

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan data dari analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. hasil pengkajian orientasi strategi terhadap orientasi media sosial menunjukkan bahwa:

- a) Semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan, maka akan semakin meningkat *sales and business development* pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan memiliki penjualan dan perkembangan bisnis meningkat ketika UKM mampu mengimplementasikan karakter kewirausahaan yang inovatif, berani mengambil resiko, serta proaktif.
- b) Semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan, maka akan semakin meningkat visibilitas pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan semakin dilihat oleh konsumen ketika UKM mampu mengimplementasikan karakter kewirausahaan yang inovatif, berani mengambil resiko, serta proaktif.

2. Orientasi strategi yang dikaji terhadap orientasi media sosial menunjukkan bahwa:

- a) Semakin tinggi tingkat orientasi pelanggan, maka akan semakin meningkat *sales and business development* pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan memiliki penjualan dan perkembangan bisnis meningkat ketika UKM mampu untuk memahami pelanggannya dengan baik dengan cara fokus pada

kepuasan pelanggannya, mengukur kepuasan pelanggannya, serta membuat pelanggannya berkomitmen.

- b) Semakin tinggi tingkat orientasi pelanggan, maka akan semakin meningkat visibilitas pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan semakin dilihat oleh konsumen ketika UKM mampu untuk memahami pelanggannya dengan baik dengan cara fokus pada kepuasan pelanggannya, mengukur kepuasan pelanggannya, serta membuat pelanggannya berkomitmen.

3. Orientasi strategi yang dikaji terhadap orientasi media sosial menunjukkan bahwa:

- a) Semakin tinggi tingkat orientasi teknologi, maka akan semakin meningkat *sales and business development* pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan memiliki penjualan dan perkembangan bisnis meningkat ketika UKM mampu untuk menggunakan inovasi teknologi, berkeinginan untuk mengembangkan teknik baru dalam rangka merespon pelanggan, serta memiliki pengetahuan teknologi yang baik.

- b) Semakin tinggi tingkat orientasi teknologi, maka akan semakin meningkat visibilitas pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan semakin dilihat oleh konsumen ketika UKM mampu untuk menggunakan inovasi teknologi, berkeinginan untuk mengembangkan teknik baru dalam rangka merespon pelanggan, serta memiliki pengetahuan teknologi yang baik.

4. Semakin tinggi tingkat visibilitas, maka akan semakin meningkat *sales and business development* pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan

memiliki penjualan dan perkembangan bisnis meningkat ketika UKM mampu untuk lebih dilihat oleh konsumen serta berpromosi.

5. hasil pengkajian Orientasi media sosial terhadap performa media sosial menunjukkan bahwa :

a) Semakin tinggi tingkat *sales and business development*, maka akan semakin meningkat performa media sosial pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan memiliki kinerja media sosial yang meningkat bila mampu untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan data pelanggan, meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

b) Semakin tinggi tingkat visibilitas, maka akan semakin meningkat performa media sosial pada UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM akan memiliki kinerja media sosial yang meningkat bila mampu untuk lebih terlihat oleh konsumen serta berpromosi.

6.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diterapkan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain:

1. Responden penelitian ini pemilik atau manajer UKM makanan yang sebagian besar mereka melakukan tugas-tugas sebagai manajer dan karyawan sehingga sangat sibuk. Hal ini mengakibatkan mereka ada yang tidak bersedia dijadikan sampel, bersedia tetapi mengisi kuesionernya tidak lengkap dan ada yang tidak bersedia tetapi tidak berani menolak. Keadaan ini membuat peneliti harus mencari gantinya sampai memperoleh sampel sebesar jumlah yang ditentukan.

2. Penelitian ini belum mengelompokkan sub-sub bidang yang ada pada UKM bidang pariwisata dan industri kreatif. Data UKM bidang pariwisata dan industri kreatif perlu untuk di kelompokkan berdasarkan sub-sub bidangnya dan diteliti berdasarkan sub-sub bidang tersebut. hal ini untuk mengetahui sub-sub bidang mana saja yang telah memiliki performa media sosial yang baik serta sub-sub bidang mana yang masih kurang. Sehingga penelitian berikutnya diharapkan dapat melakukan hal ini, guna dapat memberikan informasi yang lebih spesifik.
3. Kementrian pariwisata serta badan ekonomi kreatif membuat daftar UKM untuk dapat dikategorikan kedalam usaha mikro dan UKM. Daftar UKM dapat dikategorikan berdasarkan jenis usahanya, skala usahanya, serta bidang usahanya. Dikategorikanya daftar ini akan mempermudah pihak-pihak lain yang akan berpartisipasi dalam pengembangan UKM.
4. Penelitian berikutnya Perlu untuk meneliti lebih lanjut terkait orientasi teknologi. Hal ini dikarenakan ketidakkonsistenan hasil dari pengaruh orientasi teknologi terhadap orientasi media sosial. adanya yang menyatakan tidak berpengaruh (Dutot & Bergeron, 2016), adapula yang menyatakan berpengaruh positif signifikan (Gatignon & xuereb, 1997). Tesis ini memberikan hasil positif signifikan. Selain itu saran untuk penelitian berikutnya agar lebih menguji kualitas kuesioner yang terkait dengan orientasi teknologi. Misalnya dengan menambahkan indikator atau item pertanyaan untuk memperluas informasi yang bisa didapat dari responden.

5. Penelitian berikutnya perlu untuk meneliti hubungan antara orientasi pembelajaran dengan orientasi strategi dan orientasi media sosial. hal ini dikarenakan limitasi pengetahuan dari UKM dan proses adopsi media sosial.

