

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasannya telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka di ambil Kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Kecil Di Muca Caffé Kota Kupang.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Kecil Di Muca Caffé Kota Kupang.

5.2 implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis di mana variabel Media Sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perkembangan Usaha Kecil Di Muca Caffé Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji yang diperoleh sejalan dengan teori yang disampaikan oleh para ahli, dimana Philip dan Kevin Lane Keller (2021), persepsi harus memiliki diferensiasi (keunikan), baik dari produk, harga, pelayanan, maupun inovasi agar mampu bersaing di pasar. Hal tersebut sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (suhaera et al 2020), hasilnya menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis di mana variabel Media Sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perkembangan Usaha Kecil Di Muca Caffé Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji yang diperoleh sejalan dengan teori yang disampaikan oleh para ahli, dimana (Kotler & Keller, 2021:472-478), bertujuan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan mampu memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal tersebut sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rostina, Hartini, dan Rego Devilla 2024). hasilnya menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan pengelolaan.

5.3. Implikasi Terapan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penelitian dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Dilihat dari Media Sosial, nilai indeks terendah terdapat pada indikator “saya dapat memberikan saran atau kritik kepada muca caffe melalui media sosial” dengan Hasil 93.85. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum pemanfaatan media sosial berada dalam kategori tinggi, namun interaksi dua arah antara konsumen dan Muca Caffé, khususnya dalam hal pemberian saran atau kritik, masih belum optimal. Artinya, tidak semua konsumen secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan masukan, sehingga Muca Caffé perlu meningkatkan strategi komunikasi yang lebih terbuka dan responsif agar mendorong keterlibatan konsumen

2. Dilihat dari Inovasi produk, nilai indeks terendah terdapat pada indikator “produk yang ditawarkan oleh Muca caffe memiliki keunikan dibandingkan dengan produk sejenis ditempat lain” dengan Hasil 95.10. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keunikan produk masih perlu ditingkatkan agar usaha memiliki daya saing yang lebih kuat. Oleh karena itu, pemilik usaha disarankan untuk melakukan inovasi produk secara berkelanjutan, seperti menambah variasi menu yang berbeda dari tempat lain, menciptakan minuman khas, atau memberikan tampilan produk yang lebih menarik. Inovasi produk yang memiliki ciri khas akan membantu usaha lebih mudah dikenal oleh konsumen dan meningkatkan minat kunjungan.
3. Dilihat dari Perkembangan Usaha Kecil, nilai indeks terendah terdapat pada indikator “Muca Caffe menjadi salah satu pilihan utama saya ketika ingin berkunjung” dengan Hasil 98.32. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat penilaian konsumen tergolong tinggi, usaha masih perlu meningkatkan strategi agar dapat menjadi pilihan utama konsumen. Oleh karena itu, pihak usaha disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, serta konsistensi kualitas produk. Selain itu, promosi yang lebih aktif melalui media sosial juga dapat membantu meningkatkan minat konsumen untuk menjadikan usaha tersebut sebagai tempat pilihan utama ketika ingin berkunjung.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar meneliti lebih jauh lagi tentang variabel media sosial, inovasi produk dan perkembangan usaha untuk

mengenali lebih dalam faktor-faktor lain yang mempengaruhi hasil namun belum dibahas dalam penelitian ini.