

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. MCOM UMKM dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan objek terhadap aplikasi.
2. Algoritma apriori dapat diterapkan pada *mobile commerce* UMKM. Nilai *support* sebesar dan *confidence* yang dikategorikan kuat yaitu 0.6, akan membantu apriori dalam menyeleksi keranjang transaksi ke dalam aturan asosiasi. Aturan asosiasi inilah akan digunakan oleh aplikasi untuk merekomendasikan produk.
3. Atribut produk dan persepsi harga berpengaruh pada keputusan membeli produk e-commerce. Hal ini dapat terlihat dari besaran nilai pada uji kuesioner. Hal ini didukung dengan persamaan yang didapatkan yaitu $Y=1,284+0,116X_1+0,175X_2$ dengan nilai F sebesar 47.092 yang menyatakan kedua variable yaitu atribut produk dan persepsi harga mempengaruhi keputusan membeli dengan taraf kepercayaan 95%.

5.2 Saran

1. Penggunaan sistem keamanan pada *payment gateway* dapat diterapkan lebih rinci sehingga menjamin keamanan transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sistem. Penggunaan *payment gateway* ini dapat diimplementasikan lebih lanjut dengan mencari menambahkan penggunaan *middleware*, atau lembaga keuangan lain seperti *paypal* atau *credit card* dari bank-bank yang ada.
2. Penggunaan 17 jenis produk pada aplikasi ini tidak dapat menjangkau seluruh komoditas produk UMKM di lapangan, sehingga diharapkan

Rahmandani, 2012

Implementasi Algoritma Apriori Pada Mobile Commerce Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

pengembangan aplikasi dapat melibatkan komoditas lain yang lebih banyak sehingga menjangkau UMKM dari sektor yang lain.

3. Aplikasi dapat dikembangkan lebih lanjut ke ranah smartphone seperti android dan iphone sehingga penggunaan aplikasi jauh lebih nyaman dan lebih praktis dalam mendukung transaksi sehari-hari.
4. Penambahan modul jasa pengiriman dapat dikembangkan lebih lanjut. Hal ini akan mendukung integrasi aplikasi sebagai mobile commerce seutuhnya yang tidak membutuhkan tatap muka langsung dengan konsumen. Hal ini juga akan memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi dari jarak yang jauh.
5. Besarnya kompleksitas masalah UMKM di lapangan sangat besar dan rumit, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat diterapkan lebih lanjut dengan melakukan studi kasus langsung dengan sampel UMKM di lapangan, sehingga penelitian ini dapat membantu masalah UMKM secara berdasarkan sampel yang ditelitinya.