

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti pengaruh literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha kuliner di Kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis data, beberapa kesimpulan penting dapat ditarik sebagai berikut:

1. Gambaran literasi bisnis digital pelaku UMKM dan keberlanjutan usaha UMKM kuliner di kota bandung.
 - a. Gambaran literasi bisnis digital pelaku UMKM kuliner di kota bandung berada pada kategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa tingkat perepsi pelaku UMKM terhadap literasi bisnis digital bisa dikatakan baik. Dari keempat dimensi pada pengujian ini, dimensi *media* mendapatkan skor tertinggi dan *profit* mendapat skor terendah. Artinya, mayoritas pelaku UMKM menilai bahwa media dan aplikasi digital merupakan bagian penting dalam menjalankan usaha, karena mempermudah akses informasi, mendukung strategi promosi, serta meningkatkan efisiensi dan pendapatan bisnis.
 - b. Gambaran keberlanjutan usaha UMKM kuliner di kota bandung ada pada kategori cukup. Hal ini menandakan bahwa tingkar keberlanjutan usaha UMKM bisa dikatakan sudah cukup baik. Dari keempat dimensi pada pengujian ini, dimensi daya saing mendapat skor tertinggi dan pendapatan mendapat skor terendah. Artinya pelaku usaha kuliner tidak hanya fokus pada penetapan harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan usaha sejenis, tetapi juga memanfaatkan media sosial dan *platform* digital untuk membangun citra positif di mata konsumen. Strategi ini menunjukkan bahwa promosi digital dan penentuan harga menjadi bagian penting dalam menarik minat pelanggan dan memperkuat posisi usaha di pasar.
2. Pengaruh Literasi Bisnis Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara literasi bisnis digital dengan keberlanjutan usaha UMKM kuliner kota bandung. Hal ini menandakan bahwa Pelaku UMKM kini menyadari penggunaan teknologi

digital merupakan bagian penting dalam menjalankan aktivitas bisnis secara modern. Pemanfaatan teknologi ini mencerminkan tingkat literasi bisnis digital yang baik, di mana pelaku usaha mampu menggunakan perangkat digital secara strategis, tidak hanya secara teknis. Penggunaan perangkat digital secara teknis merujuk pada kemampuan dasar pelaku usaha dalam mengoperasikan teknologi digital untuk kebutuhan sehari-hari bisnis mereka. Ini mencakup hal-hal seperti menggunakan smartphone atau laptop untuk mengakses internet, membuat akun media sosial, mengunggah konten promosi, atau menggunakan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS. Sementara itu, penggunaan perangkat digital secara strategis menggambarkan tingkat literasi yang lebih tinggi, di mana pelaku usaha tidak hanya sekadar menggunakan teknologi, tetapi juga mampu mengintegrasikannya dalam perencanaan bisnis untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dalam hal ini, pelaku usaha memanfaatkan data digital seperti insight dari media sosial, tren konsumen, dan riwayat penjualan untuk mengambil keputusan yang lebih cerdas. Literasi bisnis digital membantu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat daya saing usaha. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat literasi bisnis digital yang dimiliki oleh pelaku UMKM, semakin besar pula peluang usaha mereka untuk berkembang secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan kemampuan mereka dalam beradaptasi terhadap perubahan, memanfaatkan peluang digital, dan menjaga kestabilan pendapatan usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini yang membahas pengaruh literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner di Kota Bandung, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas pemanfaatan digitalisasi oleh pelaku usaha, terutama dalam menghadapi tantangan keberlanjutan usaha di era teknologi digital.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi media dalam variabel literasi bisnis digital memperoleh skor tertinggi. Hal ini menunjukkan pelaku UMKM sudah menyadari pentingnya media digital dan aplikasi dalam menunjang aktivitas bisnis mereka. Namun demikian, dimensi profit

