

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1.a Inovasi Teknologi pada pelaku usaha pelaku usaha UMKM Coffee Shop yang diukur menggunakan indikator tiga indikator yaitu Kualita Produk, Varian Produk dan Gaya Desain Produk. Dimana indikator dengan skor tertinggi yaitu Varian Produk. sedangkan nilai atau skor terendah terdapat pada indikator Kualitas Produk. Secara keseluruhan variabel Inovasi Teknologi memiliki persentasi pada kategori cukup.
- b. Digital Bisnis pada pelaku usaha pelaku usaha UMKM Coffee Shop yang diukur berdasarkan lima indikator yaitu *Business to Business* (perdagangan antar pelaku usaha bisnis), *Business to Consumer* (perdagangan antar pelaku usaha bisnis itu dengan konsumen), *Consumer to Consumer* (perdagangan antar konsumen yang satu dengan konsumen yang lain), *Consumer to Business* (perdagangan antar konsumen dengan pelaku bisnis atau juga perusahaan) dan *Intrabusiness e-business* (perdagangan dalam lingkup intranet perusahaan yang melibatkan pertukaran barang, jasa, serta informasi). Indikator dengan total skor tertinggi yaitu *Consumer to Consumer* (perdagangan antar konsumen yang satu dengan konsumen yang lain), serta masih ada indikator dengan total skor terendah yakni *Consumer to Business* (perdagangan antar konsumen dengan pelaku bisnis atau juga perusahaan). Secara keseluruhan variabel Digitalisasi Bisnis memiliki persentasi pada

kategori cukup.

- c. Pertumbuhan UMKM pada pelaku usaha pelaku usaha UMKM Coffee Shop yang diukur berdasarkan dua indikator yaitu indikator Percaya Diri dan Seseorang yang berorientasi pada tugas dan hasil. Indikator dengan total skor tertinggi yaitu Percaya Diri, serta masih ada indikator dengan total skor terendah yakni Seseorang yang berorientasi pada tugas dan hasil. Secara keseluruhan variabel Pertumbuhan UMKM memiliki persentasi pada kategori Baik.
- 2 Hasil penelitian ini menunjukkan adanya korelasi secara parsial yang positif dan signifikan antara inovasi teknologi dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM). Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa penerapan inovasi teknologi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Teknologi dapat mempercepat produksi dan distribusi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan kata lain, UMKM yang mengadopsi teknologi cenderung memiliki daya saing yang lebih besar, yang mengarah pada pertumbuhan usaha yang lebih cepat dan berkelanjutan. Korelasi ini menunjukkan bahwa investasi dalam teknologi adalah kebutuhan strategis bagi UMKM untuk tetap kompetitif di era digital.
 - 3 Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis memiliki pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan usaha kecil dan menengah. Dengan digitalisasi, UMKM dapat meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi

operasional dengan otomatisasi proses, dan memudahkan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital. Signifikansi pengaruh ini menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi digital lebih mampu mengurangi biaya operasional, meningkatkan daya saing, dan mengubah perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi komponen penting yang membantu pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di tengah perkembangan teknologi yang pesat.

- 4 Penelitian ini menunjukkan bahwa, secara simultan inovasi teknologi dan digitalisasi bisnis memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Penemuan ini menunjukkan bahwa, jika inovasi teknologi dan digitalisasi bisnis diterapkan secara terpisah, kombinasi ini memberikan dampak yang lebih besar terhadap pertumbuhan UMKM. Inovasi teknologi memungkinkan UMKM untuk membuat produk atau layanan baru yang lebih efisien dan lebih murah daripada jika hanya diterapkan secara terpisah. Keduanya bekerja sama untuk menurunkan biaya operasional, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mengoptimalkan proses bisnis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian mengenai Pengaruh Inovasi Teknologi Dan Digitalisasi Bisnis Terhadap Pertumbuhan UMKM, maka peneliti dapat memberikan saran diantaranya:

1. Inovasi Teknologi pada pelaku usaha pelaku usaha UMKM Coffee Shop dikatakan dalam kategori cukup, Berdasarkan hal tersebut, disarankan kepada pelaku usaha UMKM Coffee Shop untuk meningkatkan Inovasi

