

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Pengaruh Pengembangan SDM, Penggunaan Media Sosial, dan Fasilitas Kerja terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

1. Pengembangan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, dan memiliki hubungan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,730 dan kontribusi pengaruh sebesar 53,3%. Dengan kata lain, semakin baik program pengembangan SDM yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan, mencakup penetapan tujuan yang jelas, ketersediaan instruktur berkualitas, materi yang relevan, metode yang sesuai, dan seleksi peserta yang tepat, maka kompetensi, motivasi, dan profesionalisme tim pemasaran akan semakin meningkat sehingga kinerja pemasaran CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng akan semakin optimal.
2. Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, dan memiliki hubungan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,717 dan kontribusi pengaruh sebesar 51,4%. Dengan kata lain, semakin optimal pemanfaatan media sosial oleh tim pemasaran melalui pembangunan komunitas online yang aktif, interaksi yang berkualitas dengan konsumen, berbagi konten yang relevan dan

informatif, serta kemudahan aksesibilitas informasi produk, maka jangkauan pemasaran dan kinerja pemasaran CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng akan semakin meningkat.

3. Fasilitas Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, dan memiliki hubungan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,682 dan kontribusi pengaruh sebesar 46,5%. Dengan kata lain, semakin lengkap dan memadai fasilitas kerja yang disediakan perusahaan, mencakup fasilitas alat kerja yang modern, perlengkapan kerja yang aman dan nyaman, serta fasilitas sosial yang mendukung kesejahteraan karyawan, maka lingkungan kerja akan semakin kondusif sehingga tim pemasaran akan semakin produktif dan kinerja pemasaran akan semakin meningkat.
4. Pengembangan SDM, Penggunaan Media Sosial, dan Fasilitas Kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, dan memiliki hubungan kuat dengan nilai korelasi berganda (R) sebesar 0,798 dan kontribusi pengaruh simultan sebesar 63,6%. . Dengan kata lain, semakin baik pengelolaan pengembangan SDM, semakin optimal penggunaan media sosial, serta semakin lengkap fasilitas kerja yang diterapkan secara sinergis dan terintegrasi, maka kinerja pemasaran CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng dalam hal volume penjualan, pertumbuhan penjualan, ketepatan waktu pemasaran, efektivitas promosi, dan jangkauan pasar akan semakin meningkat secara optimal dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Sebagai bagian akhir dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa rekomendasi praktis yang ditujukan untuk berbagai pihak, agar hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pertumbuhan bisnis CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng. Adapun saran yang dimaksud diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pimpinan CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, disarankan untuk terus meningkatkan dan mengoptimalkan pelaksanaan program pengembangan SDM, penggunaan media sosial, serta ketersediaan fasilitas kerja secara terencana, berkelanjutan, dan terpadu. Secara khusus, pimpinan perlu merancang program pelatihan pemasaran digital yang terstruktur bagi seluruh tim pemasaran, meningkatkan investasi pada peralatan dan infrastruktur digital yang mendukung aktivitas pemasaran, serta memperkuat program kesejahteraan karyawan melalui penyediaan fasilitas sosial yang memadai. Dengan mengintegrasikan ketiga aspek tersebut secara sinergis, diharapkan kinerja pemasaran perusahaan dapat terus meningkat sehingga target volume penjualan dan perluasan jangkauan pasar ke luar wilayah Ciamis dapat tercapai secara optimal.
2. Bagi Karyawan CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, diharapkan dapat bersikap terbuka dan proaktif dalam mengikuti setiap program pengembangan SDM yang disediakan oleh perusahaan sebagai kesempatan untuk

mengembangkan kompetensi pemasaran yang lebih komprehensif. Tim pemasaran perlu memanfaatkan platform media sosial secara lebih kreatif, konsisten, dan terencana dalam mempromosikan produk makaroni ikan tawes kepada segmen pasar yang lebih luas, termasuk melalui pengelolaan marketplace dan konten digital yang berkualitas. Selain itu, karyawan diharapkan dapat memanfaatkan fasilitas kerja yang tersedia secara optimal dan bertanggung jawab demi mendukung produktivitas dan kelancaran program-program pemasaran perusahaan. Dengan demikian, peningkatan kinerja pemasaran tidak hanya bergantung pada program yang disediakan oleh manajemen perusahaan, tetapi juga pada komitmen, inisiatif, dan dedikasi setiap karyawan dalam mengembangkan diri dan berkontribusi secara optimal bagi kemajuan CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, seperti motivasi kerja, kepuasan kerja, kepemimpinan, inovasi produk, strategi penetapan harga, loyalitas pelanggan, maupun kompetensi digital tim pemasaran. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang lebih beragam, misalnya pendekatan kualitatif atau metode campuran (mixed methods) sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM makanan ringan. Dengan memperluas ruang lingkup penelitian, menambah jumlah responden, memperpanjang periode penelitian, atau menggunakan lokasi penelitian yang berbeda pada berbagai

jenis UMKM di Kabupaten Ciamis maupun wilayah lainnya, diharapkan hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran serta bagi peningkatan daya saing UMKM makanan ringan berbahan baku lokal dalam menghadapi era persaingan digital yang semakin ketat.