

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi inovasi dan pengembangan UMKM kuliner melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi media pemasaran dan kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan berbagai temuan yang memberikan wawasan mendalam tentang dampak positif inovasi teknologi pada sektor UMKM kuliner. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Berdasarkan Hasil analisis menunjukkan hubungan yang signifikan antara pemanfaatan teknologi pemasaran (Variabel X) dan kinerja pemasaran (Variabel Y1) di UMKM Kuliner Minuman Kopi, dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.730. Ini menunjukkan bahwa sekitar 73% variasi dalam kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh pemanfaatan teknologi pemasaran. Nilai F hitung (135.087) yang jauh melebihi F tabel (4.03) dan T hitung (1.623) yang melebihi T tabel (2.00856), keduanya dengan signifikansi 0.000, menegaskan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan dari teknologi pemasaran terhadap kinerja pemasaran UMKM minuman kopi.
2. Berdasarkan Hasil analisis menunjukkan hubungan yang signifikan antara pemanfaatan teknologi pemasaran (Variabel X) dan kemudahan pemasaran (Variabel Y2) di UMKM Kuliner Minuman Kopi, dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.690. Ini menunjukkan bahwa sekitar 69% variasi dalam kemudahan pemasaran dapat dijelaskan oleh pemanfaatan teknologi pemasaran. Nilai F hitung (111.433) yang jauh melebihi F tabel (4.03) dan T hitung (10.556) yang melebihi T tabel (2.00856), keduanya dengan signifikansi 0.000, menegaskan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan dari teknologi pemasaran terhadap kemudahan pemasaran UMKM minuman kopi.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk mendukung penelitian selanjutnya terkait topik pengembangan UMKM kuliner khususnya dalam bidang UMKM Minuman Kopi melalui pemanfaatan teknologi yaitu :

1. Memperhatikan keberadaan outliers atau nilai ekstrim dalam satu atau lebih kelompok yang dapat menyebabkan varians yang meningkat, sehingga dapat mengganggu homogenitas varians antar kelompok.
2. Memperhatikan distribusi data dalam kelompok yang tidak merata atau memiliki distribusi yang berbeda (misalnya, satu kelompok terdistribusi normal sedangkan kelompok lainnya tidak), ini dapat menyebabkan ketidak-homogenan.
3. Variabilitas alami antar kelompok yang berbeda bisa menyebabkan ketidak-homogenan. Ini bisa disebabkan oleh karakteristik unik dari setiap kelompok yang mempengaruhi cara data mereka tersebar.

Selain itu UMKM Kuliner Minuman Kopi disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi pemasaran sebagai strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran mereka. Ini bisa mencakup:

1. Penggunaan Media Sosial dan Pemasaran Digital: Aktifkan dan optimalkan penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Gunakan strategi konten yang menarik dan relevan yang mampu menarik perhatian dan membangun koneksi dengan audiens target.
2. Website dan SEO: Kembangkan website yang ramah pengguna untuk UMKM Anda yang tidak hanya menyajikan informasi tentang produk tetapi juga memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian atau pemesanan online.

Optimalkan website untuk mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas online.

3. **Analitik Online:** Gunakan alat analitik seperti Google Analytics untuk memahami perilaku pelanggan online dan menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan data tersebut.

Rekomendasi Teknologi untuk Meningkatkan Kinerja dan Kemudahan Pemasaran:

1. **Platform CRM (Customer Relationship Management):** Mengadopsi sistem CRM untuk memperbaiki manajemen hubungan pelanggan, memfasilitasi segmentasi pelanggan, dan mempersonalisasi komunikasi pemasaran.
2. **Otomatisasi Pemasaran:** Implementasikan alat otomatisasi pemasaran untuk mempermudah dan memaksimalkan upaya pemasaran, seperti otomatisasi media sosial, email marketing, dan kampanye iklan.
3. Dengan menerapkan strategi dan teknologi ini, UMKM minuman kopi dapat meningkatkan kinerja dan kemudahan pemasaran mereka, sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.