

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Variabel penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanda Tianda (2019) dengan hasil penelitiannya yaitu variable penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
2. Variabel orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendriyani (2016) dengan hasil penelitiannya yaitu variabel kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Variabel penggunaan *e-commerce* dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa *e-commerce* dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta penjelasan dari kesimpulan diatas, penulis ingin memberikan saran-saran yang diharapkan mampu memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait dengan penelitian ini. Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya pelaku UMKM harus lebih memperhatikan Penggunaan *E-commerce* supaya tidak berdampak buruk terhadap kinerja UMKM. Contohnya seperti

penggunaan media sosial dalam aktivitas usahanya atau selalu mengupdate produk-produk yang dijualnya secara rutin di *E-commerce* supaya konsumen tertarik terhadap produk UMKM tersebut dan dapat meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri.

2. Diharapkan UMKM mampu memberikan jenis-jenis produk yang baru yang bisa lebih menarik konsumen, karena seiring perkembangan zaman semua UMKM pasti berpacu dalam menjual produknya, contohnya seperti mengikuti makanan yang sedang viral, dan kreatif dalam memproduksi suatu produk.
3. Bagi Penelitian selanjutnya Diharapkan untuk terlebih dahulu meneliti jenis-jenis *e-commerce* yang digunakan oleh pelaku UMKM, dan memfokuskan pada pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) yang sudah lebih banyak mengadopsi *e-commerce* dalam bentuk yang lebih kompleks. Menambah variabel lain diluar variabel penelitian ini serta analisis yang mendalam dengan menggunakan metode kualitatif dan mixed method. Dan dapat menggunakan sampel yang lebih banyak lagi dari penelitian ini. Serta diharapkan bisa lebih mengeksplorasi dan menambahkan lebih banyak lagi variabel-varabel yang berkaitan dengan strategi bisnis teknologi digital dan kinerja usaha diluar penelitian ini.