

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kreativitas Wirausaha dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perkembangan Usaha Pada UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden UMKM Bidang Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung mengenai variabel Kreativitas Wirausaha tergolong pada kategori **“Baik”**. Dengan kata lain sikap Kreativitas yang dilakukan para pelaku usaha dikatakan sudah baik dalam menjalani usaha di bidang kuliner. Mengenai variabel Kreativitas Wirausaha terdapat 5 (lima) indikator yang diukur, yaitu Gagasan, keluwesan, keaslian, penguraian, dan perumusan kembali. Indikator **“Gagasan”** memperoleh persentase skor tertinggi dan masuk ke dalam kategori **“Baik”**, sedangkan indikator **“penguraian”** memperoleh persentase skor yang paling rendah dan masuk ke dalam kategori **“Baik”**, Secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan diperbaiki secepatnya demi kelancaran suatu usaha

yaitu dalam hal penguraian masalah pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Pada dasarnya terdapat beberapa pelaku usaha Kuliner kurang mampu untuk menguraikan suatu masalah yang sedang dialami yaitu Pandemi Covid-19 dengan kata lain para pelaku usaha kurang mampu dalam menganalisis permasalahan, serta apa yang akan dilakukan dalam masa sulit tersebut.

2. Tanggapan responden UMKM Bidang Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung mengenai variabel Penggunaan Media Sosial tergolong pada kategori “**Baik**”. Dengan kata lain bahwa dengan adanya teknologi informasi pada era ini telah dimanfaatkan sebaik mungkin oleh para pelaku usaha dan dinilai sudah baik. Mengenai variabel Penggunaan Media Sosial terdapat 4 (empat) indikator yang diukur, yaitu relationship, komunikasi, interaksi pasca pembelian, format informasi. Indikator “Relationship” dan “Komunikasi” secara bersamaan memperoleh persentase skor tertinggi yaitu dan masuk ke dalam kategori “**Baik**” , sedangkan indikator “Interaksi Pasca Pembelian” memperoleh persentase skor yang paling rendah dan masuk ke dalam kategori “**Baik**”, Secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan perbaikan secepatnya demi kelancaran suatu usaha yaitu dalam hal memperhatikan interaksi pasca pembelian yang dilakukan melalui sosial media pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Pada dasarnya

terdapat beberapa pelaku usaha Kuliner kurang mengetahui dengan adanya fitur-fitur yang tersedia dan tentunya dapat dimanfaatkan ketika menggunakan sosial media dalam berinteraksi dengan konsumen demi berlangsungnya sebuah komunikasi dengan para konsumen.

3. Tanggapan responden UMKM Bidang Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung mengenai variabel Perkembangan Usaha tergolong pada kategori **“Baik”**. Dengan kata lain hal ini ditandai dengan persepsi dari responden bahwa dengan adanya kreativitas wirausaha dan penggunaan media sosial di masa pandemi covid-19 ini dapat membantu mengembangkan usahanya. Serta jika diukur dari indikator variabel Perkembangan Usaha yang terdapat 4 (empat) indikator yaitu Jumlah Pendapatan, Jumlah karyawan, Pelanggan, Barang Terjual dan Perluasan Usaha. Indikator **“Barang Terjual”** memperoleh persentase skor tertinggi dan masuk ke dalam kategori **“Baik”** , sedangkan indikator **“Perluasan Usaha”** memperoleh persentase skor yang paling rendah dan masuk ke dalam kategori **“Cukup Baik”**, Secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan perbaikan secepatnya demi kelancaran suatu usaha di masa pandemi Covid-19 ini yaitu dalam hal memperhatikan Perluasan Usaha yang dilakukan pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Pada dasarnya terdapat beberapa pelaku usaha Kuliner dirasa masih tidak mampu dalam

