

BAB V

PENUTUP

V.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran UMKM Melalui Penggunaan *E-commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Era Digitalisasi” maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Dalam elemen 4P bauran pemasaran dapat disimpulkan bahwa dari 7 responden UMKM di setiap kelurahan kecamatan sawangan yang menggunakan *e-commerce* pada kecamatan sawangan kota Depok didominasi oleh para pelaku yang menjual produk kuliner. Pada strategi penentuan harga mereka memiliki strategi yang sama dengan menaikkan harga penjualan produk di *e-commerce*, karena media *e-commerce* memberikan biaya admin atau biaya bagi hasil sekitar 20% dari setiap produk. Namun akan menjadi keuntungan jika media *e-commerce* mengadakan diskon besar untuk konsumen. Dan platform *e-commerce* yang digunakan oleh para responden UMKM yaitu *gofood*, *shopee* dan *grabfood*. Pada strategi promosi masih banyak yang tidak menjadikan digital sebagai promosi barangnya dan hanya menggunakan *e-commerce*. Hanya sebagian responden yang sudah memakai media digital seperti media sosial *instagram* dan *whatsapp*.
2. Berdasarkan seluruh responden UMKM setuju bahwa pendapatan rata-rata meningkat akibat menggunakan media *e-commerce*. Karena dengan menggunakan media *e-commerce* dapat menjangkau konsumen keseluruhan wilayah kota Depok. Selain itu mereka menjadi lebih dekat dengan konsumen karena dapat melayani secara responsif dan memuaskan tanpa adanya batasan waktu. Selalu berdasarkan hasil responden yang didapat dari konsumen mereka setuju bahwa

lebih memilih berbelanja menggunakan media online dari pada menggunakan media ke toko offline.

V.2. Saran

Berdasarkan hasil studi kasus dari tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Umkm Melalui Penggunaan *e-commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Era Digitalisasi” maka penulis dapat memberikan saran bahwa:

1. Bagi pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan promosi dengan menggunakan media digital lainnya seperti instagran atau facebook agar toko di *e-commerce* dapat dikenal oleh banyak konsumen.
2. Bagi Konsumen diharapkan berhati-hati dalam memanfaatkan penggunaan media *e-commerce* dalam berbelanja agar produk dapat sesuai dengan keinginan.
3. Bagi perusahaan *e-commerce* diharapkan dapat memperbanyak diskon agar para konsumen lebih tertarik berbelanja dengan online.