

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan :

1. Faktor yang dipentingkan oleh UMKM dalam menggunakan layanan media jual beli *online*.
 - Kesiapan pegawai media jual beli *online* dalam menerangkan di luar waktu *training*.
 - Kemampuan perusahaan dalam mengenalkan nama media jual *online* kepada masyarakat luas.
 - Kelengkapan fitur website (contoh : chatting *online*, layanan berbayar, reward untuk penjual).
 - Kemudahan menghubungi media jual beli *online* pada saat hari libur.
 - Kemudahan tata cara penggunaan layanan media jual beli *online* (tampilan menu lebih simpel).
 - Ketepatan informasi yang diberikan saat *training*.
 - Kecepatan dalam menangani keluhan
 - Ketanggapan pegawai media jual beli *online* dalam memahami kebutuhan pihak UMKM.
 - Kemenarikan tampilan website media jual beli *online*.
 - Ketepatan waktu dalam pelaksanaan *training*.
 - Kualitas internet yang diberikan media jual beli *online* selama *training* untuk penggunaan layanan.
 - Ketepatan jumlah penerimaan uang hasil transaksi.
 - Kecepatan waktu penerimaan uang setelah transaksi.
 - Kemudahan materi yang diberikan saat *training*.
 - Kemudahan berkomunikasi dengan *customer service* menggunakan chatting *online*.

- Kestabilan layanan media jual beli *online* (tidak ada error saat penggunaan layanan media jual beli *online*).
- Jaminan kerahasiaan data setiap UMKM.
- Kecepatan proses untuk membuka toko di media jual beli *online*.
- Kemampuan pegawai menangani masalah UMKM dalam penggunaan layanan
- Ketepatan jangka waktu yang dijanjikan saat mengatasi keluhan
- Kesabaran pegawai saat pelaksanaan *training*.
- Fasilitas pelaksanaan *training* (kejelasan buku panduan).
- Kesopanan pegawai saat pelaksanaan *training*.
- Kelengkapan materi saat *training* (tidak hanya menerangkan media jual beli *online* tetapi diterangkan juga mengenai internet).
- Keramahan pegawai saat pelaksanaan *training*.
- Kemudahan menyampaikan keluhan pada *customer service*
- Kejelasan langkah membuat toko *online*.
- Ketepatan informasi yang diberikan di luar waktu *training*.

2. Kepuasan UMKM terhadap kinerja BLANJA.com.

Setelah melakukan uji hipotesis, didapatkan hal-hal apa saja yang memuaskan dan tidak memuaskan UMKM. Berikut penjabaran hal-hal yang puas dan tidak puas:

- a. Faktor yang dianggap puas oleh UMKM :
Tidak terdapat faktor yang dianggap puas
- b. Faktor yang dianggap tidak puas oleh UMKM :
 - Ketepatan waktu dalam pelaksanaan *training*
 - Ketepatan informasi yang diberikan saat *training*
 - Kestabilan layanan media jual beli *online* (tidak ada error saat penggunaan layanan media jual beli *online*)
 - Kemampuan perusahaan dalam mengenalkan nama media jual beli *online* kepada masyarakat luas
 - Kecepatan proses untuk membuka toko di media jual beli *online*
 - Jaminan kerahasiaan data setiap UMKM