melakukan perluasan usaha di masa pandemi Covid-19 ini dikarenakan jika ditinjau dari peraturan pemerintah tentang himbauan bagi masyarakat Indonesia untuk melakukan kegiatan dari rumah guna menghindari penyebaran virus Corona yang kian masif di Indonesia. Sehingga harus mencanangkan sistem *work from home* untuk jangka waktu tertentu, tidak terkecuali kepada para pelaku UMKM. Maka dari itu memperluas pasar dikatakan menjadi suatu keraguan jika dilakukan di tengah pandemi Covid-19 ini. Meskipun sistem *work from home* diberlakukan, para pelaku UMKM dapat tetap optimis di tengah kondisi ekonomi global yang sedang menurun dengan adanya teknologi yang semakin mutakhir memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjalankan usaha mereka tanpa harus keluar rumah.

4. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh terhadap Kreativitas Wirausaha diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Maka semakin baik Kreativitas Wirausaha maka Perkembangan Usaha pun akan semakin meningkat.
5. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh terhadap Penggunaan Media Sosial diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Maka semakin baik Penggunaan Media Sosial maka Perkembangan Usaha pun akan semakin meningkat.

6. Dari hasil penelitian secara simultan maka didapatkan hasil terdapat pengaruh signifikan Kreativitas Wirausaha dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Sehingga dapat dikatakan dengan adanya kreativitas wirausaha dan penggunaan media sosial maka dapat menjadikan suatu usaha bidang kuliner berkembang di masa Pandemi Covid-19 ini.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Kreativitas Wirausaha dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Pada Kreativitas Wirausaha UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung sebaiknya Dalam Penguraian masalah sebaiknya para pelaku usaha dapat memperhatikan secara detail mengenai masalah yang sedang dialami yaitu Pandemi Covid-19 dengan kata lain para pelaku usaha seharusnya lebih menumbuhkan jiwa kreativitas nya dengan mengambil fenomena ini sehingga mempunyai ide yang kreativitas dalam menjalani usahanya seperti, melakukan promosi yang menarik, makanan dan minuman yang unik atau beda dari pesaing yang lain tetapi tidak melupakan dari segi kesehatannya serta terjamin kualitasnya. Sehingga benefit setelah membeli makanan atau minuman

tersebut dapat dirasakan oleh para konsumen di masa Pandemi Covid-19 ini.

2. Pada Penggunaan Media Sosial UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung sebaiknya Dalam Penguraian masalah sebaiknya para pelaku usaha dapat lebih memanfaatkan sosial media secara lebih detail karena terdapat fitur-fitur yang dapat membantu sebuah usaha. Seperti memberikan tanggapan bisa melalui pemberian rating serta kolom komentar. Karena hal tersebut sangat penting bagi kelangsungan sebuah usaha untuk memperbaiki produknya serta demi mendapatkan kesan yang baik dan dapat berdampak pada loyalitas pelanggan.
3. Pada Perkembangan Usaha UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung sebaiknya dalam perluasan pasar dapat dilakukan, karena dengan kata lain bahwa perluasan pasar tidak hanya berbentuk konvensional akan tetapi dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti sosial media dapat dijadikan suatu alat media pemasaran dalam jangkauan yang lebih luas lagi.
4. Sebuah Kreativitas yang dibangun oleh para Wirausaha UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung sebaiknya lebih ditingkatkan di masa pandemi covid-19 ini agar usaha tetap masih dapat berjalan serta berkembang.
5. Para Wirausaha UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung sebaiknya harus lebih dapat mengetahui dengan perkembangan zaman yang ada dengan adanya teknologi informasi ini,

karena di masa pandemi covid-19 ini penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi sebuah usaha, baik ditinjau dari segi komunikasi, promosi, serta alat transaksi yang mudah dan cepat.

6. Para Wirausaha UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung sebaiknya dapat meningkatkan kreativitas nya dan juga diseimbangi dengan pengetahuan mengenai sosial media dimasa pandemi Covid-19 ini sebagai tanda mengikuti perkembangan zaman yang ada agar tidak tertinggal dengan pesaing lain.