

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

- 1) Secara parsial Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UKM Kain Tenun ikat di kecamatan Maulafa. Hal ini menunjukkan bahwa Penggunaan platform digital terbukti efektif memperluas jangkauan pemasaran dan membangun branding yang kuat bagi pengrajin lokal.
- 2) Secara parsial kreativitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UKM Kain Tenun ikat di kecamatan Maulafa. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam memodifikasi motif tradisional menjadi produk yang lebih fungsional (seperti tas, sepatu, atau pakaian modern) tanpa menghilangkan nilai filosofinya yang mana agar tenun ikat tetap kompetitif di industri fashion masa kini.
- 3) Secara parsial Motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UKM Kain Tenun ikat di kecamatan Maulafa. Hal ini menunjukkan semangat pelaku usaha UKM Kain Tenun ikat di kecamatan Maulafa dalam melestarikan budaya kain tenun ikat NTT.

5.2 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung teori dari (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks bisnis, media sosial berfungsi sebagai alat pemasaran

digital untuk promosi, interaksi dengan pelanggan, dan membangun merek. Moch Hari Purwidianoro, Dany Fajar Kristianto, Widiyanto (2016) juga mengatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Dalam UKM kreativitas bisa diwujudkan melalui inovasi produk (misalnya variasi warna), strategi promosi yang unik, atau desain yang menarik, hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini mendukung teori tersebut. Sibagariang dan Hardiyanti (2021), Hariyanto dan Ie (2023) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif pada keberhasilan usaha. Selain itu penelitian ini sejalan dengan temuan (James, 2024) yang menyatakan bahwa motivasi usaha yang membuat pengusaha itu sendiri ingin mencapai keberhasilan dan keinginan untuk berusaha mencapai tujuan seoptimal mungkin yang akan memengaruhi keberhasilan pada bisnis, sehingga motivasi dapat diartikan sebagai pendorong semangat untuk memiliki tindakan untuk berusaha demi mencapai suatu tujuan tertentu. Erni Yuningsih (2016) mengatakan bahwa hasil penelitian motivasi usaha berpengaruh signifikan dan berbanding lurus (positif) terhadap keberhasilan usaha.

Keberhasilan usaha ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari kombinasi pengaruh positif dari media sosial, kreativitas usaha, dan motivasi usaha. Yang mana ketiga variabel bebas ini bekerja bersama-sama, Media sosial menjadi alat untuk menyalurkan hasil kreativitas usaha yang merupakan cerminan dari motivasi pemilik usaha.

5.3 Implementasi Terapan

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

- 1) Dilihat dari Media Sosial, nilai indeks terendah terdapat pada indikator "Ketika saya menggunakan Media sosial usaha kain tenun ikat saya meningkat secara signifikan" dengan Hasil 78,35. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum pemanfaatan Media sosial dalam kategori tinggi tetapi masih ada Sebagian pelaku usaha kain tenun ikat yang belum ada dampak pertumbuhan atau peningkatan penjualan yang maksimal dari penggunaan Media sosial.
- 2) Dilihat dari kreativitas usaha nilai indeks terendah terdapat pada indikator "Usaha saya secara aktif menciptakan motif atau desain kain tenun ikat yang baru dan unik" dengan Hasil 83,93. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kreativitas usaha dalam kategori tinggi tetapi Pelaku usaha masih kesulitan atau kurang aktif dalam menciptakan motif atau desain baru yang unik karena mereka masih meniru motif lama.
- 3) Dilihat dari Motivasi usaha nilai indeks terendah terdapat pada indikator Saya memiliki semangat dan ketekunan yang tinggi dalam menjalankan dan mengembangkan usaha meskipun menghadapi tantangan dengan Hasil 82,62. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Motivasi usaha dalam kategori tinggi tetapi sering kali Pelaku usaha mengalami penurunan semangat, konsistensi, atau ketekunan di tengah jalan. Hal ini biasanya

dipicu oleh tantangan pasar, proses menenun yang memakan waktu lama, atau kendala modal yang membuat motivasi mereka pasang-surut.

- 4) Dilihat dari Keberhasilan Usaha nilai indeks terendah terdapat pada indikator Usaha kain tenun ikat saya mengalami peningkatan laba dalam satu tahun terakhir dengan Hasil 82,29 Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Keberhasilan Usaha dalam kategori tinggi tetapi pertumbuhan profit atau laba bersih mereka berjalan sangat lambat. Hal ini biasanya terjadi karena biaya produksi yang tinggi (seperti harga benang dan pewarna) tidak sebanding dengan kenaikan harga jual di pasar.

- 5) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sarana pengembangan penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan referensi sebagai pembanding bagi penelitian dimasa yang akan datang.