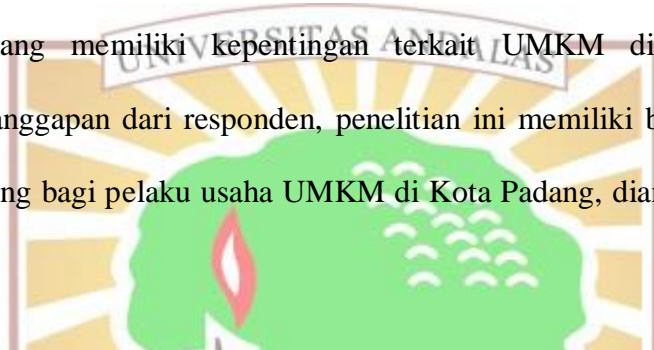
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa sifat proaktif, berani mengambil risiko dan inovatif yang dimiliki oleh pelaku usaha sangat memengaruhi kinerja UMKM.
2. Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dibuat oleh pelaku usaha dengan cara fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan mampu memengaruhi kinerja UMKM.
3. Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menandakan bahwa strategi yang dilakukan para pelaku usaha dengan menerapkan penggunaan media sosial dalam menjalankan usaha tidak dapat memengaruhi peningkatan kinerja UMKM.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan pada penelitian yang telah dilakukan, memberikan implikasi bahwa secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan dalam melakukan pengembangan ilmu pengetahuan terkait usaha/bisnis terutama mengenai orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, penggunaan media sosial serta kinerja UMKM sehingga diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi pihak yang memiliki kepentingan terkait UMKM di Kota Padang. Berdasarkan tanggapan dari responden, penelitian ini memiliki beberapa temuan implikasi penting bagi pelaku usaha UMKM di Kota Padang, diantaranya sebagai berikut:



1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa antara variabel penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi para pelaku UMKM di Kota Padang untuk memperbaiki sistem di media sosial agar tampilannya menjadi lebih *eye catching* sebab di era perkembangan teknologi yang semakin cepat ini seharusnya media sosial dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan penjualan usaha. Membuat desain grafis yang menarik, kini tidak hanya dapat dilakukan oleh professional saja karena sejumlah aplikasi sudah dilengkapi dengan beragam fitur yang memungkinkan penggunaanya untuk mengerjakan berbagai keperluan desain dengan praktis dan mudah tanpa harus mengeluarkan modal yang besar. Untuk memperbaiki tampilan konten, para pelaku usaha bisa memanfaatkan

aplikasi edit foto dan video, seperti Canva, Adobe Photoshop Express, Picsart, dll.

2. Beberapa hal yang bisa dilakukan oleh UMKM dengan memanfaatkan media sosial yaitu, memasarkan produk/jasa, meningkatkan pangsa pasar, dapat berkomunikasi dengan pelanggan/calon pelanggan tanpa harus bertatap muka langsung dan mengurangi biaya promosi serta media sosial yang digunakan tidak hanya sebatas *instagram* dan *whatsapp* saja, namun bisa juga menggunakan media sosial lain seperti *tiktok*, *youtube*, dan media lain yang dirasa sesuai dengan target pasar mereka.
3. Rata-rata responden penelitian ini berpendapat bahwa UMKM lebih banyak menghabiskan waktu untuk *Research and Development (R&D)* jangka pendek daripada *Research and Development (R&D)* jangka panjang. Sebenarnya tidak menjadi masalah jika pelaku UMKM menerapkan cara ini, namun sebaiknya, dikarenakan rentang waktu untuk *R&D* singkat, pelaku UMKM harus tetap memberikan produk/jasa yang terbaik bagi pelanggan, tidak sekedar inovatif namun produk/jasa juga berkualitas baik. Maksud dari berkualitas baik adalah mudah digunakan, ramah lingkungan, kemasannya menarik, kalau produknya berupa makanan harus dipastikan memiliki rasa yang sesuai dengan selera pelanggan tetapi jika non makanan, dipastikan umur produk panjang alias tidak mudah rusak.
4. Responden pada penelitian ini memberikan pernyataan bahwa mereka

tidak secara rutin mengamati kekuatan dan kelemahan dari kompetitor. Seharusnya pengamatan tersebut penting untuk dilakukan jika ingin tetap unggul dibanding kompetitor serta menyusun strategi baru menjadikan kelemahan kompetitor sebagai kekuatan pada usaha responden. Agar tetap unggul, pelaku usaha bisa melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan para karyawan, seperti mengadakan pelatihan kerja terkait pelayanan konsumen, memahami budaya perusahaan serta cara bekerjasama dalam tim. Dengan kecanggihan teknologi masa kini, sebenarnya cukup banyak media yang bisa membantu untuk menambah ilmu terkait bisnis, seperti mendengarkan *podcast*, menonton video dari youtube, tersedianya berbagai macam *short course* mulai dari yang gratis hingga berbayar. Hanya tinggal kita sebagai pelaku usaha ingin memilih metode seperti apa yang tepat untuk mengembangkan usaha.

5. Hasil dari penelitian terkait variabel penggunaan media sosial dengan pernyataan “saya akan merekomendasikan teman-teman saya untuk mengunjungi media sosial perusahaan” memiliki rata-rata nilai terendah dibanding indikator lain pada variabel penggunaan media sosial. Responden kurang setuju karena responden lebih memilih agar kerabatnya tidak hanya *stalking* tetapi juga *follow* dan membantu menjadi *followers* yang interaktif. Hal ini tentunya menjadi salah satu cara untuk meningkatkan *engagement* akun bisnis responden.
6. Hasil dari penelitian terkait variabel kinerja UMKM dengan pernyataan “Perusahaan kami memiliki *followers* yang banyak di media sosial”

memiliki rata-rata nilai terendah dibanding indikator lain pada variabel kinerja UMKM. Dari pernyataan tersebut, artinya responden belum memiliki cukup banyak *followers* untuk media sosial bisnisnya, sebaiknya hal ini dapat menjadi perhatian bagi responden karena jumlah *followers* dapat meningkatkan kepercayaan dan minat pelanggan dalam membeli produk/jasa. Peningkatan jumlah *followers* bisa dilakukan dengan cara memberikan konten yang menarik dan berkualitas serta memerhatikan waktu mengunggah konten. Waktu yang tepat untuk mengunggah konten yaitu di siang hari pada pukul 12 hingga 2 siang, waktu ini bertepatan dengan waktu istirahat menjelang melanjutkan aktivitas di sore hari dan pada malam hari pukul 8 hingga 9 malam, waktu istirahat menjelang tidur.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian belum sempurna dan memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan penelitian ini sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini jumlahnya terbatas yaitu 100 sampel, sehingga hanya bisa menggambarkan sebagian dari fakta yang terjadi di lapangan.
2. Tidak semua responden memiliki pemahaman yang baik terkait dengan pernyataan-pernyataan pada kuesioner, sehingga jawaban yang dipersepsikan oleh responden atas kuesioner memungkinkan menimbulkan pemahaman yang berbeda.

3. Responden penelitian ini terbatas hanya bagi pelaku UMKM yang berdomisili di Kota Padang.

5.4 Saran Penelitian

Saran-saran berikut dapat dipertimbangkan melalui hasil, implikasi, dan keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menambah variabel lain yang dirasa jauh lebih memengaruhi kinerja UMKM yang mana variabelnya belum dipakai pada penelitian ini.
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya, agar menambah jumlah sampel sehingga diharapkan data yang didapat bisa lebih baik lagi.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian secara *offline* atau bertatap muka langsung dengan responden sehingga tanggapan responden diharapkan jauh lebih detail dan akurat.

