

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Dan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Media Sosial (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,309 > 1,685$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti H1 diterima bahwa Media Sosial (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y).
2. Media Sosial (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kemampuan Inovasi (X2) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,316 > 1,685$) dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, yang berarti H2 diterima bahwa Media Sosial (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kemampuan Inovasi (X2).
3. Kemampuan Inovasi (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,409 > 1,685$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti H3 diterima bahwa Kemampuan Inovasi (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y).
4. Berdasarkan perhitungan uji t Media Sosial (X1) melalui Kemampuan Inovasi (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Hal ini dibuktikan dengan besarnya *direct effect* lebih kecil dari *indirect effect* $0,208 > 0,275$. Dari hasil perhitungan uji f (secara simultan) Kemampuan Inovasi (X2) dan Media Sosial (X1) terhadap Kinerja UMKM (Y) memiliki nilai f_{hitung} sebesar dan nilai signifikan sebesar 0,000. Yang berarti, variabel Media Sosial dan Kemampuan

Inovasi mempengaruhi Kinerja UMKM secara bersama-sama. Dalam sobel test pula diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar $3,065 > 1.6859$, maka H_4 diterima, yang berarti bahwa Kemampuan Inovasi mampu menjadi mediasi antara Media Sosial terhadap Kinerja UMKM.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Media Sosial

Para pelaku UMKM meubel kayu khususnya di Desa Warukawung untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial karena untuk dapat bersaing mengikuti perkembangan zaman dan juga pemasaran menggunakan media sosial atau secara online dapat menghemat biaya dan bisa mengefektifkan waktu karena bisa dilakukan dimana saja. Dengan mempromosikan produk UMKM menggunakan media sosial pelaku UMKM dapat meningkatkan strategi penjualan yang lebih tinggi sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi pelaku UMKM agar produknya diketahui oleh masyarakat luas.

2. Kemampuan Inovasi

Untuk pelaku UMKM meubel kayu di Desa Warukawung agar supaya meningkatkan produktivitasnya dengan menambah inovasi-inovasi produk yang ingin dihasilkan, selain itu pemilik usaha juga harus update mengenai teknologi atau mesin-mesin modern yang dapat menunjang produktivitas.

3. Kinerja UMKM

Pada pelaku UMKM diharapkan dapat lebih memaksimalkan lagi dalam manajemen pengetahuan pada kinerja UMKM, yakni dengan terus mengasah kemampuan yang dimiliki dan juga harus lebih kreatif serta inovatif dalam pengelolaan pengetahuan mengenai produk atau informasi yang dapat meningkatkan kinerja UMKM khususnya pelaku UMKM

meubel di Desa Warukawung. Kemudian dalam hal kinerja UMKM, para pelaku diharapkan bisa lebih meningkatkan dalam hal pertumbuhan modal agar tetap mencapai target yang ditentukan agar usaha yang dijalani semakin meningkat dan berkembang.

