

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di Kota Bengkulu, serta didukung oleh pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. **Pemanfaatan E-Commerce Oleh UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Kota Bengkulu**

Pemanfaatan e-commerce mampu meningkatkan daya saing UMKM di Kota Bengkulu melalui perluasan jangkauan pasar, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan penjualan, kemudahan promosi, efisiensi transaksi, serta penguatan branding usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori e-commerce dan daya saing yang menyatakan bahwa teknologi digital dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM. Dalam perspektif ekonomi syariah, pemanfaatan e-commerce telah mencerminkan prinsip amanah, kejujuran (sidq), keadilan, dan kemaslahatan, sehingga mendukung terciptanya aktivitas usaha yang halal dan berkelanjutan.

2. Kendala Penghambat dan Faktor Pendukung Pemanfaatan E- Commerce oleh UMKM di Kota Bengkulu

Pemanfaatan e-commerce disebabkan oleh faktor penghambat dan faktor pendukung. Faktor penghambat meliputi tingginya biaya komisi platform, ongkos kirim, persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, kualitas layanan kurir, serta keterbatasan literasi digital. Sementara itu, faktor pendukung meliputi meningkatnya minat masyarakat terhadap belanja online, kemudahan fitur platform, program promosi, serta adanya pelatihan dan pendampingan bagi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pemanfaatan e-commerce tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yaitu amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab

sistem aplikasi. Ketergantungan terhadap jasa kurir dan risiko penurunan kualitas produk selama pengiriman juga menjadi permasalahan yang kerap memengaruhi kepuasan konsumen dan citra usaha.

Di sisi lain, terdapat sejumlah faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk tetap memanfaatkan e-commerce. Meningkatnya minat masyarakat

terhadap belanja online memberikan peluang pasar yang cukup besar bagi UMKM lokal. Kemudahan fitur yang disediakan oleh platform e-commerce membantu pelaku usaha dalam mengelola pesanan dan transaksi. Dukungan berupa pelatihan, pendampingan, serta program promosi dari pemerintah, komunitas, maupun pihak platform turut membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha secara digital. Oleh karena itu, pemanfaatan e-commerce oleh UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola kendala yang ada serta memanfaatkan faktor pendukung yang tersedia

B. Saran

1. Saran bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM diharapkan terus meningkatkan literasi digital, khususnya dalam pembuatan konten, pengelolaan toko online, dan penggunaan fitur pemasaran agar mampu bersaing di platform e-commerce.

UMKM perlu memperhatikan strategi pengemasan produk, terutama untuk makanan yang mudah rusak, guna menjaga kualitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelaku usaha disarankan memanfaatkan fitur promosi dan analisis data di

aplikasi untuk menentukan strategi harga, waktu penjualan, serta produk yang paling diminati. UMKM sebaiknya mengembangkan inovasi produk dan layanan pelanggan untuk mempertahankan rating dan ulasan yang baik.

2. Saran bagi Pemerintah Kota Bengkulu

Pemerintah perlu meningkatkan dan memperluas program pelatihan digital yang berfokus pada pemasaran online, fotografi produk, manajemen toko digital, dan literasi keuangan. Perlu adanya dukungan berupa fasilitas teknologi, misalnya akses internet cepat di sentra UMKM atau bantuan perangkat digital untuk usaha mikro.

Pemerintah dapat menjalin kerja sama dengan platform e-commerce untuk menghadirkan program khusus UMKM daerah, seperti subsidi ongkir atau komisi lebih rendah.

3. Saran bagi Platform E-commerce

Platform e-commerce diharapkan menyediakan fitur edukasi dan pendampingan yang lebih mudah diakses oleh UMKM pemula di daerah. Perlu adanya kebijakan komisi yang lebih fleksibel bagi UMKM kecil agar dapat mengurangi beban biaya operasional. Peningkatan kualitas layanan kurir, terutama pada daerah yang jauh dari pusat kota,

diperlukan untuk menjaga keandalan pengiriman dan kualitas produk.



DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, Roberto Maldonado. "Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru." *Nuevos Sistemas de*
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani. "Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial." *Historis* 5, no. 2 (2020): 46–50.
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 1–15.
- Anatan, Lina, and Nur. "Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia." *Economies* 11, no. 6 (2023).
- Anoraga, Pandji. *Ekonomi Islam: Kajian Makro Dan Mikro*. Yogyakarta: Dwi Chandra Wacana, 2010.
- Arisandi, Debby, Aan Shar, and Meydina Putri. 1 David Chaffey, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, edisi ke-7 (Harlow: Pearson Education, 2019).
- "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kota Bengkulu." *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 4 (2022): 818–826.
- Bengkulu, Provinsi, and A Profil Organisasi. "Gambaran Umum Dinas Koperasi, UKMProvinsi Bengkulu| 1" 1 (n.d.): 9–11.
- Bintariningtyas,S.,Mulyaningsih,T.,& Ratwianingsih, L. (2021). Peran e-commerce dan literasi digital UMKM dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi COVID-19.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 6(2), 45– 56.

