

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Social Media Promotion* tidak berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan *Business Performance* pada bisnis mutiara Lombok. Pelaku bisnis pada industri mutiara Lombok perlu mempertimbangkan pendekatan lain atau memperbaiki strategi *Social Media Promotion* untuk menghasilkan dampak untuk peningkatan *Business Performance*.
2. *Financial Technology* berkontribusi terhadap peningkatan *Business Performance* pada bisnis mutiara Lombok. Pemanfaatan teknologi keuangan sangat penting bagi bisnis mutiara Lombok untuk meningkatkan efisiensi baik operasional maupun transaksi, dan memperluas akses pasar.
3. *Social Media Promotion* berkontribusi terhadap *Competitive Advantage* pada bisnis mutiara Lombok. Hal ini menunjukkan peningkatan visibilitas merek dan produk, memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mampu menciptakan diferensiasi pada produk dan layanan yang kuat di pasar yang kompetitif menjadi strategi untuk meningkatkan *Competitive Advantage* bagi bisnis mutiara Lombok melalui *Social Media Promotion*.

4. *Financial Technology* berkontribusi terhadap *Competitive Advantage* pada bisnis mutiara Lombok. Penggunaan *Financial Technology* menjadi salah satu pilar penting dalam strategi bisnis mutiara Lombok sehingga mutiara Lombok terus bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif, dengan peningkatan efisiensi operasional, pengelolaan resiko keuangan yang lebih baik dan memberikan pengalaman bagi pelanggan menjadi *Competitive Advantage* bagi bisnis mutiara Lombok.
5. *Competitive Advantage* juga memiliki kontribusi dalam peningkatan *Business Performance* pada bisnis mutiara Lombok. Hal ini menunjukkan inovasi produk yang dilakukan, diferensiasi, dan citra merek yang kuat menjadi faktor yang penting pada bisnis mutiara Lombok dalam mendorong peningkatan *Business Performance*.
6. *Social Media Promotion* memiliki kontribusi terhadap peningkatan *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* pada bisnis mutiara Lombok. Penggunaan media sosial dalam promosi menjadi bagian strategi dalam menciptakan *Competitive Advantage* yang berkelanjutan yang pada akhirnya meningkatkan *Business Performance*.
7. *Financial Technology* memberikan kontribusi terhadap peningkatan *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*. Penggunaan teknologi keuangan yang menjadi salah satu aspek penting dalam strategi bisnis pada bisnis mutiara Lombok memperkuat *Competitive Advantage* yang pada akhirnya berdampak positif pada *Business Performance* secara keseluruhan.

8. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti cakupan wilayah yang hanya terfokus di Lombok, Nusa Tenggara Barat. Sehingga hasilnya mungkin kurang relevan untuk wilayah lain dengan kondisi ekonomi atau pasar yang berbeda. Sampel terbatas pada 120 pelaku usaha kecil dan menengah mutiara Lombok dan hanya meneliti faktor internal seperti *Social Media Promotion*, adopsi *Fintech*, dan *Competitive Advantage*, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi atau kebijakan pemerintah. Selain itu, metode kuesioner yang digunakan tidak sepenuhnya menangkap dinamika industri mutiara Lombok, karena kurang melibatkan interaksi mendalam dengan pelaku usaha.

## 5.2 Saran

Kesimpulan penelitian ini menghasilkan saran-saran berikut, yang dapat dipertimbangkan atau dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut:

1. Pelaku usaha kecil dan menengah industri mutiara Lombok disarankan dapat mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan, seperti merespons umpan balik secara cepat dan melibatkan pelanggan melalui konten yang interaktif untuk mengoptimalkan efektivitas promosi melalui *Social Media*. Menjangkau promosi yang luas, dapat dilakukan melalui iklan berbayar yang terarah dan menggunakan jasa *Influencer*.
2. *Financial Technology* perlu terus diadopsi dan dikembangkan oleh pelaku bisnis industri mutiara Lombok. Pelaku usaha disarankan untuk mengeksplorasi penggunaan teknologi yang lebih canggih untuk dapat mengembangkan teknologi keuangan yang lebih aman dan

memudahkan untuk ekspansi pasar yang lebih luas.

3. Persaingan pasar pada industri mutiara Lombok yang semakin ketat, pelaku usaha industri mutiara Lombok perlu lebih fokus pada ekspansi ke pasar global dengan pemanfaatan teknologi digital saat ini seperti penggunaan *e-commerce*. Hal ini untuk dapat meningkatkan omset dan memperluas pangsa pasar.
4. Pada bisnis mutiara Lombok layanan pelanggan merupakan faktor penting untuk menciptakan *Competitive Advantage*. Pelaku usaha industri mutiara Lombok disarankan untuk meningkatkan layanan seperti purna jual dan mampu menciptakan hubungan lebih erat dengan pelanggan melalui personalia layanan yang dipermudah oleh sosial media saat ini.
5. Untuk penelitian selanjutnya, bahwa industri mutiara Lombok memiliki potensi besar pada persaingan dalam pasar domestik bahkan internasional. peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menganalisis atau menambah variabel baru seperti *Brand Awareness* dan *Product Quality*. Variabel ini dapat membantu menggambarkan faktor tambahan yang dapat meningkatkan daya saing pada bisnis mutiara Lombok.