memperoleh skor terendah, yang mencerminkan bahwa pemanfaatan teknologi digital belum sepenuhnya berdampak terhadap peningkatan keuntungan. Oleh karena itu, disarankan agar pelaku UMKM mulai memaksimalkan penggunaan media digital secara lebih aktif dan strategis. Misalnya, dengan melakukan promosi yang konsisten melalui media sosial, bergabung ke dalam *platform marketplace*, dan memanfaatkan fitur- fitur promosi yang disediakan oleh aplikasi digital. Penggunaan media digital yang tepat akan membantu menjangkau konsumen yang lebih luas dan memperbesar peluang penjualan. Selain itu, pelaku usaha juga dianjurkan untuk mengikuti pelatihan digital marketing atau belajar secara mandiri agar lebih terampil dalam memanfaatkan teknologi secara optimal untuk meningkatkan pendapatan usaha.

2. Pada variabel keberlanjutan usaha, dimensi daya saing mendapatkan skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sudah memiliki kesadaran dalam menjaga daya saing usahanya melalui penetapan harga yang kompetitif dan penggunaan media digital untuk membangun reputasi yang baik di mata konsumen. Namun, dimensi pendapatan kembali menjadi aspek yang masih perlu ditingkatkan. Untuk itu, pelaku usaha perlu memperluas pemanfaatan teknologi digital dalam aspek lain seperti sistem pencatatan keuangan digital, penggunaan aplikasi kasir atau sistem POS (Point of Sales), dan integrasi dengan metode pembayaran digital seperti QRIS atau e-wallet. Selain mendukung efisiensi operasional, penggunaan teknologi tersebut juga dapat memberikan data keuangan yang lebih akurat sehingga pelaku usaha dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat sasaran dan berorientasi pada peningkatan pendapatan. Strategi ini juga perlu didukung dengan promosi *online* yang lebih terencana, seperti penawaran *bundling*, diskon musiman, dan kolaborasi dengan konten kreator kuliner untuk meningkatkan *exposure* usaha secara lebih luas.
3. Berdasarkan hasil penelitian, literasi bisnis digital terbukti berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, salah satu strategi yang dapat ditempuh UMKM kuliner di Kota Bandung untuk meningkatkan profit adalah dengan **mengoptimalkan literasi bisnis digital dalam aspek pemasaran,**

efisiensi operasional, dan inovasi produk. Pertama, UMKM perlu memanfaatkan platform pemasaran digital secara lebih intensif, misalnya dengan menggunakan media sosial, aplikasi pesan-antar makanan, dan iklan digital berbayar yang lebih terarah sehingga mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Kedua, penerapan sistem pembayaran digital, e-wallet, dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi dapat menekan biaya operasional serta meminimalisir kebocoran keuangan, yang pada akhirnya akan meningkatkan margin keuntungan. Ketiga, profit juga dapat ditingkatkan melalui inovasi menu yang menyesuaikan tren konsumen serta strategi *bundling* produk agar nilai transaksi per konsumen meningkat. Terakhir, kolaborasi dengan platform *delivery* maupun *influencer marketing* dapat memperluas pangsa pasar sekaligus memperkuat daya saing, sehingga mendukung peningkatan profit secara berkelanjutan.

4. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti dapat memasukkan variabel lain yang belum dikaji dalam penelitian ini, seperti literasi keuangan, literasi kewirausahaan, serta inovasi, karena ketiga variabel tersebut memiliki relevansi yang kuat terhadap keberlanjutan usaha di era digital. Selain itu, jumlah sampel dalam penelitian ini masih tergolong terbatas jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan UMKM kuliner di Kota Bandung. Oleh karena itu, akan lebih baik jika penelitian selanjutnya menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Peneliti juga disarankan untuk mempertimbangkan pendekatan campuran (*mixed methods*), yaitu menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, sehingga mampu menggali data yang lebih mendalam dan memberikan rekomendasi yang lebih komprehensif bagi pengembangan UMKM.