

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang peranan aplikasi pesan antar bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan di kecamatan pauh, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di kecamatan pauh belum menggunakan aplikasi pesan antar yaitu sebesar 61,78%. Sementara itu 38,22% pelaku UMKM telah memanfaatkan aplikasi pesan antar seperti GrabFood dalam menjalankan usahanya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pesan antar tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM secara statistic. Namun, terdapat peningkatan umum pada pendapatan setelah periode enam bulan, baik pada kelompok pengguna maupun non-pengguna.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun digitalisasi melalui aplikasi pesan antar memiliki potensi, belum semua pelaku UMKM mampu mengoptimalkan penggunaannya. Faktor seperti biaya platform, kurangnya literasi digital dan minimnya dukungan promosi dapat menjadi penyebab utama

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM:
 - a. Disarankan agar lebih banyak pelaku UMKM, khususnya di Kecamatan Pauh, mulai memanfaatkan aplikasi pesan antar sebagai sarana pemasaran digital untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing usaha.
 - b. Pelaku UMKM juga diharapkan meningkatkan literasi digital agar dapat lebih mudah mengoperasikan aplikasi pesan antar dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.
 - c. Disarankan bagi pelaku UMKM tidak hanya mengandalkan aplikasi pesan antar, tetapi juga memperkuat strategi pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
2. Bagi Pengembangan Aplikasi Pesan Antara.
 - a. Perlu memberikan pelatihan, edukasi digital, serta program insentif bagi pelaku UMKM baru agar dapat memahami strategi penjualan melalui aplikasi secara maksimal.
 - b. Perusahaan penyedia layanan aplikasi pesan antar disarankan agar lebih proaktif dalam melakukan sosialisasi dan pendampingan terhadap pelaku UMKM, khususnya yang berada di wilayah pinggiran atau belum terbiasa menggunakan teknologi digital. Hal

ini dapat memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan efektivitas penggunaan aplikasi oleh UMKM.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Terkait:

- a. Disarankan agar lebih banyak pelaku UMKM, khususnya di Kecamatan Pauh, mulai memanfaatkan aplikasi pesan antar sebagai sarana pemasaran digital untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing usaha.
- b. Pelaku UMKM juga diharapkan meningkatkan literasi digital agar dapat lebih mudah mengoperasikan aplikasi pesan antar dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.
- c. Perlu adanya program pelatihan dan pendampingan rutin tentang digitalisasi usaha, khususnya dalam penggunaan aplikasi pesan antar untuk pelaku UMKM yang masih konvensional.
- d. Mendorong kolaborasi antara pemerintah daerah, penyedia aplikasi, dan pelaku UMKM untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

4. Bagi peneliti selanjutnya:

- a. Disarankan untuk menggunakan metode penelitian lanjutan dengan pendekatan kualitatif atau metode campuran agar mendapatkan pemahaman yang lebih dalam terkait kendala dan motivasi pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi pesan antar.
- b. Perlu juga memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya bisa lebih generalisasi.

- c. Disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian ke Kecamatan atau kota lain, serta memasukkan variabel lain seperti intensitas penggunaan aplikasi, jumlah pesanan perbulan, atau kepuasan pelanggan, agar hasil penelitian lebih kaya dan mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. "Manajemen Ekuitas Merek." Jakarta: Penerbit Prenhallindo, 1997.
- Alqamari, Muhammad, Abdul Rahman Cemda, and Muhtar Yusuf. "Keefektifan Lama Perendaman Benih Dengan Indole Acetic Acid Terhadap Pertumbuhan Bibit Cabai Merah (*Capsicum Annuum* L.)." *Agrikultura* 32, no. 2 (2021):182. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v32i2.33330>.
- Amelia, Deni, and Elva Susanti. "Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Pemasaran Digital Bagi Ukm Sari Bakery Di Era Pandemi Covid 19." *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (2022): 238–41. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3614>.
- Anawati, Fitri, Indico Yudha Ardhana, Vicky F Sanjaya, Program Studi, Manajemen Bisnis, Universitas Islam, Negeri Raden, and Intan Lampung. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah," n.d., 1–9.
- Arifatus Sholehah. "Pengaruh E-Commerce Shopee Dan Digital Payment Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember," 2024.
- Astuti, Ni Luh Gde Sari Dewi, I Gde Dirga Surya Arya Widhyadanta, and Retno Juwita Sari. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>.
- Azizah, Nur. "Kajian Pemanfaatan E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19 Oleh Pengusaha Batik Di Yogyakarta," no. June (2022): 1–84.
- Deli, Deli, and Hendro Hendro. "Analisis Efektivitas Video Dokumenter Sebagai Meda Promosi Terhadap Generasi Z Di Batam: Studi Kasus Playstation." *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science* 6, no. 1 (2023): 200–213. <https://doi.org/10.31539/intecom.v6i1.5754>.
- Dwi Welly Sukma Nirad, Rika Ampuh Hadiguna, Ahmad Syafruddin Indrapriyatna, Wahyudi, Ricky Akbar, Hafizah Hanim, and Andrew81Kurniawan Vadreas. "Optimalisasi UMKM Di Kepulauan Mentawai Melalui Marketplace Dan Digitalisasi Logistik." *Journal of Applied Computer Science and Technology* 4, no. 1 (2023):42–51. <https://doi.org/10.52158/jacost.v4i1.467>

