

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku UMKM mengadopsi atau menerima teknologi Instagram untuk memajukan kinerja usahanya. Pelaku UMKM menyadari sepenuhnya bahwa Instagram dapat meningkatkan hubungan dan memperluas jaringan dalam waktu cepat. Selain itu, Instagram relatif mudah untuk digunakan, memberikan manfaat dan menunjang bisnis UMKM. Walaupun fitur Instagram sepertinya belum maksimal mendongkrak penjualan secara signifikan, tetapi pelaku UMKM berniat untuk terus menggunakan aplikasi sosial media ini. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil pengujian hipotesis yang positif dan signifikan.

Hasil analisis hipotesis dari variabel yang berkaitan dengan *Technology Acceptance Model* semua mengkonfirmasi penelitian-penelitian sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kerangka teori tersebut masih relevan digunakan hingga saat ini dan dapat juga diaplikasikan pada penelitian adopsi teknologi sosial media kekinian, yaitu Instagram.

Ada dua hipotesis yang ditolak dalam penelitian ini, yaitu: variabel efikasi diri penggunaan aplikasi terhadap variabel persepsi manfaat dan variabel efikasi diri penggunaan aplikasi dengan persepsi kemudahan penggunaan. Variabel efikasi diri umumnya digunakan pada penelitian aplikasi yang lebih kompleks, seperti *mobile banking*, *dashboard system*, dsb. Ditolaknya hipotesis ini diduga dapat dikarenakan

unit analisis atau sampel yang digunakan berdomisili di area Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi yang relatif akses informasi dan penetrasi internetnya cukup tinggi. Selain itu, mayoritas tingkat pendidikan terakhir dari responden adalah lulusan Sarjana. Dengan demikian media sosial Instagram bukan termasuk hal yang baru untuk mereka. Selain itu, dapat juga dikarenakan jumlah dari sampel yang terbatas di angka total 200 responden yang distribusinya tidak merata di area Jabodetabek. Dan porsi terbesar berdomisili di Jakarta.

## 5.2. Saran

Dari penelitian ini dapat ditarik saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian-penelitian berikutnya di bidang ataupun topik sama:

- a) Penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional survey* atau menggambarkan populasi di waktu tertentu. Untuk mengetahui konsistensi dari hasil, mungkin bisa digunakan *longitudinal survey* sehingga dapat mengetahui tidak hanya kondisi populasi, tetapi kecenderungan fenomena tersebut dari waktu ke waktu.
- b) Area domisili dari obyek penelitian ini adalah didarah urban dan sub-urban yang dekat dengan ibukota. Sementara daerah di Indonesia sangat tersebar dan masing-masing daerah memiliki karakteristik sendiri. Daerah-daerah rural di Indonesia dapat dijadikan lokasi penelitian berikutnya agar mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang adopsi Instagram pada pelaku UMKM di Indonesia.

- c) Khusus untuk variabel *application self-efficacy*, dapat diteliti lebih lanjut apa yang menjadi faktor kritis ketika aplikasi yang diteliti spesifik tetapi sangat umum digunakan.