

BAB V

SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa pelaku UMKM kerajinan kulit di Sukaregang Kabupaten Garut memiliki tingkat *E-marketing* tinggi. Hal ini disebabkan karena pelaku UMKM sudah mulai menggunakan *E-marketing* yang bisa membuat usaha tetap berjalan karena tidak harus menjalankan usahanya secara tatap muka tetapi dengan dipasarkan secara online dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas sehingga membuat usahanya tetap bertahan meskipun tengah dilanda pandemi. Kemudian, pelaku UMKM kerajinan kulit Sukaregang Kabupaten Garut memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi. Hal ini disebabkan karena pelaku UMKM sadar akan pentingnya pemahaman mengenai keuangan agar tidak keliru ketika mengambil keputusan dalam aktivitas usahanya. Berbeda dengan variabel independen, variabel moderasi tingkat religiositas tidak cukup memperkuat hubungan *E-marketing* dan literasi keuangan. Untuk variabel keberlangsungan usaha berada pada kategori tinggi. Hal ini disebabkan karena pelaku UMKM kerajinan kulit Sukaregang Kabupaten Garut dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dengan memperhatikan aspek *E-marketing*, literasi keuangan serta religiositas.
2. Tingkat *E-marketing* memberikan pengaruh yang positif terhadap tingkat keberlangsungan usaha UMKM kerajinan kulit di Sukaregang Kabupaten Garut. Dengan demikian semakin tinggi pemahaman pelaku UMKM terhadap *E-marketing* akan semakin tinggi tingkat keberlangsungan usaha.
3. Tingkat literasi keuangan memberikan pengaruh yang positif terhadap tingkat keberlangsungan usaha UMKM kerajinan kulit di Sukaregang Kabupaten Garut. Dengan demikian semakin tinggi pemahaman

pelaku UMKM terhadap literasi keuangan akan semakin tinggi tingkat keberlangsungan usaha.

4. Hasil temuan selanjutnya yaitu variabel moderasi yang menunjukkan bahwa tingkat religiositas tidak memoderasi pengaruh *E-marketing* terhadap keberlangsungan usaha. Hal ini disebabkan karena variabel religiositas merupakan variabel prediktor moderasi di mana variabel ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk. Sehingga variabel religiositas tidak cukup memperkuat hubungan pengaruh *E-marketing* terhadap keberlangsungan usaha UMKM kerajinan kulit di Sukaregang Kabupaten Garut.
5. Sejalan dengan temuan sebelumnya, variabel moderasi menunjukkan bahwa tingkat religiositas tidak memoderasi literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha. Hal ini disebabkan karena variabel religiositas merupakan variabel prediktor moderasi di mana variabel ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk. Sehingga variabel religiositas tidak cukup memperkuat hubungan literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha UMKM kerajinan kulit di Sukaregang Kabupaten Garut.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi dari hasil penelitian ini jika ditinjau berdasarkan teoritis bahwasanya penelitian mengenai keberlangsungan usaha UMKM di Kabupaten Garut masih sedikit. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu dalam mengembangkan pemahaman mengenai ekonomi Islam khususnya untuk para pelaku UMKM dan masyarakat. Kemudian, secara praktis penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan akan memberikan gambaran terkait tingkat *E-marketing* tingkat literasi keuangan, tingkat religiositas, serta keberlangsungan usaha bagi UMKM di Kabupaten Garut.

Implikasi yang didapatkan sesuai dengan hasil penelitian ialah bukti bahwa terdapat hubungan positif antara *E-marketing* dengan keberlangsungan usaha, di mana semakin meningkatnya *E-marketing*, maka keberlangsungan usaha juga akan

Imam Rizki Fauzi, 2022

ANALISIS E-MARKETING DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI TENGAH PANDEMI DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA SENTRA INDUSTRI KULIT SUKAREGANG KABUPATEN GARUT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

semakin meningkat. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahamannya terhadap informasi terkait *E-marketing*, dalam mengelola bisnisnya agar lebih efektif dan efisien sesuai juga dengan perkembangan zaman dan bisa menjangkau pasar lebih luas dari sebelumnya.