Buchari Alma. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2010.

Chaffey, D. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson Education. Chen, Y., & Xie, J. (2008). Online consumer review: Word-of-mouth as a new element of marketing communication mix. Management Science, 54(3), 477–491.

Christopher, M. (2016). Logistics & supply chain management (5th ed.). Pearson Education.

Comunicación e Información, no. 1 (2021): 2013–15.

Craven, David W. Pemasaran Strategis. Jakarta:

Erlangga, 1996. Danindro, Bimo Aji Dimas, and Harmawanti Marhaeny. “Kajian Indeks Daya Saing Desa Dan Kelurahan Provinsi Jawa Tengah on Village Competitiveness Index in Central Java.” Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) 5, no. 2 (2020): 133–47.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.

Fajriyah, Rizkyta. “Analisis Daya Saing Provinsi- Provinsi Indonesia Pada Aspek Modal Manusia (Human) Menggunakan Metode Grey Relational (Gra),” 2024.

Fitriani, Apriza, and Astri Riastuti. “Sosialisasi Pembukuan Keuangan Pada Masyarakat Kelurahan Nusa Indah.” Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi

IPTEKS 1, no. 1 (2022): 1–8.

Haque-fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, and Heri

Erlangga. Konsep , Teori Dan Implementasi, n.d.

Hastuti, Puji, and dkk. Kewirausahaan Dan Umkm.

Yayasan Kita Menulis, 2021.

Heryana, Ade. “Gambar 1. Perbedaan Tujuan Penelitian Kuantitatif Dengan Penelitian Kualitatif 1,” n.d

Herlina Nurwahyuni et al., “Ekonomi Modern Dan Tradisional,”
Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern Dan Tradisional 2, no. 2
(2025): 140–49.

Hidayat, W. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro.” Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang (Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang), 2020.

Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis dampak penggunaan e-commerce dalam meningkatkan omzet penjualan usaha mikro kecil menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39–46.

Irmawati, Dewi. “Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis.” *Orasi Bisnis VI*, no. November (2011): 95–112.

Kasmi, Kasmi, and Adi Nurdian Candra. “Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu.” *Jurnal AKTUAL* 15, no. 2 (2017): 109–116.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.

Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomika Industri Indonesia Menuju*

Negara Industri Baru 2030. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007.

Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi peningkatan daya saing UMKM melalui e-commerce di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 569–575. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i2.11003>

Kurdi, Moh., and Imam Darul Firmansyah. “Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE.” *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 4, no. 2 (2020): 569–75.

Kurniawan, Agus, Muhammad Kurniawan, and Fatih Fuadi. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Rumahan Produksi Kelanting.” *Al-Mua’wanah* 1, no. 1 (2020): 29–41.

Kurniawan, F. “Penerapan Strategi Pemasaran Berbayar (Paid Marketing) Pada Platform Google AdWords: Sebuah Studi Kasus Pada Bisnis Travel.” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 47-55. 6, no. 1 (2020)

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E- commerce: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson Education.

Lulu Lailatul Jannah et al., “Eksplorasi Strategi Umkm Menghadapi Lonjakan Transaksi E-commerce Dalam Mendorong Eksplorasi Strategi Umkm Menghadapi Lonjakan Transaksi E-commerce Dalam Mendorong,” *Jurnal Media Akademik* 3, no. 12 (2025).

M, Nazir), 2014. “Metode Penelitian Jakarta: Ghalia Indonesia.” n.d. Made, Karmawan I Gusti. “Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E- Commerce Pada Perusahaan Amazon . Com Komponen E-commerce.” *Binus.Ac.Id* 5, no. 2 (2017): 48–62.

Marzaman, Atika Puspita, and Wahyudin Hasan. "Business Incubator : A Strategy For Improving Food-Based Sme Capacity In Gorontalo Regency." *Administrative Law Journal* 60, no. 2 (2020): 53–77.

Muhammad Ikhsan, and Muhammad Hasan. "Analisis Dampak Penggunaan E-commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no. 1 (2020): 39–46.

Muljono, Djoko. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.

Nasr, Al Fadilla Darma. "Pengaruh Penerapan E- Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Skripsi IAIN Padang Sidempuan* 5, no. 8 (2018): 1–108.

Nasri, A. F. D. (2020). *Pengaruh penerapan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah*. Skripsi. IAIN Padangsidempuan.

Nasution, M. D. T. P., et al. (2021). Entrepreneurial orientation, knowledge management, and dynamic capabilities toward e-commerce adoption of SMEs in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(2), 256–282.

