

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan berbagai pembahasan yang telah dijelaskan dan diuraikan secara mendalam oleh peneliti pada bab-bab sebelumnya tentang “Strategi Inkubator Bisnis Digidubes dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil melalui Digital Marketing di kota Cirebon”, maka beberapa kesimpulan utama yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Peran inkubator bisnis Digidubes dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil melalui digital marketing di kota Cirebon dengan memainkan peran sebagai fasilitator pembelajaran digital bagi pelaku UMK di Kota Cirebon. Peran ini tidak hanya terbatas pada penyediaan pelatihan teknis, tetapi juga menjangkau dimensi pendampingan emosional dan transformasi pola pikir digital, yang semuanya berlangsung dalam konteks interaksi yang intens dan reflektif.
2. Strategi inkubator bisnis Digidubes dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil melalui digital marketing dengan strategi yang bersifat kontekstual, partisipatif, dan adaptif terhadap latar belakang dan kebutuhan unik pada masing-masing pelaku UMK. Pendekatan yang digunakan bersandar pada praktik langsung (*learning by doing*), pemanfaatan media sosial, serta penguatan narasi merek melalui konten digital yang disesuaikan dengan identitas usaha.
3. Efektivitas strategi inkubator bisnis Digidubes dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil dipahami melalui perubahan cara pandang dan perilaku pelaku UMK terhadap teknologi digital. Transformasi ini tercermin dari munculnya kepercayaan diri, kemandirian dalam menjalankan strategi digital marketing, serta kesiapan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Proses ini terjadi secara bertahap dan membumi, bukan semata-mata karena instruksi, tetapi karena relasi yang dibangun melalui proses pendampingan yang dialogis.
4. Hasil analisis tematik menggunakan NVivo menunjukkan bahwa strategi inkubasi yang dijalankan oleh Digidubes efektif dalam meningkatkan

kinerja UMK melalui pendekatan yang praktis, kontekstual, dan berbasis teknologi. Visualisasi *mind map* dan *project map* mengungkap bahwa Digidubes tidak hanya berperan sebagai fasilitator pelatihan, tetapi juga sebagai pendamping yang membentuk pola pikir digital pelaku UMK secara berkelanjutan. Strategi seperti pelatihan aplikatif, praktik digital marketing, serta pemanfaatan media sosial dan komunikasi pelanggan terbukti meningkatkan kemampuan teknis dan strategis pelaku UMK. Temuan ini selaras dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM), di mana kelima komponennya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward use*, *behavioral intention*, dan *actual use* terpenuhi dalam proses inkubasi. Dengan demikian, strategi yang dijalankan Digidubes terbukti relevan dan berdampak nyata dalam memperkuat transformasi digital serta kinerja UMK di Kota Cirebon.

## **B. Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi yang dapat dipahami lebih dalam untuk pertimbangan berbagai pihak yang berkepentingan yaitu adalah sebagai berikut:

1. Inkubator Bisnis, berdasarkan temuan penelitian, keberadaan inkubator bisnis Digidubes memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro kecil dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Hal ini sejalan dengan teori strategi dan pembinaan kelembagaan yang menempatkan inkubator sebagai aktor pendukung dalam proses peningkatan kinerja usaha. Implikasi dari hal tersebut menunjukkan bahwa fungsi inkubator perlu diperluas tidak hanya sebagai penyedia pelatihan teknis, melainkan juga sebagai fasilitator pengembangan strategi usaha berbasis digital. Oleh karena itu, perlu dirumuskan pendekatan pembinaan yang lebih sistematis, kontekstual dan berkelanjutan, terutama dalam membantu UMK mengakses teknologi, mengelola model bisnis digital, serta menjalin jejaring usaha secara lebih luas.
2. Digital Marketing, Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing mampu membantu pelaku UMK dalam mempromosikan produknya secara lebih luas dan efisien. Implikasi dari temuan ini

menguatkan posisi digital marketing sebagai bagian penting dari proses adaptasi UMK terhadap perkembangan teknologi. Media sosial dan marketplace terbukti memberikan peluang baru dalam menjangkau pasar. Keberhasilan penerapan digital marketing sangat bergantung pada sejauh mana pelaku UMK merasa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan nyata seperti pelatihan literasi digital, peningkatan akses terhadap teknologi serta pendampingan yang rutin agar pelaku usaha lebih siap dan percaya diri dalam menerapkan strategi digital secara berkelanjutan.

3. Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK), Hasil penelitian memperlihatkan bahwa peningkatan kinerja UMK tidak terjadi begitu saja, melainkan merupakan hasil dari kerja sama yang baik antara pendampingan oleh inkubator bisnis dan penggunaan digital marketing. Hal ini sesuai dengan teori kinerja usaha yang menyebutkan bahwa pencapaian usaha dipengaruhi oleh faktor internal maupun dukungan eksternal. Dalam hal ini, dukungan eksternal berupa pembinaan, teknologi, dan strategi pemasaran sangat membantu pelaku UMK untuk berkembang. Implikasi dari hal tersebut menunjukkan bahwa upaya peningkatan kinerja UMK sebaiknya dilakukan secara menyeluruh, yaitu melalui pelatihan yang sesuai kebutuhan, pendampingan intensif, serta strategi digital yang disesuaikan dengan kondisi pasar. Kerja sama antara pelaku UMK, lembaga pembina, dan pemerintah daerah juga menjadi hal penting agar kinerja usaha dapat terus meningkat secara berkelanjutan.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, masih banyak hal yang dapat dilakukan oleh inkubator bisnis Digicubes untuk mengembangkan strategi dalam program-programnya agar dapat terus relevan di era perkembangan teknologi yang sangat pesat dalam melakukan pelatihan dan pendampingan Usaha Mikro Kecil (UMK). Oleh karena itu, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. **Bagi pengelola Digicubes**, diharapkan dapat terus mempertahankan pendekatan yang humanistik dan reflektif, serta memperluas ruang dialog

antara pendamping dan pelaku UMK. Perlu juga dilakukan pengembangan strategi yang lebih terstruktur dalam dokumentasi proses belajar para tenant sebagai bagian dari pembelajaran berkelanjutan, misalnya strategi dalam pembelajaran mengumpulkan pelaku Usaha Mikro Kecil yang masih muda-muda sehingga menciptakan lingkungan atau ekosistem tercipta dalam mengoptimalkan sistem *peer to peer* belajar antar para pelaku UMK yang mengikuti inkubator bisnis DigiCubes sehingga lebih efektif dan efisien dan langsung dapat diimplementasikan dengan cepat.

2. **Bagi pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK)**, disarankan untuk menjadikan pengalaman pendampingan sebagai ruang refleksi dan eksplorasi, serta terus membangun kemauan untuk belajar, mencoba, dan berinovasi dalam konteks digital, sesuai dengan karakter usahanya masing-masing.
3. **Bagi pemangku kebijakan**, penting untuk membuka ruang kolaborasi yang lebih luas dengan inkubator bisnis lokal yang memiliki pendekatan berbasis komunitas dan memahami konteks lokal secara mendalam.
4. **Bagi penelitian selanjutnya**, dianjurkan untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap dinamika relasi antara inkubator dan pelaku UMK, serta mengeksplorasi aspek identitas digital, keberdayaan, dan resistensi dalam proses adopsi teknologi secara mendalam dengan pendekatan kualitatif yang lebih luas.

UINSSC