

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Toko Sepatu Sembilan Satu merupakan salah satu UMKM yang berada di Majalaya yang mengalami penurunan rata-rata penjualan hingga 65% pada tahun 2020 jika dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2019. Hal ini diakibatkan karena adanya *pandemic* Covid-19. Pada tahun 2021 Toko Sepatu Sembilan Satu menerapkan penjualan melalui *e-commerce* Tokopedia.
 1. Kinerja Toko Sepatu Sembilan Satu sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2020 menghasilkan penjualan sebesar Rp426,000,000 dengan jumlah *order* sebesar Rp292,800,000 dan karyawan yang berjumlah 8 orang.
 2. Kinerja pada tahun 2021 dari jumlah karyawan Toko Sembilan Satu tidak melakukan penambahan maupun pengurangan hanya saja *jobdesc* mereka menjadi bertambah. Hasil penjualan *offline* pada tahun 2021 Toko Sepatu Sembilan Satu menghasilkan rata-rata pendapatan sebesar Rp180,000,000 per bulan dan toko *online* menghasilkan Rp132,600,000 per bulan dengan jumlah *order* sebesar Rp204,500,000.
 3. Adanya penerapan *e-commerce* toko Sepatu Sembilan Satu tetap mengalami penurunan hanya menjadi sebesar 27% dari 58%. Dengan demikian kinerja dari adanya penerapan *e-commerce* dapat membantu mengurangi penurunan penjualan yang lebih signifikan.
 4. Setelah penerapan *e-commerce* berjalan pada tahun 2022 mampu mengalami peningkatan pendapatan rata-rata pendapatan sebesar 22% selama 5 bulan berjalan.
2. Melihat pengembangan *e-commerce* Toko Sepatu Sembilan Satu penelitian ini menggunakan *matrix* SWOT. Berdasarkan hasil analisis *matrix* SWOT Toko Sembilan Satu diperoleh strategi-strategi yang dapat diterapkan yang

bermanfaat dan dapat memaksimalkan kinerja dari toko Sembilan Satu yaitu dengan mengurangi pemesanan sepatu model lama dengan menggantinya menggunakan model baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan juga Toko Sembilan Satu dapat menerapkan SOP agar tidak melanggar SOP dari *e-commerce* Tokopedia yang membuat Toko Sembilan Satu kehilangan *Pro Power Merchant*.

3. Diketahui masalah yang dialami oleh Toko Sembilan Satu terhadap penggunaan *e-commerce* adalah pengiriman yang telat datang kepada konsumen, salah mengirimkan pesanan, dan keamanan dari barang yang masih kurang. Dengan demikian perbaikan yang dapat dilakukan terhadap penggunaan *e-commerce* di Toko Sembilan Satu yaitu dengan adanya pemahaman kepada karyawan mengenai pentingnya kecepatan pengiriman dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat menjadi kekuatan dari toko ini, memperbaiki label yang dicetak agar lebih besar, setelah itu melakukan pengecekan kembali sebelum dilakukan proses pengiriman, dan dengan menambah *bubble wrap* di dalam kardus agar produk tetap pada tempatnya juga diluar kardus dilakukan penambahan *bubble wrap* dan juga dibungkus plastik hitam sehingga barang dikirimkan dengan aman sampai tujuan.
4. Pengembangan karyawan yang sudah dilakukan untuk dapat mendukung *e-commerce* di Toko Sepatu Sembilan Satu baru berasal dari pemilik toko dengan memberi tahu cara memakai aplikasi di *e-commerce*, menerima pesanan, membuat jadwal pengiriman, dan cara mencetak *orderan*. Namun, pengembangan karyawan sampai saat ini dirasa belum maksimal dikarenakan masih banyaknya *komplain* yang masuk terkait masalah karyawan dalam memasukkan pesanan, telat mengirim, salah pengiriman, dan lainnya.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dengan demikian dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Sepatu Sembilan Satu

Penerapan *e-commerce* memberikan dampak yang baik bagi penjualan toko namun masih memiliki beberapa kelemahan sehingga dengan melakukan pelatihan kepada para karyawan mengenai pengembangan *e-commerce* sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan menaikkan penjualan di *e-commerce*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi bahan perbandingan untuk penelitian dan disarankan agar melihat lebih banyak sumber ataupun referensi yang terkait dengan penggunaan *e-commerce* untuk membuat kerangka berpikir.

