

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil pengolahan dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis memberikan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini menggunakan 4 (empat) hipotesis, dimana 3 (tiga) dari 4 (empat) hipotesis tersebut dapat di terima, dan 1 (satu) hipotesis ditolak.
2. Hasil dalam penelitian ini adalah:
  - a. **H1 diterima**, bahwa teknologi **memiliki pengaruh positif** terhadap minat UMKM dalam penggunaan *E-commerce*.
  - b. **H2 diterima**, bahwa organisasi **memiliki pengaruh positif** terhadap minat UMKM dalam penggunaan *E-commerce*.
  - c. **H3 diterima**, bahwa lingkungan **memiliki pengaruh positif** terhadap minat UMKM dalam penggunaan *E-commerce*.
  - d. **H4 ditolak**, bahwa individu **tidak memiliki pengaruh** terhadap minat UMKM dalam penggunaan *E-commerce*.
3. Faktor yang paling berpengaruh pada penggunaan *e-commerce* berdasarkan pendapat responden melalui kuesioner dapat dijabarkan sebagai berikut.
  - a. Faktor lingkungan dilihat dari nilai *loading factor* terbesar adalah 0,902, dimana angka tersebut mengindikasikan bahwa lingkungan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap minat UMKM dalam penggunaan *e-commerce*.
  - b. Faktor teknologi dilihat dari nilai *loading factor*-nya adalah 0,834, dimana angka tersebut mengindikasikan bahwa teknologi adalah faktor yang paling berpengaruh di posisi kedua terhadap minat UMKM dalam penggunaan *e-commerce*.
  - c. Faktor organisasi dilihat dari nilai *loading factor*-nya adalah 0,828, dimana angka tersebut mengindikasikan bahwa organisasi adalah faktor yang paling berpengaruh di posisi ketiga terhadap minat UMKM dalam penggunaan *e-commerce*.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi penelitian lebih lanjut.

1. Saran pengembangan strategi pada lingkup lingkungan adalah perusahaan bekerjasama dengan pemerintah dan dinas koperasi dan UMKM agar melakukan pemberdayaan pelaku usaha melalui pendidikan dan pelatihan untuk mengedukasi UMKM tentang cara menggunakan *e-commerce*, serta manfaat positif yang didapatkan melalui *e-commerce*. Selain itu, pemerintah dapat memberikan perhatian terhadap daerah-daerah yang masih sulit mendapatkan jaringan internet, sehingga UMKM di desa juga mendapatkan kesempatan yang sama untuk mengembangkan usahanya.
2. Saran pengembangan strategi pada lingkup organisasi adalah perusahaan dapat berkolaborasi dengan asosiasi UMKM, dengan cara membangun jaringan dan komunitas melalui *expo* atau pameran UMKM. Dengan adanya *expo*, perusahaan dapat melakukan pengenalan *e-commerce* terhadap pelaku usaha (UMKM) secara langsung, sehingga peluang untuk mencapai *client* juga lebih besar.
3. Saran pengembangan strategi pada lingkup teknologi adalah perusahaan dapat memberikan edukasi tentang pemanfaatan *gadget*, *handphone*, PC, dll, agar penggunaannya dapat dioptimalkan untuk sarana pengembangan bisnis para pelaku usaha menggunakan *e-commerce*, sehingga semakin banyak UMKM yang memahami pengoperasian *e-commerce*, mulai dari pengelolaan toko *online*, promosi *online*, hingga pengelolaan transaksi yang benar dan aman.