

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasannya telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan umkm kuliner di Kelurahan Oesapa artinya terdapat pengaruh perilaku kewirausahaan (X1) terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kelurahan Oesapa (Y). Hal ini berarti jika perilaku kewirausahaan (X1) meningkat sebesar satu satuan maka terjadi peningkatan pendapatan UMKM sebesar 0,418 satuan.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan umkm kuliner di Kelurahan Oesapa artinya terdapat pengaruh positif pemasaran (X2) terhadap pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa (Y). Hal ini berarti jika pemasaran (X2) meningkat sebesar satu satuan maka terjadi peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kelurahan Oesapa sebesar 0,333 satuan.

1.2 Implikasi Teoritis

Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis dalam penelitian ini berdasarkan kerangka dasar penelitian :

Menurut Astuty dan Ningsih (2015) menjelaskan bahwa Kewirausahaan yang proaktif mendorong inovasi dalam produk dan layanan. UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi. Kewirausahaan sering kali melibatkan pengambilan risiko. Pengusaha yang berani mencoba strategi baru atau memasuki pasar baru dapat meningkatkan potensi pendapatan. Kewirausahaan yang baik sering melibatkan pembentukan jaringan yang kuat. Kerjasama dengan pihak lain, seperti supplier dan mitra bisnis, dapat meningkatkan efisiensi dan pendapatan.

Menurut Surya dan Kartib Bayu (2014) ,Pemasaran yang terencana dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan visibilitas dan daya

tarik produk, yang berujung pada peningkatan penjualan. Pemanfaatan platform digital dan media sosial dalam pemasaran memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan. Memahami segmen pasar yang tepat dan menyesuaikan produk serta strategi pemasaran dapat membantu UMKM untuk lebih efektif dalam menarik pelanggan. Secara keseluruhan, perilaku kewirausahaan dan pemasaran saling mempengaruhi dan memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Pemahaman yang mendalam tentang hubungan ini dapat membantu pengusaha dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Pihak UMKM Kuliner di Kelurahan Oesapa

Hasil riset paling terendah dalam perilaku kewirausahaan terdapat dalam point pengelolaan bisnis sehingga saran kedepan agar pelaku usaha umkm yang ada di kelurahan Oesapa bisa menerapkan manajemen bisnis yang baik dengan perencanaan hingga pengambilan Keputusan harian dan kesadaran akan resiko selain itu dapat menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan pasar. Untuk pemasaran hasil riset terendah pada pernyataan penggunaan media social dan platform lainnya sehingga saran kedepan para pebisnis akan memiliki kemudahan dalam melakukan aktivitas distribusi sehingga biaya produksi akan semakin rendah. Tidak hanya berjualan, media sosial juga difungsikan untuk para pebisnis akan memiliki kemudahan dalam melakukan aktivitas distribusi sehingga biaya produksi akan semakin rendah. Tidak hanya berjualan, media sosial juga difungsikan untuk aktivitas politik sebagaimana telah disinggung sebelumnya. Untuk pendapatan hasil riset terendah terdapat pada pernyataan promosi yang efektif di media social sangat mempengaruhi pendapatan sehingga saran kedepannya diperlukan untuk menjembatani antara pelaku bisnis dan pembeli agar terjalin

komunikasi dengan mudah, cepat, dan efisien. Jika bisnis kuliner Anda memiliki layanan seperti produk kemasan, sistem *delivery*, atau rencana membuka cabang di kota lain, maka media sosial bisa digunakan untuk memperluas pasar. Sementara jika bisnis kuliner yang Anda jalankan hanya fokus pada pasar lokal seperti rumah makan tradisional, maka media sosial bisa digunakan untuk membangun interaksi dengan pelanggan serta mengabarkan tentang promo atau menu baru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lainnya yang tidak dapat diteliti oleh penulis sehingga dapat mengetahui factor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM.