

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran responden mengenai transformasi digital, karakteristik wirausaha, dan kinerja UMKM sektor kuliner di kota Bandung.
 - a) Gambaran responden terhadap transformasi digital dapat dilihat dari dimensinya yaitu penggunaan media sosial, adopsi *e-commerce*, sistem pembayaran digital, dan automasi bisnis yang berada pada kategori tinggi di skor kontinum. Hal ini menandakan bahwa UMKM kuliner di kota Bandung telah menggunakan adopsi teknologi dan internet dengan baik dan maksimal sehingga dapat meningkatkan kenaikan kinerja usaha. Dari hasil penelitian ini, dimensi transformasi digital yang kinerjanya paling tinggi adalah dimensi sistem pembayaran digital yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sektor kuliner di kota Bandung menggunakan adopsi digital dalam bertransaksi seperti melalui transfer *m-banking*, *e-wallet*, dan *QRIS*. Dilanjut dengan dimensi automasi bisnis, penggunaan media sosial, serta adopsi *e-commerce* untuk posisi terakhir.
 - b) Gambaran responden terhadap karakteristik wirausaha dapat dilihat dari dimensinya yaitu memiliki motif berprestasi, berorientasi masa depan, memiliki kemampuan manajemen, serta berani mengambil risiko dan tantangan yang berada pada kategori sangat baik di skor kontinum. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha para pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung sudah baik dan menjadi faktor internal yang penting dalam menjalankan serta mengembangkan usaha, sehingga dapat memengaruhi cara pelaku usaha mengambil keputusan, merespons tantangan, serta menetapkan arah dan tujuan bisnis untuk mencapai kesuksesan. Dari hasil penelitian ini, dimensi karakteristik wirausaha yang kinerjanya paling tinggi adalah dimensi memiliki kemampuan manajemen yang menunjukkan bahwa kemampuan manajerial menjadi faktor internal yang dapat memengaruhi cara pelaku usaha mengambil keputusan, merespons tantangan, serta menetapkan arah dan tujuan bisnis.

Dilanjut dengan dimensi berorientasi masa depan, berani mengambil risiko dan tantangan, serta memiliki motif berprestasi untuk posisi terakhir.

- c. Gambaran responden terhadap kinerja UMKM dapat dilihat dari dimensinya yaitu peningkatan omzet, efisiensi operasional, daya saing, dan kepuasan pelanggan yang berada pada kategori tinggi di skor kontinum. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya kinerja UMKM yang berdampak hasil nyata dari aktivitas usaha yang telah dilakukan, baik dalam aspek keuangan maupun non-keuangan, yang didukung melalui penggunaan transformasi digital yang tinggi serta karakteristik wirausaha yang baik oleh para pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Bandung. Dari hasil penelitian ini, dimensi kinerja UMKM yang kinerjanya paling tinggi adalah dimensi kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa para pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercipta loyalitas serta hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dilanjut dengan dimensi daya saing, efisiensi operasional, serta peningkatan omzet untuk posisi terakhir.
2. Transformasi digital terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM sektor kuliner di kota Bandung. Dengan demikian semakin tinggi tingkat adopsi transformasi digital maka semakin tinggi pula kinerja usaha UMKM kuliner di kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya sekadar alat bantu, melainkan strategi penting untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi di era saat ini.
3. Karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di kota Bandung. Dengan demikian karakteristik wirausaha yang sangat baik pada pelaku UMKM kuliner di kota Bandung dapat meningkatkan kinerja UMKM. Pelaku usaha yang memiliki visi jangka panjang, menetapkan target yang terukur, mampu mengelola tim serta keuangan, dan berani mengambil keputusan strategis cenderung mampu menghadapi dinamika pasar dengan lebih siap. Karakter-karakter tersebut mendukung terbentuknya pola pikir wirausaha yang tangguh, inovatif, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

4. Secara simultan, integrasi antara transformasi digital dan karakteristik wirausaha menjadikan keduanya sebagai faktor kunci dalam menciptakan kinerja UMKM yang unggul dan berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan adaptasi teknologi, tetapi juga oleh kesiapan mental dan kompetensi wirausaha itu sendiri dalam mengelola serta mengembangkan usahanya. Kombinasi antara penguasaan teknologi dan penguatan karakter pribadi pelaku usaha menjadi pondasi utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM, terutama di sektor kuliner yang sangat dinamis. Dengan demikian, transformasi digital dan karakteristik wirausaha bukan sekadar faktor pendukung, melainkan telah menjadi elemen strategis yang perlu terus dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan UMKM di tengah era digitalisasi.

