

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penggunaan media sosial dan kreativitas berwirausaha dalam kaitannya dengan pertumbuhan bisnis UMKM Ekonomi Kreatif di Kelurahan Oesapa, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial oleh UMKM Ekonomi Kreatif di Kelurahan Oesapa secara umum berada pada kategori sedang. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden pada indikator jumlah pengikut, tingkat engagement, frekuensi posting, dan responsivitas yang didominasi kategori sedang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan komunikasi usaha, namun pemanfaatannya belum sepenuhnya optimal dalam memperluas jangkauan pasar.
2. Kreativitas berwirausaha pelaku UMKM berada pada kategori sedang hingga tinggi. Indikator orisinalitas ide, kelancaran berpikir, keluwesan berpikir, pemahaman rinci, dan kemampuan pemecahan masalah menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengembangkan usaha dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar.
3. Pertumbuhan bisnis UMKM Ekonomi Kreatif di Kelurahan Oesapa secara umum berada pada kategori sedang. Hal ini tercermin dari kondisi omzet usaha, jumlah pelanggan, perluasan produk, serta perkembangan aset usaha yang

menunjukkan adanya perkembangan, meskipun belum signifikan pada seluruh pelaku usaha.

4. Berdasarkan pendekatan profil konsep, terlihat adanya keselarasan kondisi antara penggunaan media sosial, kreativitas berwirausaha, dan pertumbuhan bisnis. UMKM yang memiliki tingkat penggunaan media sosial dan kreativitas yang lebih baik cenderung berada pada kategori pertumbuhan usaha yang lebih berkembang. Kesimpulan ini disampaikan berdasarkan kecenderungan distribusi data secara deskriptif dan tidak melalui pengujian hipotesis statistik.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teori

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiris yang dapat menjelaskan bahwa Media Sosial dan Kreativitas Berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Bisnis UMKM Ekonomi Kreatif pada Kelurahan Oesapa, sehingga penelitian ini bisa berguna dan bisa dijadikan referensi untuk penelitian kedepan. Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis dalam penelitian berdasarkan kerangka dasar penelitian ini.

- a. Teori pertama yang digunakan adalah teori media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010:61). Hasil penelitian ini mendukung teori yang disampaikan oleh ahli tersebut yang menyatakan bahwa media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terjadinya interaksi, komunikasi, dan pertukaran informasi antar pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan bisnis UMKM. Temuan penelitian ini sejalan

dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati dan Susanti (2021) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan dan kinerja usaha UMKM.

- b. Teori kedua yang digunakan adalah teori Kotler dan Armstrong (2018) hasil penelitian saya mendukung teori yang disampaikan oleh ahli tersebut. Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arinawati dan Suryadi (2021) hasil penelitian menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen runcing di Surakarta.

5.2.2. Implikasi Terapan

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

1) Bagi Kelurahan Oesapa

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan kreativitas berwirausaha berada pada kategori sedang, serta pertumbuhan bisnis UMKM juga berada pada kategori sedang, maka terdapat beberapa implikasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Kelurahan Oesapa dan pihak-pihak terkait dalam mendukung pengembangan UMKM.

Pertama, pihak kelurahan dapat berperan aktif dalam memfasilitasi pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM, khususnya dalam bidang pemasaran digital. Pelatihan tersebut dapat difokuskan pada pengelolaan media

sosial secara lebih strategis, seperti perencanaan konten, peningkatan kualitas promosi digital, serta teknik membangun interaksi dengan pelanggan.

Kedua, kelurahan dapat bekerja sama dengan instansi terkait untuk menyelenggarakan program penguatan kapasitas kewirausahaan, terutama dalam mendorong kreativitas pelaku usaha. Program ini dapat berupa workshop inovasi produk, pengembangan kemasan, serta strategi diferensiasi usaha agar UMKM memiliki daya saing yang lebih kuat.

Ketiga, pemerintah kelurahan dapat mendorong terbentuknya forum atau komunitas UMKM sebagai wadah berbagi pengalaman, informasi pasar, dan strategi pengembangan usaha. Melalui kolaborasi antar pelaku usaha, diharapkan terjadi pertukaran ide yang dapat meningkatkan kreativitas dan mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Dengan adanya dukungan kelembagaan yang lebih terarah, diharapkan UMKM Ekonomi Kreatif di Kelurahan Oesapa dapat berkembang secara lebih optimal.

2) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan pendekatan profil konsep dengan analisis deskriptif berdasarkan data ordinal. Oleh karena itu, implikasi bagi penelitian selanjutnya adalah perlunya pengembangan metode penelitian yang lebih mendalam, misalnya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif inferensial untuk menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel secara statistik.

Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif

mengenai kondisi UMKM. Selain itu, variabel penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan faktor lain yang relevan, seperti akses permodalan, literasi digital, atau strategi pemasaran, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai dinamika pertumbuhan bisnis UMKM.

Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi temuan penelitian ini dan memberikan kontribusi yang lebih mendalam terhadap pengembangan ilmu manajemen usaha kecil dan kewirausahaan.