- .Eliza, Eliza, Febri Hadi, and Zefriyenni Zefriyenni. "Pengembangan E-Commerce Di Era Digitalisasi Pada UMKM Produk Kale Kota Padang Panjang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 2 (2024): 2732–43. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3342>.
- Endang. "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga." *Jurnal Psikologi* 1, no. 2 (2013): 146–56.
- Fadhillah, Insani. "Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Medan)." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam* 19 (2019): 41. [http://repository.uinsu.ac.id/12648/1/Skripsi Full Fadhillah Insani.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/12648/1/Skripsi%20Full%20Fadhillah%20Insani.pdf)
- .Faretra, Karen, Jefri Wahyudi, Mei Ratna Laila, Muhammad Abil, and Marta Widian Sari. "Penguatan Jaringan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pariwisata: Mendukung Ekonomi Lokal Melalui Kerja Sama Bisnis." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 2, no. 5 (2024): 1548–51. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i5.1070>.
- Fitriyani, Nur, Presetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah. "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang." *Jurnal Psikologi Undip* 12, (1) (2013): 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>.
- Ghozali, I. "Structural Equation Modelling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)," Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., dan Anderson, R.E. "Multivariate Data Analysis, Seventh Edition." New York: Pearson, 2010
- .Handoko, Shelin Kezia, and Paulina Tjandrawibawa. "Perancangan Aktivasi IoraCreation Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dan Penjualan." *Jurnal VICIDI* 12, no. 2 (2022): 151–65. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i2.3383>. Henri Slat, Andre, Analisis Harga Pokok, and Andre Henri Slat Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sam ratulangi Manado. "Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual." 110 *JurnalEMBA* 1, no. 3 (2013): 110–17
- .Jannah, Miftahul -. "E-Commerce Based Sales Application To Increase Profit During Covid19 in Furniture Stores." *Journal of Informatics and*

- Telecommunication Engineering* 5, no. 2 (2022): 276–85.
<https://doi.org/10.31289/jite.v5i2.6042>.
- Kartini Kartono. “Pengantar Metodologi Riset Sosial,” h. 13-14. Bandung: CV. Mandar Maju, 1996.
- Kurniawan, Nicky. “Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Siak” 105, no. 3 (1945): 129–33.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Lailatul Mukaromah, Lailatul, Abu Shama, Munandar, and EE Zurmansyah. “Peran Dan Dampak Penggunaan Inovasi Financial Teknologi (Fintech) Dalam Pengembangan Usaha Coffee Shop Di Kecamatan Sambas.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi* (JEBISMA) 1, no. 2 (2023): 1–11. <https://doi.org/10.70197/jebisma.v1i2.7>
- Mahmud, M. “Pemanfaatan Media Sosial & E-Commerce Guna Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi.” *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi* 02, no. 01 (2022): 20–28.
- Marlina Telaumbanua, Marietta, and Mutiara Nugraheni. “Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga.” *Sosio Informa* 4, no. 2 (2018): 418–36. <https://doi.org/10.33007/inf.v4i2.1474>.
- Maryama, Siti. “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 3 (2020): 317. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Nabila, Wida Khansa, Dimas Angga Negoro, and Esa Unggul. “Pengaruh Digital Marketing , Customer Engagemen t , Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Lokal Pada Generasi Z” 7 (2023): 20207– 18.
- Nirad, Dwi Welly Sukma, Rika Ampuh Hadiguna, Ahmad Syafruddin I Ndrapriyatna, Wahyudi Wahyudi, Ricky Akbar, Hafizah Hanim, Hanalde Andre, Andrew Kurniawan Vadreas, Al Fajri, and Ghani Arrasyid Zulkarnaen. “Sosialisasi Dan Pendampingan Digitalisasi UMKM Menggunakan Aplikasi Marketplace ‘Bulagat.’” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 8, no. 2 (2023): 532–40. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.323>.

- Putra, Yanuar Surya. "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi," h. 35. Jakarta: Among Makarti, 2021.
- Putri, Restia Rahma Dilla, and Nora Eka Putri. "Implementasi Program SIAP QRIS Pada Sektor UMKM Kuliner Di Pasar Raya Kota Padang." *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa* 5, no. 2 (2024): 14. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.125>.
- Rahmadan, Rahmad, Endrizal Ridwan, and Ekonomi Digital. "Pengaruh Pandemi Covid-19 the Influence of the Covid-19 Pandemic Against the Impact Of." *MENARA Ilmu* XV, no. 01 (2021): 84–96.
- Ramadhani, Mutiara Aziza. "Pengembangan Digitalisasi Pemasaran UMKM Pada Kelompok Pengolah Dan Pemasar Ikan Waluya Kota Bandar Lampung." *I-Com: Indonesian Community Journal* 4, no. 2 (2024): 1016–28. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4678>.
- Safitri, Annisa Yuliana. "Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha," 2021.
- Saragih, H. "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan." *Jurnal Ilmiah Methonomi* 1, no. 2 (2015): 197048.
- Sari, Meci Nilam, Nadia Angraini, Azmen Kahar, Rika Septrizarty, and Dabitha Wise Maliha. "Knowledge Transfer Industri Kreatif Kerajinan Tangan Dari K
- Angrist, J. D., & Pischke, J.-S. (2009). *Mostly harmless econometrics: An empiricist's companion*. Princeton University Press.
- Wati, A. R. (2011). *Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Kewirausahaan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Tambanun, Tulus. (2012). "Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting". Jakarta: LP3ES