

BAB V
KESIMPULAN DAN
IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa:

- a. *Innovation Capability* tidak berpengaruh positif terhadap *MSME's Performance*.
- b. *Digital Marketing Capability* berpengaruh positif terhadap *MSME's Performance*.
- c. *Innovation Capability* berpengaruh positif terhadap *Competitive Advantage*.
- d. *Digital Marketing Capability* berpengaruh positif terhadap *Competitive Advantage*.
- e. *Competitive Advantage* berpengaruh positif terhadap *MSME's Performance*.
- f. *Competitive Advantage* mampu memediasi pengaruh antara *Innovation Capability* terhadap *MSME's Performance*.
- g. *Competitive Advantage* mampu memediasi pengaruh antara *Digital Marketing Capability* terhadap *MSME's Performance*.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

UMKM durian di Kecamatan Kemranjen perlu memperhatikan *Digital Marketing Capability* seperti penggunaan Whatsapp, Facebook, Instagram maupun media sosial lainnya. Berdasarkan indikator pada penelitian, dalam penggunaan media sosial sebagai media pemasaran perlu menyediakan

informasi mengenai produk dengan lengkap, dan juga berkomunikasi dengan pelanggan sebagai strategi UMKM durian agar dapat mengetahui serta memenuhi keinginan pelanggan, sehingga UMKM dapat mendatangkan pelanggan baru serta meningkatkan keuntungan UMKM durian.

Inovasi juga perlu diterapkan oleh UMKM durian, dengan mengembangkan produk baru seperti produk turunan, perbaikan kualitas produk dan layanan, serta inovasi terkait promosi UMKM. Namun penerapan hal hal tersebut perlu memperhatikan nilai *Competitive Advantage* yang akan meningkatkan nilai baik pada UMKM durian, dengan membedakan produk dengan pesaing, mempertahankan kualitas untuk kepuasan pelanggan serta penentuan harga yang mampu bersaing, yang mana UMKM durian tersebut akan lebih menjadi pilihan bagi pelanggan, mendatangkan pelanggan baru dan juga meningkatkan penjualan serta keuntungan bagi UMKM.

Implikasi yang disampaikan kepada pelaku UMKM durian diharapkan untuk meningkatkan *Innovation Capability* dan juga diharapkan memiliki *Digital Marketing Capability* agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga UMKM durian memiliki *Competitive Advantage* yang dapat meningkatkan *Performance* UMKM.

2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini menggunakan *Resource-Based View (RBV) Theory* sebagai *grand theory*. *Resource-Based View Theory (RBV)* berfokus pada bagaimana sumber daya dan kemampuan internal suatu organisasi berperan dalam menciptakan *Competitive Advantage*. Dalam konteks UMKM, RBV Theory dapat digunakan untuk melihat bagaimana *Digital Marketing Capability* dan *Innovation Capability* dapat diubah menjadi sumber daya

langka dan berharga yang dapat menghasilkan *Competitive Advantage*. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan. Penelitian ini juga memodifikasi jalur pada penelitian sebelumnya dengan menempatkan variabel *Competitive Advantage* sebagai variabel mediasi.

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada literatur *MSME's Performance* dengan mendalami pemahaman tentang *Innovation Capability* dan *Digital Marketing Capability*. Kemudian, harapan peneliti mengenai hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan yang efektif bagi pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian dapat menjadi landasan teoritis untuk penelitian selanjutnya pada bidang terkait.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga penting untuk dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Pada proses pengambilan data banyak UMKM durian yang masih belum mengerti terkait pengisian kuesioner secara online, sehingga peneliti perlu mendampingi UMKM untuk pengisian kuesioner secara langsung, dan hal tersebut membutuhkan waktu yang cukup banyak untuk mendampingi. Hasil penelitian ini juga memiliki keterbatasan terkait Goodness of Fit masih berada pada kriteria yang marginal fit, serta hipotesis yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

2. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, peneliti menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- a. Melakukan pendampingan kepada responden sedari awal agar waktu

yang diperlukan untuk penelitian lebih cepat dan data yang dikumpulkan lebih akurat.

- b. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan karakteristik dan indikator lain untuk data penelitian.
- c. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian terhadap subjek lain untuk melihat pengaruh variabel variabel terkait untuk menguji kesenjangan hipotesis pada penelitian ini.