3. Bagi UMKM Lainnya

Bagi para UMKM lainnya disarankan untuk mencoba mengembangkan usaha tidak hanya *offline* saja tetapi mampu memanfaatkan *e-commerce* untuk memasuki dunia kewirausahaan secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, A. (2016). *An Expert Guide to Problem Solving With Pratical Examples*. New York: An Expert Guide to Problem Solving With Pratical Examples.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Allen, J. P. (2019). *Digital Entrepreneurship*. New York : Taylor & Francis.
- Anwar, M. (2020). *Manajemen Strategik : Daya Saing dan Globalisasi* . Banyumas: Sasanti Institute.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol 6 No. 2.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. XIII, No.10.
- Baierl, R., Behrens, J., & Brem, A. (2019). *Digital Entrepreneurship : Interfaces Between Digital Technologies and Entrepreneurship*. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Bukit, B., Malusa, T., & Rahmat, A. (2017). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management*. British: Pearson Education Limited.
- Chhabra, M., Hassan, R., & Shamim, A. (2021). *Entrepreneurship and Big Data The Digital Revolution*. New York : Taylor & Francis Group.
- Dewi, D. P., & Harjoyo. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tangerang : UNPAM Press.
- Firmansyah, A., & Roosmarwarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Rafferty Publishing House.

- Hall, R. (2015). *SWOT For Writing Success*. New York: Rayne Hall.
- Handini, S., Sukei, & Kanty, H. (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi : Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula press.
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan pendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan* , Vol 7, No 1; p.56-68.
- Hasri, D. (2021). *Digital Marketing Black Box : Konsep Dasar, Strategi, dan Implementasi*. Sleman: PT. Kanisius.
- Hazzan, O., Metzuyanin, E. H., Zahav, A. E., Tal, T., & Dori, Y. J. (2018). *Application of Management Theories for STEM Education: The Case of SWOT Analysis*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. (2012). *Tim Kajian Profil Sektor Riil: Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran*. Jakarta: Kementrian Keuangan Republik Indonesia.
- Kementrian Pendidikan Nasional. (2010). *Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Kementrian Pendidikan Nasional .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing, 14th Global Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lalwani, D. (2016). Young consumers online and offline channel purchase behaviour. *Master Degree Thesis International Bussiness Management- A Nordic Focus*.
- Latief, J. (2017). *Kewirausahaan : Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Jakarta: Citapustaka Media.

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-Commerce Business, Technology, Society*. London: Pearson Education Limited.
- Lim, J. Y. (2009). *Economic Development Transition : Thought, Strategy, and Viability*. New York: Cambridge University Press.
- Mavrotas, G., & Shorrocks, A. (2007). *Advancing Development Core Themes in Global Economics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mohammed, R. A. (2013). *Internet Marketing Building Advantage in A Networked Economy, Second Edition*. New York: Mc Graw-Hill/Irwin.
- Nisfaq, Z. F. (2017). Analisis Pengaruh Sikap Pramuniaga, Profesionalisme Pramuniaga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Katang Kediri . *Simki Economic*, Vol.1 No.3.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. United States: Simon & Schuster Inc.
- Prabowo, O., & Zamralita. (2018). Gambaran Kepribadian Kasir Supermarket di PT XYZ. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol.2, No.1.
- Quincy, R., Lu, S., & Huang, C. C. (2012). *SWOT Analysis Raising Capacity of Your Organization*. Rutgers School of Social Work.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan* . Malang: Tim UB Press.
- Sanjaya, P. A., & Nuratma, I. P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah* . Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM

- Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol.3, No.5, 501-509. .
- Simmons, G. A., & Durkin, M. G. (2008). A Conceptualization of the Determinants of Small Business Website Adoption: Setting the Research Agenda. . *International Small Business Journal*, Vo. 26, No. 3.
- Soltanifar, M., & Hughes, M. (2021). *Digital Entrepreneurship : Impact Business and Society*. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulastri, L. (2014). *Manajemen Sebuah Pengantar*. Bandung: La Goods Publishing.
- Sulastri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. Bandung : LGM - LaGood's Publishing.
- Sumantri , B. A., & Permana, E. P. (2017). *Manajemen Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Suryani, N. K., & Foeh, J. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Tinjauan Praktis Aplikatif*. Bali: Nilacakra.
- Susanto , A. B. (2007). *The Jakarta Consulting Group on Family Business*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Taufiqurokhman. (2008). *Konsep dan Kajian Ilmu Perencanaan*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Team FME. (2013). *PESTLE Analysis : Strategy Skills*. Team FME.
- Tengblad , S., & Oudhuis, M. (2018). *The Resilience Framework : Organizing for Sustained Viability*. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Vinogradov, E., Leick, B., & Assadi, D. (2021). *Digital Entrepreneurship and the Sharing Economy*. New York: Taylor & Francis Group.

Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komopotindo.

Yulistia. (2017). Analisis Pengaruh Efektivitas Dan Manfaat E-Commerce Terhadap Sikap Dan Perilaku Pengguna Dengan Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus: UKM Kota Palembang). *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, Vol. 4 No. 1.

Situs Internet :

Abdi, C. P. (2021). *Pandemi Covid-19 Memicu Empat Perubahan Besar Perilaku Konsumen*. Diambil kembali dari katadata: <https://katadata.co.id/happyfajrian/brand/605a31cf8e81f/pandemi-covid-19-memicu-empat-perubahan-besar-perilaku-konsumen-pada-tanggal-21-juli-2022>

Amanda, G. (2022). *KLHK: Peningkatan Bisnis Online Masa Pandemi Naikkan Sampah Plastik*. Diambil kembali dari republika: <https://www.republika.co.id/berita/r7t2dj423/klhk-peningkatan-bisnis-online-masa-pandemi-naikkan-sampah-plastik#:~:text=Pihaknya%20mencatat%20pada%20tahun%202021,menjadi%2017%20persen%20pada%202021.pada-tanggal-21-juli-2022>

Daya. (2019). *Manfaat Bisnis Online*. Diambil kembali dari Daya: <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/operasional/keunggulan-bisnis-online-dibandingkan-dengan-bisnis-offline-pada-tanggal-10-maret-2022>

Humas Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *MENKOPUKM Gencarkan Transformasi UMKM Agar Siap Mengambil Peluang Usai Pandemi*. Diambil kembali dari KEMENKOPUKM : <https://kemenkopukm.go.id/read/menkopukm-gencarkan-transformasi-umkm-agar-siap-mengambil-peluang-usai-pandemi-pada-tanggal-10-maret-2022>

- Jatmiko, L. D. (2020). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet*. Diambil kembali dari *Bisnis.com*: <https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet> pada tanggal 30 Maret 2022
- Karyati, I. P. (2019). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Diambil kembali dari Kementerian Keuangan Badan Pertahanan dan Pelatihan Keuangan: <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/> pada tanggal 30 Maret 2022
- Kementerian Investasi/BKPM. (2021). *UU Cipta Kerja Berikan Jalan Mudah untuk Berinvestasi di Indonesia*. Diambil kembali dari BKPM: <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/uu-cipta-kerja-berikan-jalan-mudah-untuk-berinvestasi-di-indonesia> pada tanggal 21 Juli 2022
- Permatasari, D. (2021). *Kebijakan Covid-19 dari PSBB hingga PPKM Empat Level*. Diambil kembali dari *Kompaspedia*: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/kebijakan-covid-19-dari-psbb-hingga-ppkm-empat-level> pada tanggal 21 Juli 2022
- Putra. (2019). *PENGERTIAN UMKM: Ciri, Jenis, Kriteria & Contoh UMKM-UKM Indonesia*. Diambil kembali dari *Salamadian Muda & Berilmu*: <https://salamadian.com/umkm-ukm-indonesia/> pada tanggal 30 Maret 2022
- Rahmana. (2020). *Pengertian dan Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Diambil kembali dari *Materi Digital* : <https://www.materidigital.com/pengertian-dan-kriteria-umkm/> pada tanggal 30 Maret 2022
- Rossiana, G. (2021). *Sigmaphi: Kondisi Politik Dinamis, Bagaimana Kondisi Perekonomian Tahun Depan?* Diambil kembali dari *Investor*: <https://investor.id/business/275987/sigmaphi-kondisi-politik-dinamis-bagaimana-kondisi-perekonomian-tahun-depan> pada tanggal 21 Juli 2022

Sirclo. (2021). *Melihat Peran UMKM di Indonesia, Bagaimana Perkembangannya?* Diambil kembali dari Sirclo: <https://www.sirclo.com/melihat-peran-umkm-di-indonesia-bagaimana-perkembangannya/> pada tanggal 30 Maret 2022

Wicaksono, A. (2022). *ICW Sindir Kenaikan Indeks Persepsi Korupsi Tahun 2021 RI Semu.* Diambil kembali dari CNN: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220130154613-12-753037/icw-sindir-kenaikan-indeks-persepsi-korupsi-tahun-2021-ri-semu> pada tanggal 21 Juli 2022