

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam konteks biaya yang diperlukan oleh UMKM dari aktivitas E-commerce dalam penelitian ini terdapat 3 kategori biaya yang di antaranya adalah biaya modal (biaya modal produk, biaya laptop, biaya meja kasir), biaya operasional (biaya admin Shopee, biaya admin Tik Tok Shop, biaya admin Tokopedia, biaya admin instagram, biaya admin Blibli, biaya admin Grab Mart, biaya packing, biaya karyawan/tenaga kerja, biaya stok, biaya penyimpanan barang, biaya barang cacat, biaya bahan mentah, biaya pengiriman, biaya retur barang, biaya endorse) dan biaya tidak langsung (biaya iklan di E-commerce, biaya sewa toko, biaya internet/wifi, biaya listrik, biaya air, biaya brosur, biaya foto produk, biaya sewa tenda dan biaya tidak terduga). Hasil penelitian menunjukkan variasi dalam pengeluaran biaya oleh berbagai pelaku UMKM yang menjalankan E-commerce. UMKM 9 mengeluarkan biaya modal dan biaya operasional paling tinggi, sementara UMKM 4 memiliki pengeluaran biaya tidak langsung paling tinggi.

Narasumber dalam penelitian yang terdiri dari 12 UMKM juga menyatakan bahwasanya E-commerce memberikan manfaat signifikan dalam berbagai aspek bisnis, seperti dari sisi peningkatan penjualan, perluasan pasar, pengurangan biaya usaha, meningkatkan keuntungan bersih, E-commerce dapat mengurangi harga produk dan adanya pengembangan produk dan layanan. Mayoritas responden yakni 11 pelaku UMKM merasakan peningkatan penjualan, 12 pelaku UMKM merasakan perluasan pasar, dan 7 pelaku UMKM merasakan pengurangan biaya usaha. Selain itu, penggunaan E-commerce juga berkontribusi pada peningkatan keuntungan bersih dengan 12 pelaku UMKM mengaku memang merasakannya, pengurangan harga produk dengan 7 pelaku UMKM yang merasakannya dan pengembangan produk serta layanan dengan 11 pelaku UMKM yang juga merasakan manfaat tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa antara satu pelaku UMKM dengan yang lainnya, memiliki perbedaan jawaban mengenai biaya – biaya penjualan yang diperlukan ketika berjualan di E-commerce. Namun, dengan adanya perbedaan biaya – biaya penjualan yang terdiri dari biaya modal, biaya operasional dan biaya tidak langsung menyebabkan identifikasi mengenai gambaran biaya penjualan menjadi lebih bervariasi. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada para pelaku UMKM untuk lebih dapat mempertimbangkan lagi mengenai adanya keefisienan dari pengeluaran biaya – biaya penjualan tersebut.

Dengan adanya E-commerce juga telah membantu UMKM baik dalam mengurangi biaya usaha sampai pada memperluas pemasaran dan penjualan yang mana hal itu merupakan hasil positif untuk dapat mendukung UMKM dalam mengembangkan usahanya di sisi E-commerce. Dalam penelitian ini para pelaku UMKM beranggapan bahwa terlibat dalam kegiatan jual-beli online atau E-commerce telah memberikan manfaat bagi usaha mereka. Selain itu, E-commerce telah menjadi bagian penting dalam operasional sehari-hari mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan peran pemerintah atau dinas terkait untuk mendukung kegiatan E-commerce bagi UMKM seperti kebijakan terkait E-commerce yang dapat mempermudah UMKM ataupun program edukasi atau pembinaan UMKM mengenai pemanfaatan E-commerce atau mengenai E-commerce bagi UMKM. Dengan demikian, pada era digital ini, E-commerce dianggap sebagai suatu keharusan. Para pelaku UMKM perlu dapat menggunakan E-commerce dalam transaksi mereka, dengan dukungan dari pemerintah melalui regulasi dan edukasi yang bertujuan untuk mendukung E-commerce dan UMKM.