

BAB V

PENUTUP

5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bagian ini dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- a. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal Usaha tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kelapa Lima.
- b. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kelapa Lima.
- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Digital Marketing Berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kelapa Lima.

5.1.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi empiris yang menjelaskan pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapan dijadikan sebagai acuan maupun referensi Untuk Peneliti mendatang. Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel Modal Usaha terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan Kelapa Lima. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviono dan Pelitawati

(2019) yang berjudul pengaruh modal usaha tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan UMKM di sentra tas dan koper di Tanggulangi Dan mendukung teori yang disampaikan oleh Dewi (2016) Modal Usaha tidak berpengaruh karena tidak semua modal yang besar atau kecil bisa mempengaruhi pendapatan, meningkatnya pendapatan dapat disebabkan oleh bagaimana usaha tersebut dipromosikan dan seberapa menarik produk yang dijual oleh para pelaku UMKM.

- b. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara Tingkat pendidikan terhadap variabel pendapatan UMKM di Kecamatan kelapa lima. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviono dan Pelitawati (2019) yang berjudul pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan UMKM di sentra tas dan koper di tanggulangi dan mendukung teori yang disampaikan Nainggolan (2016) Dalam menjalankan usaha seorang pelaku UMKM tidak sepenuhnya menggunakan pengetahuan yang diperoleh dari bangku sekolah maupun perkuliahan. Pelaku UMKM sering kali menggunakan hasil proses belajar diluar pendidikan formal serta pengalaman untuk menjalankan usahanya.
- c. Hasil Penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan Terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Kelapa Lima. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang berjudul Pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan dan Teknologi Pemasaran terhadap pendapatan UMKM di kabupaten purbalingga, dan mendukung teori yang disampaikan oleh Hasanah, Kholifah, dan Alamsyah (2020) Hal ini sangat mungkin terjadi mengingat dalam era yang semakin canggih, tentu Digital Marketingi turut berperan dalam menunjang usaha. Dengan menggunakan Pemasaran digital para pelaku UMKM dapat menjangkau pangsa pasar yang

lebih luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan, selain itu juga dengan dilakukan pemasaran digital akan menghemat biaya yang dikeluarkan oleh para pelaku umkm seperti biaya untuk promosi manual.

5.1.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

- a. Indikator terendah dari variabel Pendapatan yaitu “Biaya usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha saya” dengan nilai persentase 44,2%, yang menunjukkan kurangnya pengetahuan tentang pengaruh biaya terhadap pendapatan usaha
- b. Indikator terendah dari Variabel Modal usaha Yaitu “ Modal Usaha untuk menjalankan usaha berasal dari pihak luar “ dengan nilai persentase 35,8%, yang menjelaskan bahwa Modal Usaha yang digunakan berasal dari Modal pribadi.
- c. Indikator terendah dari variabel Tingkat pendidikan yaitu “Menurut saya mengikuti pelatihan atau kursus itu penting” dengan nilai persentase 45%, yang berarti kebanyakan pelaku UMKM tidak mengikuti kursus atau pelatihan sebelum memulai usaha.
- d. Indikator terendah dari variabel Digital marketing yaitu “Digital marketing membantu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap usaha yang saya miliki” dengan nilai persentase 46,1%, yang menjelaskan bahwa kurangnya pemahaman terhadap peningkatan loyalitas konsumen.