

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil pembahasan analisis data dari sampel penelitian yaitu perusahaan UMKM yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, terbukti bahwa Digital Marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Oleh karena itu, disarankan bagi UMKM untuk memanfaatkan digital marketing sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka.
2. Dari hasil pengujian, terbukti bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan bisnis mereka dengan lebih efisien dan efektif.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik Digital Marketing maupun Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM secara bersama-sama. Kombinasi penggunaan strategi digital marketing yang efektif dan tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi UMKM.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Disarankan bagi pemilik UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan digital marketing dalam strategi pemasaran mereka. Ini dapat meliputi penggunaan media sosial, situs web, iklan online, dan strategi pemasaran digital lainnya. Melalui peningkatan kehadiran online dan promosi yang efektif, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, dan meningkatkan penjualan.

2. Pemilik UMKM perlu memperhatikan peningkatan literasi keuangan mereka. Ini dapat dilakukan melalui pelatihan atau pendidikan terkait keuangan bisnis, konsultasi dengan ahli keuangan, atau membaca literatur dan sumber daya yang relevan. Dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen keuangan, UMKM dapat mengelola sumber daya keuangan mereka secara efisien dan membuat keputusan yang lebih cerdas.
3. Pemilik UMKM perlu mempertimbangkan kombinasi efektif antara digital marketing yang baik dan manajemen keuangan yang cerdas. Mereka dapat memanfaatkan pengetahuan literasi keuangan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang tepat, mengukur dan menganalisis pengaruh keuangan dari aktivitas pemasaran, serta membuat keputusan investasi yang berdasarkan data yang akurat.

