

BAB V. SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi digital dan promosi melalui media sosial memiliki dampak positif terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Purwokerto. Dengan kata lain, semakin baik pemahaman pelaku usaha terhadap teknologi digital serta semakin optimal strategi promosi yang diterapkan di media sosial, maka semakin meningkat pula kinerja pemasaran yang dicapai.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa kesiapan teknologi tidak berperan sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara promosi media sosial dan kinerja pemasaran. Artinya, meskipun UMKM kuliner di Purwokerto telah memiliki kesiapan dalam aspek teknologi, faktor ini tidak secara signifikan memengaruhi efektivitas promosi media sosial terhadap peningkatan kinerja pemasaran mereka.

Dari karakteristik responden yang diteliti, mayoritas pelaku UMKM kuliner di Purwokerto adalah perempuan berusia 41-50 tahun, dengan pengalaman menjalankan usaha selama 1-3 tahun. Dalam kegiatan pemasaran, sebagian besar dari mereka menggunakan WhatsApp sebagai media utama, dengan pengalaman menggunakan media sosial lebih dari 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka telah terbiasa memanfaatkan media

sosial untuk pemasaran, pemanfaatannya masih terfokus pada platform yang lebih sederhana dan mudah digunakan.

Temuan ini sejalan dengan *Dynamic Capabilities Theory* (DCT), yang menekankan pentingnya kemampuan adaptasi dan pengelolaan sumber daya digital dalam meningkatkan daya saing bisnis. Oleh karena itu, guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, UMKM kuliner di Purwokerto perlu terus mengembangkan keterampilan literasi digital serta merancang strategi promosi media sosial yang lebih inovatif dan efektif.

B. Implikasi

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dipaparkan, beberapa implikasi praktis dapat dirumuskan sebagai rekomendasi bagi pelaku UMKM, otoritas pemerintah, serta pemangku kepentingan terkait dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Implikasi studi ini berfokus pada aspek-aspek implementatif yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dan platform media sosial, termasuk di antaranya:

1. Peningkatan Literasi Digital bagi UMKM Kuliner

Mengingat literasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, pelaku UMKM kuliner di Purwokerto perlu meningkatkan pemahaman mereka terhadap teknologi digital, seperti pengelolaan media sosial, pemanfaatan data pemasaran, dan strategi digital

marketing. Lembaga terkait, seperti pemerintah daerah dan komunitas bisnis, dapat menyelenggarakan program pelatihan yang berfokus pada literasi digital bagi pelaku UMKM agar mereka lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar digital.

2. Pengembangan Strategi Promosi melalui Media Sosial

Promosi yang dilakukan melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. Namun, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan WhatsApp sebagai platform utama. Oleh karena itu, perluasan penggunaan platform lain, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, dapat membantu menjangkau lebih banyak konsumen.

Pemanfaatan fitur seperti iklan berbayar, konten interaktif, serta kerjasama dengan influencer atau komunitas kuliner dapat meningkatkan efektivitas promosi dan menarik lebih banyak pelanggan.

3. Peningkatan Infrastruktur dan Akses Teknologi

Meskipun kesiapan teknologi tidak secara langsung memoderasi hubungan antara promosi media sosial dan kinerja pemasaran, akses terhadap teknologi yang lebih baik tetap menjadi faktor penting dalam mendukung pemasaran digital.

Pemerintah dan penyedia layanan internet diharapkan dapat meningkatkan akses dan kualitas jaringan internet, terutama di daerah

yang masih mengalami kendala konektivitas, agar UMKM dapat lebih optimal dalam menjalankan strategi pemasaran digital.

4. Pendampingan dan Dukungan bagi UMKM Kuliner

Pelaku UMKM membutuhkan pendampingan dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Program mentoring atau kolaborasi dengan akademisi dan praktisi bisnis digital dapat membantu mereka meningkatkan daya saing di pasar.

Pemerintah daerah dapat berperan dalam membangun ekosistem digital yang mendukung UMKM, misalnya melalui pembuatan *marketplace* lokal atau platform komunitas bisnis yang dapat memperluas jaringan pemasaran mereka.

C. Keterbatasan Penelitian

Salah satu limitasi penelitian ini terletak pada instrumen pengukuran (kuesioner). Meskipun kuesioner telah melalui uji validitas dan reliabilitas, penggunaannya dalam penelitian kuantitatif hanya mampu menangkap informasi pada tingkat yang diukur oleh item-item pernyataan. Kuesioner mungkin tidak sepenuhnya menangkap nuansa atau kedalaman pengalaman pelaku UMKM kuliner di Purwokerto terkait digitalisasi atau strategi pemasaran mereka, yang mungkin bisa didapatkan melalui pendekatan kualitatif.