- Ketepatan jumlah penerimaan uang hasil transaksi
 - Kecepatan waktu penerimaan uang setelah transaksi
 - Kelengkapan materi saat *training* (tidak hanya menerangkan media jual beli *online* tetapi diterangkan juga mengenai internet)
 - Kemudahan materi yang diberikan saat *training*
 - Ketanggapan pegawai media jual beli *online* dalam memahami kebutuhan pihak UMKM
 - Kesabaran pegawai saat pelaksanaan *training*
 - Keramahan pegawai saat pelaksanaan *training*
 - Kesopanan pegawai saat pelaksanaan *training*
 - Fasilitas pelaksanaan *training* (kejelasan buku panduan)
 - Kualitas internet yang diberikan media jual beli *online* selama *training* untuk penggunaan layanan
 - Kemenarikan tampilan website media jual beli *online*
 - Kemudahan tata cara penggunaan layanan media jual beli *online* (tampilan menu lebih simpel)
 - Kejelasan langkah membuat toko *online*
 - Kelengkapan fitur website (contoh : chatting *online*, layanan berbayar, reward untuk penjual)
3. Kinerja BLANJA.com terhadap keputusan UMKM untuk tetap, ragu-ragu, dan tidak dalam menggunakan BLANJA.com?
- Setelah melakukan pengolahan data menggunakan *discriminant analysis*, didapatkan variabel kinerja BLANJA.com apa saja yang mempengaruhi keputusan UMKM.
- Kemampuan perusahaan dalam mengenalkan nama media jual beli *online* kepada masyarakat luas.
 - Kelengkapan fitur website (contoh : chatting *online*, layanan berbayar, reward untuk penjual).

4. Prioritas perbaikan kinerja yang harus dilakukan oleh BLANJA.com.

Prioritas perbaikan kinerja BLANJA.com dapat dilihat berdasarkan ketiga uji yang sudah dilakukan, yang terdiri dari :

- Prioritas Perbaikan 1 : Kemampuan perusahaan dalam mengenalkan nama media jual *online* kepada masyarakat luas.
- Prioritas Perbaikan 2 : Melengkapi kelengkapan fitur website (contoh : *chatting online*, layanan berbayar, *reward* untuk penjual).
- Prioritas Perbaikan 3 : Ketepatan waktu dalam pelaksanaan *training*.
- Prioritas Perbaikan 4 : Ketanggapan pegawai media jual beli *online* dalam memahami kebutuhan pihak UMKM.
- Prioritas Perbaikan 5 : Kemenarikan tampilan *website* media jual beli *online*.
- Prioritas Perbaikan 6 : Kemudahan tata cara penggunaan layanan media jual beli *online* (tampilan menu lebih simpel).
- Prioritas Perbaikan 7 : Kecepatan waktu penerimaan uang setelah transaksi.
- Prioritas Perbaikan 8 : Kemudahan materi yang diberikan saat *training*.
- Prioritas Perbaikan 9 : Ketepatan jumlah penerimaan uang hasil transaksi.
- Prioritas Perbaikan 10 : Kualitas internet yang diberikan media jual beli *online* selama *training* untuk penggunaan layanan.
- Prioritas Perbaikan 11 : Ketepatan informasi yang diberikan saat *training*.
- Prioritas Perbaikan 12 : Jaminan kerahasiaan data setiap UMKM.
- Prioritas Perbaikan 13 : Kelengkapan materi saat *training* (tidak hanya menerangkan media jual beli *online* tetapi diterangkan juga mengenai internet).
- Prioritas Perbaikan 14 : Kesabaran pegawai saat pelaksanaan *training*.
- Prioritas Perbaikan 15 : Kecepatan proses untuk membuka toko di media jual beli *online*.
- Prioritas Perbaikan 16 : Kesopanan pegawai saat pelaksanaan *training*.
- Prioritas Perbaikan 17 : Kejelasan langkah membuat toko *online*.
- Prioritas Perbaikan 18 : Keramahan pegawai saat pelaksanaan *training*.
- Prioritas Perbaikan 19 : Kestabilan layanan media jual beli *online* (tidak ada *error* saat penggunaan layanan media jual beli *online*).
- Prioritas Perbaikan 20 : Fasilitas pelaksanaan *training* (kejelasan buku panduan).

