

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian disimpulkan sebagai berikut yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan eksplanatif dengan menggunakan analisis jalur antara dimensi *e-commerce* yaitu *developers*, *web presence*, dan *communicators* pada pengusaha UMKM Jeans cihampelas kota Bandung maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *e-commerce* para pengusaha UMKM Jeans Cihampelas dapat disimpulkan bahwa **hampir seluruhnya** responden mengatakan kegiatan *E-Commerce* masuk pada **kategori baik** karena responden menilai pemahaman mengenai teknologi dapat membantu usaha mereka pada cakupan pasar yang lebih luas dengan 3 penerapan dari dimensi *e-commerce* yang meliputi *developers*, *web presence*, *communicators*. Adapun untuk rincian nya dapat dilihat bahwa dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *developers*, *web presence*, dan *communicators* berada pada kategori **baik**. Dimensi *developers* memiliki penilaian persepsi paling tinggi karena responden memiliki kemampuan untuk dapat mengelola usaha mereka dari mulai pendataan produk, operasional dan manajemen sumber daya yang bisa dimanfaatkan melalui media elektronik sedangkan dimensi *communicators* memiliki penilaian persepsi paling rendah karena responden masih belum memiliki kemampuan untuk bernegosiasi dengan baik ataupun menawarkan produk mereka kepada konsumen melalui iklan maupun komunikasi secara verbal.
2. Gambaran mengenai Pertumbuhan Usaha dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *excellent service*, *internal operations*, *sustained profitability*, dan *finance externally* berada pada kategori **tinggi** karena responden menilai empat komponen tersebut memiliki kegunaan khusus dalam meningkatkan usaha seperti proses bisnis yang dijalani dengan benar mengelola hingga memperoleh laba yang berkelanjutan. Dimensi *excellent service* atau tindakan memulai usaha memiliki penilaian persepsi paling tinggi karena responden mampu untuk memberikan pelayanan prima pada konsumen untuk dapat membeli produk ataupun mengenalkan produk mereka lebih

detail. sedangkan dimensi *sustained profitability* memiliki penilaian persepsi paling rendah karena responden menilai masih belum mampu untuk mempertahankan laba atau keuntungan yang berkelanjutan, banyak factor yang dapat mempengaruhi keuntungan salah satunya dampak dari *covid-19* yang membuat para pengusaha mengalami rintangan untuk mengelola usaha mereka.

3. Hasil penelitian menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh *E-Commerce* terhadap *Pertumbuhan Usaha* para pengusaha UMKM Jeans Cihampelas Bandung.
 - a. Hasil penelitian menyatakan pengaruh dimensi *web presence* terhadap pertumbuhan usaha adalah yang paling dominan. Pengaruh langsung dimensi *web presence* memiliki nilai paling dominan terhadap *Pertumbuhan Usaha* karena hasil dari perhitungan penelitian yang memiliki angka paling tinggi dilihat dari jawaban responden serta pengaruhnya terhadap variabel dependen. Nilai pengaruh tidak langsung dari kombinasi dimensi *web presence* dengan dimensi lainnya menaikkan nilai pengaruh langsung *web presence*.
 - b. Hasil penelitian menyatakan pengaruh dimensi *developers* terhadap *Pertumbuhan Usaha* memiliki nilai tertinggi ke dua. Pengaruh langsung dimensi *developers* memiliki nilai paling tinggi ke dua karena dari hasil perhitungan penelitian memiliki angka yang pas dan mayoritas responden menjawab pada nilai yang netral. Nilai pengaruh tidak langsung dari kombinasi dimensi *developers* dengan dimensi lainnya menaikkan nilai pengaruh langsung *developers*.
 - c. Hasil penelitian menyatakan pengaruh dimensi *communicators* terhadap *Pertumbuhan Usaha* memiliki nilai paling rendah. Pengaruh langsung dimensi *communicators* memiliki nilai paling rendah karena hasil dari perhitungan penelitian memiliki angka yang kurang ataupun jawaban dari responden cenderung rendah. Nilai pengaruh tidak langsung dari kombinasi dimensi *communicators* dengan dimensi lainnya menaikkan nilai pengaruh langsung *communicators*.

5.2 Rekomendasi

Rifqi Fadhlurrahman, 2022

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan kesimpulan, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh dimensi *E-Commerce* terhadap pertumbuhan usaha yaitu:

1. Aspek dimensi *developers* berkaitan dengan kemampuan mengidentifikasi kualitas produk dan ketersediaan, di mana para pengusaha harus meningkatkan praktik membuat konsumen untuk selalu mengingat produk seperti memberikan pengingat kepada konsumen melalui *e-mail* tentang pembaharuan produk dan stok yang tersedia dengan mencontoh perusahaan yang memiliki manajemen produk yang baik dan ilmu produksi secara mandiri sesuai kondisi nyata yang dihadapi. Sehingga, semakin banyak referensi ilmu teori dan praktik yang pernah dialami akan meningkatkan kemampuan dalam mengelola produk yang berkualitas.
2. Aspek dimensi *web presence* yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan kemampuan individu untuk menciptakan pandangan baru tentang sebuah merk. Peningkatan ini bisa di dorong melalui membuat logo dan sistem website yang mempunyai nilai tambah dan arti yang baik sehingga membuat pengunjung berkesan dengan *brand* perusahaan.
3. Aspek *communicators*, berkaitan dengan kemampuan komunikasi menjadi sebuah bentuk kesepakatan harus dibekali dengan penguatan materi pada pembelajaran etika komunikasi tentang bagaimana menyusun *communication skill* yang baik dengan disertai kesanggupan untuk menjalin kerja sama dengan *stake holders*. Hal ini dapat didorong dengan pembiasaan dengan adaptasi dari berbagai karakter konsumen yang memiliki beragam latar belakang serta memberikan kabar kepada konsumen sebagai bentuk penghargaan pada hari besar konsumen contohnya seperti ulang tahun maupun hari nasional yang dapat memberikan extra diskon bagi konsumen melalui media sosial ataupun *e-mail*.
4. Adapun rekomendasi yang penulis tidak sertakan ataupun hal yang terlewat dalam kegiatan penelitian ini adalah data hasil pasca *covid-19* lalu data sebelum terjadinya *covid 19* yang dimana data tersebut memperlihatkan proses pertumbuhan usaha yang dialami pada pengusaha UMKM Jeans Cihampelas, dalam hal ini penulis memberi saran bagi peneliti selanjutnya yang meneliti objek yang sama untuk menambahkan data sebelum terjadinya *covid 19* dan data setelah terjadinya *covid 19*.

5. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dimensi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan usaha. Maka penulis merekomendasikan agar lebih banyak pelatihan mengenai teknologi bagi masyarakat awam untuk dapat menambah pengetahuan sekaligus keterampilan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang sangat pesat serta di bantu dengan keinginan individu dalam mempelajari maupun mendalami teknologi.