

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh karakteristik teknologi, organisasi, dan lingkungan terhadap adopsi *e-commerce*. Penelitian ini menyangkut tentang karakteristik teknologi, organisasi, dan lingkungan mempengaruhi adopsi *e-commerce* UMKM di Dharmasraya dalam menggunakan teknologi dan platform online untuk mempermudah aktivitas usaha. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yang meliputi pengumpulan data primer, yang didapatkan dari pelaku usaha di Dharmasraya. Kuisisioner disebarikan secara online melalui media sosial dengan menggunakan media kuisisioner online (*google form*). Terdapat 100 responden yang berasal dari berbagai kecamatan di Kabupaten Dharmasraya. Dalam 3 rumusan hipotesis penelitian, berbagai pengujian seperti analisis deskriptif, *evaluation of measurement model* (validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas), *evaluation of structural model* (*R-Square*) dan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.3.9. Setelah semua data berhasil dikumpulkan dan diolah menggunakan Microsoft Excel dan SmartPLS 3.3.9, berikut analisis hasil penelitian yang didapatkan:

1. Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*. Hal tersebut disebabkan sebagian pelaku usaha di Dharmasraya tidak terlalu mengaplikasikan teknologi maupun *e-commerce* sepenuhnya untuk aktivitas usaha. Dalam segi kegunaan yang dirasakan kurangnya signifikansi dari pergerakan pelaku usaha untuk mengasah kemampuan mereka dalam mengaplikasikan platform online sebagai peluang kemajuan usaha. Dan dalam segi masalah keamanan para pelaku usaha tidak terlalu memperdulikan masalah yang akan timbul dalam aktivitas usaha secara online. Diharapkan pelaku usaha mampu melakukan inisiatif lebih pada implementasi teknologi dan *e-commerce*. Selain untuk memudahkan kegiatan usaha. Namun juga sebagai alur untuk melakukan pengembangan usaha, serta menjadi pengajaran dalam mengenali risiko dan masalah yang akan timbul dengan dapat mengatasinya dengan segala pengetahuan yang telah dikuasai dalam penggunaan teknologi maupun sosial media dalam dunia usaha.
2. Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik organisasi berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*. Melalui dukungan manajemen puncak (pelaku usaha) dan kesiapan perusahaan dari sumberdaya keuangan untuk membeli peralatan berupa teknologi sebagai wujud kemajuan dari usaha mereka. Dengan menggabungkan teknologi internet dengan *e-commerce* untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam aktivitas usaha. Dan melalui usaha berbasis online para pelaku usaha mampu bersaing dan melakukan kemajuan

pada usaha mereka menjadi usaha yang mampu menciptakan potensi pada era digitalisasi.

3. Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik lingkungan menjadi variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*. Tidak hanya berdasarkan perhitungan statistik, namun lingkungan memberikan dampak dalam bentuk tekanan maupun dorongan untuk menjadikan UMKM sebagai bentuk usaha yang dapat berkembang dan bersaing secara kompetitif dengan mengadopsi *e-commerce* pada aktivitas usaha mereka. Dengan berbagai tekanan eksternal perusahaan yang memberikan dampak yang signifikan bagi kemajuan usaha. Dari tekanan konsumen yang ingin perusahaan menggunakan *e-commerce* sebagai media bisnis dan sebagai kemudahan dalam berbelanja secara online. Selain itu dorongan pemasok dan mitra dagang dalam kerjasama usaha menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan baik dalam aktivitas usaha maupun bisnis. Diharapkan dengan berbagai dorongan, perusahaan mampu menyaring pengaruh maupun dampak yang bersifat positif bagi perusahaan demi kemajuan usaha dimasa depan.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi teori atau kajian untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan lingkup usaha mikro, kecil dan menengah berbasis online dan penggunaan platform *e-commerce* sebagai

bentuk kemajuan usaha. Dalam situasi perkembangan pemasaran secara online, penelitian ini mengeksplorasi implikasi karakteristik teknologi, organisasi, dan lingkungan terhadap adopsi *e-commerce*. Penelitian ini diharapkan mampu menambah dan memperluas pengetahuan untuk meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik teknologi, organisasi, dan lingkungan terhadap adopsi *e-commerce*.

2. Penelitian ini diharapkan berguna bagi pelaku usaha UMKM, dalam hal mengasah kemampuan dan demi kemajuan usaha di Indonesia khususnya di Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. UMKM perlu mempertimbangkan faktor dari teknologi dengan membuat kemajuan yang lebih baik, seperti mengikuti pelatihan bagi para pelaku usaha yang dapat membantu mereka dalam memahami fungsi dan manfaat dari teknologi maupun platform online yang digunakan dalam aktivitas usaha. Karena dengan adanya teknologi dan dukungan dari lapisan ahli, para pelaku usaha akan mampu mengembangkan kemampuan dan menciptakan kemajuan bagi usaha mereka.
3. Bagi pemerintah, diharapkan memperhatikan kondisi lingkungan UMKM. Karena UMKM termasuk sebagai penyumbang ekonomi terbesar. Hal ini perlu dilakukan pengembangan yang lebih baik pada segi penguasaan teknologi pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai usaha yang mampu memberikan kontribusi di bidang ekonomi bagi negara.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini berlatar belakang pada UMKM di Kabupaten Dharmasraya yang menggunakan teknologi dan media sosial (*e-commerce*) dalam aktivitas usaha sebanyak 100 sampel. Hasil penelitian ini mungkin dapat dikembangkan lagi lebih kepada UMKM pada wilayah provinsi ataupun satu negara.
2. Penelitian ini membahas tentang karakteristik teknologi, organisasi, dan lingkungan terhadap adopsi *e-commerce*. Keterbatasan terletak pada penelitian terdahulu yang masih sedikit untuk membahas topik yang sama, sehingga peneliti harus benar-benar menyesuaikan dari item-item yang ada pada setiap referensi.

5.4 Saran

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh karakteristik teknologi, organisasi, dan lingkungan terhadap adopsi *e-commerce*. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan model ataupun variabel yang lain yang dapat mempengaruhi adopsi maupun penggunaan platform online dalam dunia usaha.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperbanyak sampel penelitian dan mampu mengumpulkan responden yang tersebar diseluruh wilayah provinsi maupun suatu negara, sehingga sampel yang digunakan lebih dapat mewakili populasi yang dipilih.