5.2 Saran

1. Pelaku UMKM disarankan untuk mulai memanfaatkan platform e-commerce seperti ShopeeFood, GrabFood, atau GoFood dalam memasarkan produk mereka secara digital. Hal ini dapat dimulai dengan membuat akun toko online, mengunggah minimal tiga produk unggulan, serta menyusun deskripsi produk yang menarik dan informatif. Untuk meningkatkan efektivitas, pelaku UMKM dapat mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung terkait penggunaan platform e-commerce. Pelatihan sebaiknya dilakukan secara berkala, misalnya satu kali setiap bulan, dan mencakup praktik langsung dalam pembuatan toko, pengelolaan pesanan, dan promosi digital.
2. Pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan semangat dan motivasi untuk berprestasi dalam mengelola usahanya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengikuti program kompetisi kewirausahaan atau penghargaan UMKM terbaik yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah atau komunitas wirausaha. Program ini dapat dirancang secara berkala (misalnya setiap enam bulan), dengan indikator penilaian meliputi peningkatan omzet, inovasi produk, dan efektivitas promosi. Diharapkan dengan adanya target dan pengakuan

eksternal, pelaku UMKM semakin terdorong untuk mencapai performa usaha yang lebih optimal.

3. Pelaku usaha dapat meningkatkan omzet penjualan melalui strategi promosi digital yang terencana. Salah satu langkah konkret yang bisa dilakukan adalah menetapkan hari-hari khusus promosi (seperti “Jumat Diskon” atau “Minggu Bebas Ongkir”), serta aktif memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk menyebarkan informasi promosi. Pemerintah daerah dan komunitas pendamping UMKM dapat memberikan dukungan berupa template desain konten promosi, caption siap pakai, serta pelatihan intensif mengenai strategi pemasaran digital. Untuk implementasi awal, UMKM disarankan mengunggah promosi minimal dua kali dalam seminggu dan melakukan evaluasi penjualan setiap akhir bulan.
4. Pemerintah daerah, khususnya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, diharapkan dapat mengambil peran aktif dalam mendorong transformasi digital serta peningkatan kapasitas wirausaha UMKM. Salah satu langkah konkret yang dapat dilakukan adalah menyelenggarakan pelatihan e-commerce secara rutin setiap bulan di tingkat kecamatan, dengan materi praktis seperti pembuatan akun toko online, pengelolaan produk, dan strategi promosi digital. Selain itu, pemerintah dapat membuat program penghargaan tahunan bagi UMKM inovatif dan berprestasi, dengan indikator yang terukur seperti peningkatan omzet, inovasi produk, dan pencapaian pasar baru. Program ini dapat didukung oleh kerja sama lintas sektor, seperti pelibatan perguruan tinggi untuk menyediakan mentor atau mahasiswa magang sebagai pendamping usaha. Dengan demikian, upaya pengembangan UMKM tidak hanya bersifat formalitas, tetapi benar-benar berdampak pada peningkatan daya saing usaha secara konkret.
5. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah variabel dan ruang lingkup wilayah yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti literasi digital, orientasi pelanggan, atau kemampuan inovasi yang mungkin juga memengaruhi kinerja UMKM. Selain itu, metode penelitian campuran (*mixed-method*) juga dapat digunakan untuk menggali data

kuantitatif sekaligus memperdalam pemahaman melalui pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau studi kasus. Penelitian selanjutnya juga disarankan dilakukan pada sektor UMKM lain, seperti fashion, kerajinan, atau jasa kecantikan, serta mencakup wilayah yang lebih luas, misalnya Bandung Raya atau perbandingan antar kota dan kabupaten di Jawa Barat. Dengan pendekatan ini, hasil penelitian akan lebih komprehensif dan memiliki generalisasi yang lebih kuat.

Dengan implementasi dan penguatan yang konsisten terhadap transformasi digital dan karakteristik kewirausahaan, diharapkan UMKM di Indonesia, khususnya di sektor kuliner, mampu bertahan, berkembang, dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional di tengah era digital yang terus berkembang pesat.