

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Berikut merupakan kesimpulan pada penelitian ini:

1. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan penggunaan aplikasi *social-commerce*.
2. Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan penggunaan aplikasi *social-commerce*.
3. Persepsi privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan penggunaan aplikasi *social-commerce*.
4. Persepsi reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kepercayaan penggunaan aplikasi *social-commerce*.
5. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
6. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
7. Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
8. Persepsi kenikmatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
9. Persepsi sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
10. Tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
11. Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
12. Modal tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.
13. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*.

B. Implikasi

1. Pelaku UMKM di Kota Magelang memiliki pandangan yang baik mengenai persepsi privasi pada penggunaan aplikasi e-commere. Pandangan ini akan berdampak kepada penjagaan data-data pribadi pelaku usaha UMKM, pelaku UMKM harus menjaga data pribadi dengan baik, dengan menjaga privasi maka akan terhindar dari kerugian usaha atas penggunaan aplikasi *social-commerce*. Para pelaku yang menyediakan *social-commerce* harus memiliki kebijakan dalam meningkatkan keamanan privasi para pengguna, dan pelaku UMKM harus selektif dalam memilih aplikasi yang akan digunakan sehingga data terjaga dengan baik.
2. Pelaku usaha UMKM di Kota Magelang memiliki pandangan yang baik terhadap persepsi reputasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperhatikan mengenai reputasi dari aplikasi yang digunakan untuk berdagang. Pelaku UMKM harus memperhatikan reputasi aplikasi *social-commerce* yang akan digunakan dengan melihat *rating* atau bintang pada saat *men-download*. Kondisi ini akan menghindarkan pelaku usaha dari penipuan dan tindakan yang dapat merugikan usaha, karena reputasi aplikasi terjamin. Penyedia aplikasi harus memiliki kebijakan evaluasi atas *rating* aplikasi yang diperoleh, sehingga dapat menjadikan aplikasi menjadi lebih diminati lagi.
3. Pelaku usaha UMKM di Kota Magelang memiliki kepercayaan pada setiap aplikasi yang digunakannya untuk berdagang. Hal ini merupakan akumulasi dari pengalaman menggunakan aplikasi *social-commerce* tersebut sehingga muncul kepercayaan pada penggunaan aplikasi tersebut. Pelaku usaha dapat memperhatikan *rating* atau bintang pada aplikasi serta komentar dari pengguna lain untuk menilai bahwa aplikasi yang digunakan memiliki keamanan yang baik, sehingga hal ini akan meminimalisir potensi kerugian dari penggunaan aplikasi *social-commerce*.
4. Pelaku usaha UMKM di Kota Magelang memiliki pandangan mengenai kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *social-commerce* sangat baik. Pelaku UMKM harus terus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi

untuk mempersiapkan jika aplikasi *social-commerce* terus diperbaharui, sehingga penggunaan aplikasi *social-commerce* akan terasa mudah. Pelaku UMKM dapat membuat paguyuban yang didalamnya dapat saling tukar menukar informasi mengenai penggunaan aplikasi *social-commerce*, selain itu pemerintah daerah juga bisa memfasilitasi dengan memberikan pelatihan penggunaan aplikasi *social-commerce* guna mengembangkan UMKM di Kota Magelang.

5. Pelaku usaha UMKM memiliki pandangan yang baik atas manfaat yang diberikan oleh aplikasi *social-commerce*. Pelaku UMKM dapat menambah aplikasi yang digunakan untuk berdagang, sehingga dengan menggunakan aplikasi lebih dari satu, maka penggunaan aplikasi akan memberikan manfaat yang lebih optimal bagi penjualan yaitu akan menjangkau pasar secara *online* dengan lebih maksimal.
6. Pelaku UMKM di Kota Magelang memiliki pandangan atas persepsi kenikmatan yang baik terhadap penggunaan aplikasi *social-commerce*. Kondisi ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan aplikasi *social-commerce* pelaku usaha memiliki kenikmatan atas aplikasi tersebut untuk menambah nilai transaksi. Pelaku UMKM dapat menambah penggunaan aplikasi dengan lebih dari satu aplikasi dan terus mempelajari cara-cara memasarkan barang melalui aplikasi *social-commerce* sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi. Kondisi ini dapat dikembangkan dengan cara membuat paguyuban antar pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi *social-commerce* sehingga tercipta pertukaran informasi dan pemerintah daerah dapat mewadahi akses dari pelaku UMKM tersebut serta memberikan dukungan berupa pelatihan.
7. Tingkat pendidikan menjadi penentu dalam keputusan menggunakan aplikasi *social-commerce* atau tidak. Semakin tinggi pendidikan akan semakin memahami penggunaan aplikasi *social-commerce*. Kondisi ini harus diperhatikan oleh pelaku UMKM dengan meningkatkan pendidikan masing-masing sehingga mudah untuk mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Pemerintah dapat memberikan pelatihan penggunaan *social-*

commerce sebagai strategi marketing pelaku UMKM, sehingga akan memberikan manfaat berupa peningkatan penjualan. Pemerintah dapat membuat kebijakan terkait dengan pelatihan bagi UMKM dalam memanfaatkan social-commerce untuk meningkatkan penjualan UMKM.

C. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian memiliki keterbatasan yaitu terdapat UMKM yang tidak terdaftar pada data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah di Kota Magelang, sehingga populasi menjadi tidak spesifik. Selain itu pemilihan waktu untuk mewawancara menjadi kendala dikarenakan jika melakukan penelitian pada saat jam operasional berpotensi untuk mendapatkan data yang tidak sesuai dengan kondisi di lapangan.