Teknologi melalui beberapa upaya. Pertama, fokus pada peningkatan kualitas produk, terutama pada aspek ketahanan dan fungsi produk agar dapat memenuhi harapan pelanggan secara optimal. Pelaku usaha dapat melakukan inovasi produk, perbaikan proses produksi, serta peningkatan pengendalian kualitas. Kedua, mempertahankan dan terus mengembangkan keberagaman varian produk yang telah menjadi keunggulan saat ini. Inovasi pada variasi rasa, bentuk, atau fitur tambahan dapat dilakukan untuk semakin memenuhi preferensi pelanggan. Ketiga, meningkatkan gaya desain produk agar lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar saat ini. Pelaku usaha dapat melakukan penelitian tren, benchmarking kompetitor, serta melibatkan ahli desain untuk menghasilkan tampilan produk yang lebih inovatif.

2. Digitalisasi Bisnis pada pelaku usaha pelaku usaha UMKM Coffee Shop dikatakan dalam kategori cukup. Berdasarkan hal tersebut, disarankan kepada pelaku usaha UMKM Coffee Shop untuk meningkatkan Digitalisasi Bisnis melalui beberapa upaya. Pertama, fokus pada peningkatan indikator *Consumer to Consumer* dengan terus mengembangkan fitur-fitur yang memudahkan konsumen untuk saling berbagi informasi, ulasan, dan rekomendasi terkait produk/layanan coffee shop, mendorong konsumen untuk aktif berinteraksi dan membangun komunitas di platform digital yang dimiliki, serta memantau tren dan preferensi konsumen secara berkala untuk menyesuaikan strategi digitalisasi. Kedua, memperkuat indikator *Consumer to Business* dengan mengoptimalkan platform digital yang memungkinkan konsumen untuk memberikan umpan balik, melakukan pemesanan, maupun

pembayaran secara langsung, meningkatkan kemudahan akses dan pengalaman konsumen dalam berinteraksi dengan coffee shop melalui platform digital, serta mengintegrasikan data konsumen untuk memahami kebutuhan dan perilaku mereka, sehingga dapat menyediakan layanan yang lebih personalized. Ketiga, mengembangkan indikator lainnya secara seimbang dengan menjalin kerjasama digital dengan mitra bisnis lain (B2B) untuk memperluas jangkauan pasar dan efisiensi operasional, memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan proses internal, serta mengembangkan fitur-fitur yang memungkinkan konsumen untuk saling berinteraksi dan bertransaksi di platform digital milik coffee shop (C2C).

3. Pertumbuhan UMKM pada pelaku usaha UMKM Coffee Shop dikatakan dalam kategori Baik. Berdasarkan hal tersebut, disarankan kepada pelaku usaha UMKM Coffee Shop untuk mempertahankan dan meningkatkan Pertumbuhan UMKM melalui beberapa upaya. Pertama, fokus pada peningkatan indikator Percaya Diri yang telah menjadi kekuatan dengan terus menanamkan rasa percaya diri pada diri sendiri dan kemampuan untuk mengelola usaha secara optimal, serta pengembangan soft skill kepemimpinan dan komunikasi yang baik dengan karyawan. Kedua, memperkuat indikator Seseorang yang berorientasi pada tugas dan hasil yang masih memiliki skor terendah dengan mendorong motivasi kerja karyawan, menetapkan target-target yang jelas, memberikan reward atas pencapaian, serta melakukan pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan secara berkala. Ketiga, mempertahankan dan mengembangkan indikator lainnya

secara seimbang dengan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, mengadopsi praktik-praktik manajemen modern, serta terus berinovasi untuk menghasilkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar..

4. Untuk penelitian selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kemampuan, keahlian, serta mencari indikator dan faktor lain yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha dengan menggunakan metode yang berbeda. Hal ini diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian yang lebih komprehensif. Selain itu, subjek penelitian tidak harus terpaku hanya pada UMKM *Coffee Shop*, namun dapat menggunakan subjek penelitian lainnya seperti *Coffee Shop* lain atau jenis usaha yang berbeda. Dengan demikian, cakupan dan perspektif penelitian serupa di masa mendatang dapat semakin luas dan beragam.