Nasution, Muhammad Dharma Tuah Putra, Ahmad Rafiki, Adelina Lubis, and Yossie Rossanty. "Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Dynamic Capabilities towards e-commerce Adoption of SMEs in Indonesia." *Journal of Science and Technology Policy Management* 12, no. 2 (2021): 256–82.

Nurrohaman, and Nurhaeti. "Pemikiran Ekonomi Mikro Islam Dalam Lintasan Sejarah." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 3, no. 1 (2015): 1–15. "Peraturan

Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses,” n.d.

OECD. (2019). SME and entrepreneurship outlook 2019. OECD Publishing.

Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78– 93.

Porter, M. E. The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 2008.

Porter, Micel A. *Competitive Advantage*, Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 4. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2001.

Provost, F., & Fawcett, T. (2013). *Data science for business*. O'Reilly Media.

Putri, Amelia. “Peran Mahasiswa Dalam Mendukung Pertumbuhan Umkm Di Kota Bengkulu.” *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS* 2, no. 4 (2024): 1193–99.

Putri, I. Y. (2024). Pengaruh modal usaha dan pemanfaatan e-commerce terhadap daya saing UMKM di Kota Palopo. *Skripsi*. IAIN Palopo.

Putri, Indah Yulianti. “Pengaruh Modal Usaha Dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota PALOPO.” *Institut Agama Islam Negeri Palopo*, 2024.

Raaken Danendra A W, Silvana Purbawanti, and Zella Fathona Aska. “Peran E-commerce Dalam Meningkatkan Peluang Bagi UMKM Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan* 2, no. 1 (2025): 103–9.

Rais SE , MSi Dan Dr . Dance Yulian Flassy , SE , MSi 1),” no. Xi (2011): 1–8.

Sakti, Nufransa Wira. Perpajakan Dalam E- Commerce, Belajar Dari Jepang. Dalam Berita Pajak No. 1443/ Tahun XXXIII/15, 2001.

Saldana, Miles Huberman. “Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook,” 3rd ed. Sage Publications, 2014.

Sari, R., & Pratama, A. (2021). Pemanfaatan data digital dalam pengambilan keputusan pemasaran UMKM berbasis e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 112–123.

Setiawati, Ira. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Customers Cerdas Pada Transaksi Perdagangan on Line Menghadapi Mea.” *Jurnal Amik JTC Semarang* 11, no. 5 (2015): 126–31. Statistik, Badan Pusat 2024. “Buku Pintar Evaluasi Penyelenggaraan Statistik Sektor (EPSS),” 2024.

Subhaktiyasa, Putu Gede. “Pemahaman Komprehensif Perlaku Membolos Siswa.” *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 9 (2024): 2721–31.

Sugianto. “Daya Saing Perekonomian Indonesia:

Pengukuran Dan Strategi.” *Jurnal Bisnis Strategi*, 2002.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suhrowardi, et al. (2024). Tantangan dan solusi bisnis UMKM di era digital. *JPPI: Jurnal Pengabdian Pelita Insani*, 1(1), 12–20. <https://doi.org/10.71195/jppi.v1i01.13>

Suhrowardi, Iin Masriah, Enur Hotimah, Dede NI, and Asih

Sugiyanti. "Tantangan Dan Solusi Bisnis UMKM Di Era Digital." JPPI: Jurnal Pengabdian Pelita Insani 1, no. 01 (2024): 12–20.

Tarmizi, Ahmad. "Strategi Pemasaran Umkm : Literature Review." Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 3, no. 2 (2018): 191–98.

Ulfah, Ika Farida. Akuntansi Untuk UMKM. Akuntansi Untuk Umkm, 2016.

Undang-Undang Republik Indonesia. "Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." Jakarta: Republik Indonesia, no. 88 (2008). "Untuk Mendukung Industri Klaster Oleh : Sasi

Valentina, Frida Venti, Vicky Alfiyan, and Mochammad Isa Anshori. "Analisis Strategi Dan Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Perencanaan Pembangunan Ekonomi Nasional." Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi JIMBE 1, no. 5 (2024):

285–92.

Wardhani, Rulyanti Susi, and Yulia Agustina. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang." Jurnal Akuntansi Universitas Jember 10, no. 2 (2015): 64.

Warkum Sumitro. Azas-Azas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Williamson, O. E. (1985). The economic institutions of capitalism. Free Press.ubah ini ke footnote

Wulandari, Sinta. "Pengaruh Sumber Daya Manusia, Kesiapan Modal, Dan Pemanfaatan E- Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di

Kota Metro.” Universitas Muhammadiyah Metro, 2023.

Yuli Rahmini Suci. “Usaha Mikro, Kecil Dan

Menengah.” UU No. 20 Tahun 2008, no. 1 (2008): 1–31.