- Prioritas Perbaikan 21 : Kesiapan pegawai media jual beli *online* dalam menerangkan di luar waktu *training*.
 - Prioritas Perbaikan 22 : Kemudahan menghubungi media jual beli *online* pada saat hari libur.
 - Prioritas Perbaikan 23 : Kecepatan dalam menangani keluhan.
Prioritas Perbaikan 24 : Kemudahan berkomunikasi dengan *customer service* menggunakan *chatting online*.
 - Prioritas Perbaikan 25 : Kemampuan pegawai menangani masalah UMKM dalam penggunaan layanan.
Prioritas Perbaikan 26 : Ketepatan jangka waktu yang dijanjikan saat mengatasi keluhan.
 - Prioritas Perbaikan 27 : Kemudahan menyampaikan keluhan pada *customer service*.
 - Prioritas Perbaikan 28 : Ketepatan informasi yang diberikan di luar waktu *training*.
5. Usulan apa yang dapat dilakukan oleh PT. Telkom untuk dapat meningkatkan jumlah UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com
- Prioritas Perbaikan 1
 - Variabel 5 : Kemampuan perusahaan dalam mengenalkan nama media jual *online* kepada masyarakat luas.
Melakukan promosi secara besar-besaran dan terus menerus. Contohnya dapat melakukan promosi melalui media *online* (tv, internet, pop-up iklan disetiap halaman *website*, media cetak (koran, reklame dan poster serta melakukan seminar maupun mengikuti acara-acara yang diselenggarakan untuk UMKM.
 - Prioritas Perbaikan 2
 - Variabel 28 : Kelengkapan fitur website (contoh : *chatting online*, layanan berbayar, *reward* untuk penjual).
Untuk menarik minat UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com sebaiknya pihak BLANJA.com memperbanyak fitur contoh : *chatting online* yang

mudah diakses selama 24 jam, adanya layanan berbayar untuk promosi, memberikan *reward* untuk penjual seperti menempatkan produk mereka di bagian depan, dan menyediakan forum untuk penjual sebagai media *sharing*.

- Prioritas Perbaikan 3

- Variabel 1 : Ketepatan waktu dalam pelaksanaan *training*.

Pada saat pelaksanaan *training* pegawai BLANJA.com lebih baik datang lebih cepat dan melaksanakan *training* tepat waktu.

- Prioritas Perbaikan 4

- Variabel 19 : Ketanggapan pegawai media jual beli *online* dalam memahami kebutuhan pihak UMKM.

Pegawai BLANJA.com dapat menggali kebutuhan UMKM melalui *inbound call* maupun *outbound call*. *Inbound call* berupa bertanya langsung pada saat *training*, *outbound call* berupa bertanya melalui telepon jika di luar *training*.

- Prioritas Perbaikan 5

- Variabel 25 : Kemenarikan tampilan *website* media jual beli *online*.

Untuk dapat menarik penjual menggunakan layanan BLANJA.com sebagai media berjualan, BLANJA.com perlu mengatur kembali tampilan *website*.

- Prioritas Perbaikan 6

- Variabel 26 : Kemudahan tata cara penggunaan layanan media jual beli *online* (tampilan menu lebih simpel).

BLANJA.com perlu memperbarui tampilan menu tersebut dengan lebih mudah dan ringkas.

- Prioritas Perbaikan 7

- Variabel 14 : Kecepatan waktu penerimaan uang setelah transaksi.

BLANJA.com mempercepat jangka penerimaan uang setelah transaksi.

- Prioritas Perbaikan 8
 - Variabel 17 : Kemudahan materi yang diberikan saat *training*.
Membuat materi yang sederhana dan mudah dimengerti. Seperti menerangkan sambil melakukan praktek secara bertahap.

- Prioritas Perbaikan 9
 - Variabel 13 : Ketepatan jumlah penerimaan uang hasil transaksi.
Diketahui bahwa BLANJA.com memberikan sistem persentase pembagian hasil penjualan kepada penjual, uang yang telah ditransfer oleh pembeli akan masuk ke akun virtual BLANJA.com lalu dilakukan pemotongan biaya dari penjualan, lalu uang tersebut ditransfer kepada penjual. Uang yang diterima oleh penjual harus sesuai, tidak boleh ada sedikitpun terdapat kekurangan.

