

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pengujian data dan analisis yang telah dijelaskan terkait dengan penggunaan media sosial tiktok dan *quick response code indonesian standard* (QRIS) pada bank syariah terhadap pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial tiktok (X1), dari 96 sampel pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon, sebanyak 89% **“positif”** telah menggunakan Tiktok sebagai media promosi utama, sisanya 11% masih mengandalkan promosi *offline*. Mayoritas pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon sudah mulai beralih ke Tiktok untuk memanfaatkan potensi jangkauan audiens yang lebih luas, hal ini menunjukkan bahwa tiktok **“berpengaruh”** sebagai platform yang mampu diandalkan untuk menaikkan pendapatan pelaku usaha. Sehingga, semakin besar tingkat positif penggunaan media sosial tiktok, maka semakin berpengaruh **“signifikan”** terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon.
2. *Quick response code indonesian standard* (QRIS) pada bank syariah (X2), dari 96 sampel pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon, sebanyak 84% **“positif”** telah menggunakan *quick response code indonesian standard* (QRIS) sebagai alat transaksi modern utama, sisanya 16% masih mengandalkan pembayaran tradisional. Mayoritas pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon sudah mulai beralih ke QR *code* untuk memanfaatkan potensi akses kemudahannya, hal ini menunjukkan bahwa *quick response code indonesian standard* (QRIS) **“berpengaruh”** sebagai platform yang mampu diandalkan untuk menaikkan pendapatan pelaku usaha. Sehingga, semakin besar tingkat positif penggunaan *quick response code indonesian standard* (QRIS), maka semakin berpengaruh **“signifikan”** terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon

3. Media sosial tiktok (X1) dan *quick response code indonesian standard* (QRIS) pada bank syariah (X2) terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon, dari 96 sampel pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon, sebanyak 89% “**positif**” telah menggunakan Tiktok sebagai media promosi utama dan 84% “**positif**” telah menggunakan *quick response code indonesian standard* (QRIS) sebagai alat transaksi modern utama. Maka kolaborasi antar platform tiktok dan *quick response code indonesian standard* (QRIS) “**berpengaruh**” sebagai platform yang mampu diandalkan untuk menaikkan pendapatan pelaku usaha. Sehingga, semakin besar tingkat positif penggunaan media sosial tiktok, dan *quick response code indonesian standard* (QRIS), maka semakin berpengaruh “**signifikan**” terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon.

B. Implikasi

Implikasi dalam penelitian penulis dapat dikemukakan secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Penggunaan media sosial tiktok bagi pelaku usaha di Kota Cirebon memberikan peluang besar untuk meningkatkan strategi pemasaran. Melalui konten kreatif atau *live streaming* mampu menarik perhatian yang lebih luas serta dapat membangun *brand awareness* yang lebih kuat hingga menaikkan *viewers*. Dengan strategi promosi yang efektif melalui tiktok pelaku usaha mampu bersaing di pasar *digital* yang saat ini semakin berkembang.
- b. Penerapan *quick response code indonesian standard* (QRIS) pada bank syariah mampu memberikan transaksi keuangan bagi pelaku usaha secara praktis dan lebih cepat. Dengan pemakaian menggunakan QR Code dari bank syariah dapat memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau segmen pasar baru, khususnya konsumen yang mengutamakan nilai-nilai syariah.

2. Implikasi Praktis

Sedangkan implikasi secara praktis yaitu sebagai masukan kepada para pelaku usaha di wilayah Kota Cirebon, untuk dapat mencari *alternative* pemasaran yang baru sesuai

dengan perkembangan jaman, salah satunya menggunakan terobosan baru dan kombinasi antara pemasaran di tiktok dan penerapan QR Code supaya mampu meningkatkan citra *brand* produk pelaku usaha, dan dapat memberikan kontribusi positif pada perekonomian lokal. Dengan meningkatnya aktivitas ekonomi pelaku usaha, maka peluang kerja baru dapat tercipta. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah daerah dan komunitas bisnis, sangat diperlukan untuk mendorong inovasi *digital* dan memperkuat ekosistem usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkelanjutan.

C. Saran

Adapun saran yang ditawarkan oleh peneliti, yang dapat dimanfaatkan untuk kedepannya, diantara sarannya yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Dari hasil penelitian ini, diharapkan bagi para pelaku usaha dapat memanfaatkan fasilitas promosi menggunakan media sosial tiktok dan alat transaksi keuangan yang modern menggunakan *quick response code indonesian standard* (QRIS) pada bank syariah, agar mampu bersaing di pasar *digital* kedepannya.

2. Bagi Bank Syariah

Untuk terus menghasilkan kualitas layanan transaksi *digital*, terutama penggunaan *quick response code indonesian standard* (QRIS) pada bank syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan model, objek penelitian yang berbeda dan jumlah sampel yang lebih besar dan beragam, agar hasil penelitian dapat menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan relevan.