

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh layanan Gofood terhadap penjualan usaha mikro makanan lokal mitra Gofood di Kota Bandung, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gofood memberikan fasilitas kepada mitranya seperti sistem pembayaran non-tunai yaitu Gopay, Sistem operasional usaha yaitu aplikasi GoBiz, dan mitra Gofood berhak untuk bergabung dalam Komunitas Partner Gofood.

Variabel layanan Gofood skor tertinggi pada indikator *Delivery Accuracy* yaitu mengenai pesanan yang dikembalikan oleh pembeli dengan skor 4,57 ini menunjukkan bahwa pesanan yang di kembalikan oleh pembeli hampir tidak ada, hal tersebut bisa terjadi karena di dukung oleh Indikator *Order Management* yaitu sistem pengoperasian pemesanan dari Gofood sangat mudah untuk di operasikan terbukti degan skor 4,54. Sedangkan rata-rata terendah terdapat pada indikator *E-Information* dengan skor 3,20 ini menunjukkan bahwa memperbarui informasi terkait menu oleh mitra masih terbilang jarang.

2. Variabel penjualan skor tertinggi pada pada indikator Kondisi dan Kemampuan Penjual yaitu mengenai volume penjualan setelah bergabung di Gofood dengan rata-rata 3,98 ini menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan mitra Gofood makanan lokal di kota bandung cukup signifikan. Sedangkan rata-rata terendah terdapat pada indikator Kondisi Organisasi Penjual dengan rata-rata skor 1,67 ini menunjukkan bahwa jumlah pegawai relatif sedikit atau tidak memiliki pegawai.
3. Variabel layanan Gofood berpengaruh kuat positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap peningkatan penjualan sebesar 42,4%. Sisanya 57,6% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti oleh peneliti seperti kualitas produk, harga, manajemen marketing, bauran pemasaran, dll.

5.2 Saran

1. Pihak Gofood lebih aktif lagi untuk mengundang dan mengajak seluruh mitra Gofood untuk bergabung kedalam Komunitas *Partner* Gofood karena masih ada mitra gofood yang belum mendapatkan seluruh fasilitas yang dijanjikan oleh pihak gofood yaitu belum bergabung kedalam Komunitas *Partner* Gofood, padahal di sana terdapat banyak informasi terkait kemitraan, seperti seminar yang di selenggarakan untuk mitra Gofood, promosi yang sedang berlangsung, konsultasi terkait masalah yang di alami mitra, dan tempat bertukar pikiran dan cerita sesama mitra Gofood.
2. Kondisi permodalan mitra gofood relatif meningkat secara akumulasi tetapi untuk modal harian khususnya akhir pekan (jumat, sabtu, minggu, dan libur nasional) terkendala karena pencairan penjualan pada hari tersebut baru di salurkan kepada mitra pada hari senin dan di atas jam 12 siang, sebaiknya di percepat pencairannya karena berpengaruh terhadap perputaran modal harian.
3. Pihak gofood sebaiknya mengurangi biaya layanan sebesar 20% karena cukup memberatkan mitra, khususnya yang berpartisipasi pada event promo yang di selenggarakan oleh Gofood, karena pada promo tersebut mitra juga harus memberikan harga diskon sesuai event yang sedang berlangsung, dan untuk yang tidak ikut promo bisa mengurangi harga jualnya untuk mendapatkan harga jual yang lebih kompetitif. Saat penelitian ini berlangsung terdapat pandemi Covid-19 sehingga dengan pemotongan biaya layanan sebesar 20% tersebut semakin memberatkan mitra usaha mikro, dan ada beberapa usaha tutup untuk sementara.
4. Sediakan fitur persediaan yang siap di jual, sehingga untuk memudahkan pembeli untuk mengecek ketersediaan produk dahulu sebelum memesan dan mitra pun tidak harus membatalkan pesanan apabila menu yang di pesan pelanggan sudah habis.
5. Sediakan fitur *chat* dari mitra Gofood ke pelanggan dan dapat digunakan pada saat pesanan masuk dan pasca pesanan selesai, sebagai bentuk *after sales service*.

6. Iklan dan Promosi untuk UMKM khususnya usaha mikro baiknya di tempatkan pada halaman dan urutan pertama pada aplikasi dan terpisah dengan promosi merek restoran besar, sebagai bentuk dan cara untuk meningkatkan penjualan produk dari UMKM khususnya usaha mikro.
7. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya tidak sebatas variabel layanan gofood dan penjualan saja, akan tetapi juga menambahkan variabel lain dan sektor usaha lain pada penelitian selanjutnya.