

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. *Digital Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.
2. *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Intellectual Capital*.
3. *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.
4. *Digital Marketing* tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja Pemasaran dengan *Intellectual Capital* sebagai variabel mediasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut.

1. Bagi Pelaku UMKM

Disarankan bagi pelaku UMKM agar memaksimalkan teknologi digital dengan menggunakan berbagai *platform digital* dalam memasarkan produknya. Selain itu pelaku UMKM juga harus terus mengupdate perkembangan *digital marketing* dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang dapat menambah pengetahuan dan keterampilan yang berguna bagi perusahaan, khususnya dalam proses pemasaran. Kemudian diharapkan mampu memaksimalkan *Intellectual Capital* dengan tata kelola yang baik dari aset tak berwujud yang dimiliki dengan memberikan inovasi baru kepada karyawan, menguatkan sistem manajemen perusahaan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Sehingga dengan demikian kinerja pemasaran dari UMKM dapat lebih meningkat.

2. Bagi Dinas UMKM

Disarankan untuk dinas terkait agar memperhatikan UMKM yang memiliki potensi ekonomi seperti UMKM konveksi, dengan mengadakan pelatihan-pelatihan mengenai pemasaran khususnya *digital marketing*,

sehingga dapat menambah pengetahuan dan dapat meningkatkan kinerja pemasaran UMKM.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas objek penelitian serta mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang lebih mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM.

