

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan pada konveksi UMKM Syasweater Collection maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Potensi *e-commerce* pada UMKM Syasweater Collection berdampak besar, angka penjualannya tinggi, dari promosi dan pemasaran *online* luas secara nasional atau internasional. Kemudian dari kualitas produk yang dijual berpengaruh dan ulasan dari pembeli yang memberikan penilaian yang positif. Dari potensi pihak UMKM harus membuat inovasi atau perubahan dalam penjualannya misalnya strategi pemasaran, karena setiap tren atau produk memiliki perubahan apalagi di bidang *fashion*.
2. Dampak penggunaan *e-commerce*, dari hasil temuan dampak dibagi menjadi dua yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif bagi UMKM Syasweater Collection yaitu meningkatnya hasil penjualan dari angka penjualannya tinggi, jangkauan pasar sangat luas skala nasional, efisiensi operasional dari segi hemat biaya operasional, waktu fleksibel, pengiriman dilakukan secara *pick-up* dari pihak ekspedisi, pemasaran yang mudah karena secara *online* dan sudah disediakan dari *platform*. Dampak negatifnya yaitu rentan dari keamanan data pelanggan, gangguan secara teknis, paket hilang dalam pengiriman, dan pesaing banyak sehingga harus berinovasi dan bersaing dari segi kualitas dan harga produk.

#### **5.2 Implikasi**

Bisnis bagi UMKM peningkatan penjualan dan jumlah pelanggan dapat berarti pertumbuhan bisnis yang lebih baik, ini dapat mendorong UMKM lain untuk mengadopsi *E-commerce* sebagai bagian strategi pertumbuhan mereka. Peningkatan daya saing, bagaimana penggunaan *E-commerce* telah meningkatkan daya saing Konveksi Syasweater Collection dalam pasar yang

semakin kompetitif. Keberhasilan UMKM ini dapat menjadi contoh bagi pelaku bisnis lainnya tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk memperkuat posisi mereka di pasar.

### 5.3 Saran

Dari hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau sumber acuan bagi penelitian yang sedang meneliti tentang dampak penggunaan *E-Commerce* pada UMKM dalam meningkatkan penjualan.
2. Untuk pihak pemilik UMKM semangat dalam membangun bisnis usahanya yang nanti kedepannya bisa berinovasi dalam meningkatkan penjualannya.
3. Kepada pihak UMKM agar lebih berhati-hati dalam penggunaan *platform e-commerce* karena banyaknya kejahatan *cyber* yang terjadi pada saat ini.
4. Kepada peneliti melakukan penelitian yang lebih luas dibandingkan yang dilakukan pada penelitian kali ini