

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Environmental Forces*, seperti perubahan teknologi, tren pasar, dan perilaku konsumen, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Absorptive Capacity* UMKM. Tekanan dari lingkungan, terutama terkait dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah, mendorong UMKM untuk terus belajar dan beradaptasi. Hal ini memaksa pelaku usaha untuk menyerap pengetahuan baru yang relevan, termasuk dalam hal penggunaan media sosial untuk pemasaran. Ketika tekanan dari lingkungan meningkat, terutama terkait persaingan pasar, UMKM menjadi lebih terdorong untuk belajar dan mengubah strategi mereka.

Selanjutnya, *Absorptive Capacity* terbukti mendorong pengembangan kemampuan UMKM dalam *Social Media Marketing Posting Capability* dan *Social Media Marketing Interaction Capability*. UMKM yang memiliki keinginan untuk belajar yang tinggi dapat lebih adaptif terhadap perkembangan tren di dunia digital dan memiliki kemampuan untuk merancang strategi konten yang lebih menarik serta meningkatkan interaksi dengan audiens di media sosial. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk berkomunikasi lebih efektif dengan konsumen dan lebih responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha.

Terakhir, *Absorptive Capacity* juga berperan penting dalam meningkatkan *Social Media Performance* UMKM. Dengan kemampuan untuk menyerap dan memanfaatkan pengetahuan baru, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk pemasaran mereka, menghasilkan konten yang lebih relevan, dan meningkatkan *engagement* dengan audiens. Hal ini pada gilirannya berkontribusi pada kinerja yang lebih baik di media sosial, yang tercermin dalam meningkatnya interaksi dan kepuasan konsumen. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa *Absorptive Capacity* memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran di media sosial bagi UMKM.

## 5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini terbagi dua yakni penelitian selanjutnya dan pemangku kepentingan yang dijabarkan berikut ini:

### 5.2.1 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dari analisis dan keseluruhan proses penelitian, peneliti merumuskan sejumlah rekomendasi yang dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya. Pertama, studi ini hanya masih mengambil data yang relatif tidak terlalu besar. Untuk tujuan generalisasi, agar lebih general hasilnya sebaiknya studi berikutnya mencakup wilayah yang lebih luas secara geografis seperti di luar Pulau Jawa dan menganalisis porsi responden yang lebih merata guna mengurangi bias lokasi (Sagala & Óri, 2024).

Kemudian, penelitian ini belum menggunakan variabel moderator sebagai variabel tambahan, sehingga rancangan model konseptual dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan variabel moderator, seperti literasi digital, level pendidikan, atau orientasi inovasi guna menjelaskan hubungan antar variabel secara lebih mendalam (Destrian, 2025). Selanjutnya, studi ini masih mencakup variabel kemampuan atau kapabilitas dari dari UMKM saja, maka penelitian selanjutnya dapat mengangkat variabel internal seperti pengalaman atau edukasi UMKM sebagai variabel tambahan yang berpotensi menjelaskan variasi dalam respons terhadap digitalisasi (Martins, 2023). Kemudian daripada itu, penelitian ini hanya menggunakan metode kuantitatif saja, sehingga studi mendatang dapat menggunakan pendekatan metodologis dengan menggabungkan metode kualitatif. Penelitian menyarankan menggunakan pendekatan secara kualitatif juga agar dapat mengeksplorasi pengalaman pelaku UMKM secara menyeluruh dan mendalam (Williams et al., 2024).

Terakhir, studi ini hanya melihat penggunaan media sosial secara keseluruhan, sehingga studi berikutnya dapat memperdalam secara teknis penggunaan sosial media pada UMKM dengan memfokuskan satu hingga dua platform yang digunakan oleh UMKM contohnya Instagram dan Facebook agar dapat diinterpretasikan secara jelas pada pembahasan (Patma et al., 2021).

### **5.2.1 Saran Bagi Pemangku Kepentingan**

Studi ini memiliki sejumlah limitasi yang perlu diteliti. Pertama, temuan yang dihasilkan terutama berlaku bagi UMKM yang telah memiliki akses digital memadai, sehingga belum mewakili pelaku usaha di wilayah dengan hambatan konektivitas internet atau keterbatasan literasi teknologi. Untuk itu, penting bagi pemerintah dan penyedia layanan untuk memperluas akses digital dan menyediakan pelatihan literasi teknologi bagi pelaku UMKM di wilayah terpencil demi meratakan kesiapan digital (Anatan & Nur, 2023).

Kedua, model analisis dalam penelitian ini belum sepenuhnya menangkap kompleksitas faktor eksternal lain seperti perbedaan sektor industri, variasi tingkat kesiapan digital antar daerah, maupun pengaruh kebijakan lokal yang mungkin memengaruhi efektivitas penggunaan media sosial. Pembuat kebijakan dan institusi pendukung disarankan menyusun intervensi untuk mengakomodasi perbedaan regional, tingkat kematangan digital, dan kebijakan daerah agar lebih tepat sasaran (Pingali, 2023).

Ketiga, meskipun peran komunitas digital diakui sebagai pemicu pertukaran informasi, riset ini belum menguji secara longitudinal bagaimana kontribusi komunitas tersebut terhadap peningkatan kinerja digital UMKM dalam jangka waktu yang berkelanjutan. Oleh karena itu, komunitas bisnis digital, inkubator, dan lembaga pendamping sebaiknya menerapkan sistem evaluasi rutin untuk memastikan pertukaran informasi dan kolaborasi berkelanjutan benar-benar mendukung peningkatan kapabilitas UMKM (Rai et al., 2025).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A