

BAB VI PENUTUP

Bab VI berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan pada IKM yang telah mendapatkan pelatihan terkait Pengembangan Promosi dan Pemasaran Produk Menggunakan Teknologi Informasi. Kesimpulan dan saran ini didapatkan berdasarkan pengumpulan, pengolahan dan analisis data yang dilakukan dari sudut pandang *leading change's management*. Saran yang diberikan diharapkan mampu menjadi pedoman untuk penelitian berikutnya.

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan digitalisasi pada IKM yang dilihat dari sudut pandang *leading change's management*, kemudian diberikan saran yang dapat diterapkan IKM berdasarkan hasil identifikasi yang diperoleh. Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Prinsip satu menciptakan rasa urgensi, diperoleh 54 persen responden merasa penerapan digital pada usaha memberikan manfaat pada usaha, namun mereka belum merasa urgen untuk menerapkannya. Kemudian 37 persen merasa perlu untuk menerapkan digital pada usahanya. Dan 9 persen lainnya belum menyadari manfaat digital dan belum mau menerapkan digital pada usahanya setelah mengikuti pelatihan ini.
2. Prinsip dua membentuk koalisi tim yang kuat, didapatkan 40 persen responden merasa belum bisa membentuk tim pada usahanya, karena belum terlalu paham dengan materi yang disampaikan. Selanjutnya 38 persen beranggapan pelatihan ini membuka pemikiran mereka terkait pengelolaan digital tidak bisa hanya dilakukan oleh satu orang saja. Sedangkan 22 persen lainnya merasa materi pelatihan yang diberikan belum maksimal mereka serap, ditambah sumberdaya yang mereka miliki belum mampu untuk

mengelola digital, sehingga belum memungkinkan untuk membentuk koalisi tim khusus.

3. Prinsip tiga membuat perubahan visi dan strategi, 43 persen responden merasa pelatihan ini belum membantu mereka dalam merumuskan visi dan strategi untuk menggunakan digital. Sedangkan 37 persen responden menyatakan pelatihan ini membantu mereka untuk mengembangkan visi usaha dan strategi baru untuk menerapkan digital. Dan 20 persen lainnya merasa kesulitan untuk merumuskan visi dan strategi yang digunakan karena materi pelatihan yang belum diserap dengan baik.
4. Prinsip keempat mengkomunikasikan visi, 44 persen responden memahami materi dan visi yang akan dicapai, namun kesulitan dalam menyampaikannya kepada orang lain dalam usaha. Sejumlah 35 persen responden bahwa pelatihan ini telah mensosialisasikan manfaat digital dengan baik, sehingga mereka bisa lebih mudah menyampaikan visi pada usahanya. Sedangkan 21 persen responden merasa sosialisasi yang disampaikan pada saat pelatihan masih kurang maksimal, sehingga mereka sulit untuk menyampaikannya kepada orang lain.
5. Prinsip kelima, menghapus berbagai rintangan, 49 persen responden setelah mengikuti pelatihan ini dapat mengidentifikasi hambatan yang mereka alami, namun tidak tau bagaimana cara mengatasinya. Sebanyak 29 persen responden mampu mengidentifikasi dan tau bagaimana cara mengatasi permasalahan yang dihadapi setelah mendapatkan pelatihan ini. Sedangkan 22 persen lainnya belum mampu mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan yang dihadapinya.
6. Prinsip keenam merencanakan kemenangan jangka pendek, 48 persen responden termotivasi untuk menggunakan digital, namun belum bisa merumuskan pencapaian apa yang akan mereka capai. Sedangkan 38 persen responden mampu merencanakan tujuan jangka pendek yang akan dicapai seperti jangkauan pasar lebih luas. Namun 14 persen lainnya belum bisa menerapkan digital pada usahanya sehingga tidak tau tujuan yang akan dicapai.

7. Prinsip 7 membangun perubahan, 48 persen responden belum membangun perubahan apa yang akan dicapai berikutnya. Sedangkan 33 persen responden mulai membangun perubahan lainnya berdasarkan tujuan jangka pendek yang telah dicapai dengan memperluas penggunaan digital pada usahanya. Namun 19 persen lainnya masih belum berusaha untuk melakukan perubahan berikutnya.
8. Prinsip 8 membudayakan perubahan, 41 persen responden masih belum berkomitmen untuk memasukkan digital ke dalam SOP dan perekrutan karyawan baru. Sedangkan 35 persen sudah berkomitmen menjadikan digital ke dalam SOP dan perekrutan karyawan. Namun 24 persen lainnya masih kesulitan untuk membudayakan digital pada usahanya dikarenakan sumber daya manusia yang belum memadai.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan saran untuk penelitian berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dari penelitian ini terdapat dalam responden pada kuesioner dibagikan masih sebatas IKM yang telah mendapatkan pelatihan Pengembangan promosi dan pemasaran produk menggunakan teknologi informasi saja. Sehingga masih belum bisa mewakili dari IKM Sumatera Barat yang telah mendapatkan pelatihan secara umum. Disarankan untuk berikutnya responden tidak hanya sebatas pada satu pelatihan saja.
2. Penelitian ini dapat dilanjutkan ketahap perencanaan manajemen perubahan serta evaluasi dari penerapan manajemen perubahan pada IKM untuk penelitian selanjutnya.