Berikutnya, hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin meningkatnya pemahaman literasi keuangan pelaku UMKM, maka keberlangsungan usaha pada pelaku UMKM akan semakin mengalami peningkatan. Melalui pemahaman literasi keuangan, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengelola usahanya agar lebih baik dan efisien dari segi keuangan sekarang dan kedepannya. Sehingga usahanya akan tetap terus terjaga tidak mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu, perlu juga dilakukan upaya untuk mengajak para pelaku UMKM khususnya di Kabupaten Garut untuk dapat lebih mempelajari *E-marketing* dan juga literasi keuangan agar usaha yang dijalankannya bisa tetap terus bertahan dan meningkat untuk kedepannya.

Rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah khususnya Kementerian Usaha Kecil Menengah diharapkan untuk lebih menggalakan pelatihan-pelatihan untuk UMKM dengan bekerjasama dengan komunitas bisnis.
2. Bagi pemerintah Kabupaten Garut diharapkan untuk dapat memperbarui data-data yang berkenaan dengan demografi penduduk, khususnya pada bidang UMKM agar lebih memudahkan proses pendataan bagi pihak yang membutuhkan terutama penelitian bagi para akademisi maupun praktisi.
3. Bagi akademisi diharapkan dapat memberikan penyuluhan berupa pelatihan terkait literasi keuangan, ataupun *e-marketing* bagi para pelaku UMKM pengrajin kulit.
4. Bagi masyarakat maupun pelaku UMKM, diharapkan mempelajari lebih dalam terkait *e-marketing*, karena di-era digitalisasi yang serba menggunakan teknologi dan informasi seperti saat ini, para pebisnis dituntut untuk dapat adaptif termasuk memanfaatkan saluran *online* dalam pemasarannya atau *e-marketing*. Dengan penggunaan *e-marketing*, lebih mempermudah para pelaku usaha, karena dapat mengefisienkan anggaran, melalui *e-marketing*

Imam Rizki Fauzi, 2022

ANALISIS E-MARKETING DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI TENGAH PANDEMI DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA SENTRA INDUSTRI KULIT SUKAREGANG KABUPATEN GARUT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

biaya yang dikeluarkan untuk promosi secara *online* terbilang lebih murah dan juga lebih luas jangkauannya serta tepat sasaran.

5. Bagi masyarakat atau pelaku UMKM, diharapkan untuk melakukan pencatatan keuangan atau pembukuan, meskipun skala usahanya masih berskala kecil, dengan adanya pembukuan bermanfaat untuk mengetahui kondisi keuangan secara berkala, meminimalkan kesalahan pengelolaan keuangan dan hasil analisisnya dapat digunakan untuk membuat keputusan serta mengembangkan strategi bisnis kedepannya.
6. Untuk pelaku UMKM kerajinan kulit, diharapkan untuk terus berinovasi dan adaptif baik dalam segi pemasaran/iklan produk maupun dari segi produk yang dihasilkan dengan lebih moderen, kemudian tetap menjaga kualitas produk dan lebih memaksimalkan sarana penjualan dan promosi secara *online*, agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, diharapkan para pelaku UMKM kerajinan kulit menghasilkan produk yang memiliki keunikan produk agar bisa tetap bersaing dengan produk lain dan bisa tetap bertahan sekalipun terjadinya perang harga di pasaran.
7. Bagi para peneliti selanjutnya perlu mengkaji lebih jauh dengan menggunakan indikator lain pada variabel *e-marketing*, variabel literasi keuangan, variabel moderasi dari religiositas serta indikator pada variabel keberlangsungan usaha. Selain itu, penelitian mengenai keberlangsungan usaha masih minim, terlebih lagi menjadikan variabel religiositas sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya seperti karakteristik kewirausahaan, keterampilan, *marketing mix* serta variabel lainnya yang dapat memberikan wawasan baru ke dalam pembahasan keberlangsungan usaha serta menggunakan variabel moderasi lain seperti gender, usia, tingkat pendidikan, pendapatan. Selain itu sebaiknya dari penelitian ini agar diperluas lagi wilayah yang akan diteliti baik itu di skala nasional maupun internasional.