- Prioritas Perbaikan 10
 - Variabel 24 : Kualitas internet yang diberikan media jual beli *online* selama *training* untuk penggunaan layanan.
Memperhatikan kualitas dari internet, kestabilan jaringan, kejauhan wifi, dan kecepatan internet yang dapat digunakan setiap UMKM yang mengikuti *training*.

- Prioritas Perbaikan 11
 - Variabel 2 : Ketepatan informasi yang diberikan saat *training*.
Pegawai BLANJA.com lebih mempelajari hal-hal yang terkait dengan layanan BLANJA.com.

- Prioritas Perbaikan 12
 - Variabel 16 : Kelengkapan materi saat *training* (tidak hanya menerangkan media jual beli *online* tetapi diterangkan juga mengenai internet).
Memberikan seminar/pengenalan mengenai ICT (*Information, Communication, Technology*) berbasis internet kepada UMKM mengenalkan kepada UMKM mengenai *e-banking*.

- Prioritas Perbaikan 13
 - Variabel 20 : Kesabaran pegawai saat pelaksanaan *training*.
Melakukan *training* terlebih dahulu untuk pihak BLANJA.com.

- Prioritas Perbaikan 14
 - Variabel 7 : Kecepatan proses untuk membuka toko di media jual beli *online*.
Mempercepat waktu verifikasi, verifikasi dilakukan langsung saat penjual membuat toko *online*.

- Prioritas Perbaikan 15
 - Variabel 22 : Kesopanan pegawai saat pelaksanaan *training*.
Melakukan *training* kepada pihak BLANJA.com untuk kesopanan seperti menekankan pada cara berbicara dan penampilan saat *training*.

- Prioritas Perbaikan 16
 - Variabel 27 : Kejelasan langkah membuat toko *online*.
Membuat langkah toko *online* semenarik dan semudah mungkin, contohnya tahap-tahap bisa dibuat dalam bentuk tutorial video.

- Prioritas Perbaikan 17
 - Variabel 12 : Jaminan kerahasiaan data setiap UMKM.
Training dilakukan secara terpisah untuk masing-masing UMKM.

- Prioritas Perbaikan 18
 - Variabel 21 : Keramahan pegawai saat pelaksanaan *training*.
Pegawai BLANJA.com memerlukan pelatihan terlebih dahulu sebelum melakukan *training* kepada UMKM.

- Prioritas Perbaikan 19
 - Variabel 4 : Kestabilan layanan media jual beli *online* (tidak ada *error* saat penggunaan layanan media jual beli *online*).

BLANJA.com lebih mengontrol jaringan supaya tidak terjadi *down server* jika banyak pengguna yang mengaksesnya.

- Prioritas Perbaikan 20

- Variabel 23 : Fasilitas pelaksanaan *training* (kejelasan buku panduan).

BLANJA.com memberikan buku panduan yang jelas seperti tidak hanya ada langkah untuk mengkonfirmasi yang sudah dipilih, tetapi juga diberi langkah jika tidak jadi memilih bagaimana cara untuk mengembalikan ke bagian awal.

- Prioritas Perbaikan 21

- Variabel 18 : Kesiapan pegawai media jual beli *online* dalam menerangkan di luar waktu *training*.

BLANJA.com memerlukan melakukan tindakan lanjut kepada UMKM dalam penggunaan layanan BLANJA.com.

- Prioritas Perbaikan 22

- Variabel 10 : Kemudahan menghubungi media jual beli *online* pada saat hari libur.

BLANJA.com menyediakan *customer service* pada saat hari libur atau di luar jam kerja.

- Prioritas Perbaikan 23

- Variabel 8 : Kecepatan dalam menangani keluhan.

BLANJA.com memerlukan menentukan standar waktu untuk menangani keluhan pelanggan dan lebih meningkatkan kecepatan waktu dalam menangani keluhan.

- Prioritas Perbaikan 24

- Variabel 11 : Kemudahan berkomunikasi dengan *customer service* menggunakan *chatting online*.

Menampilkan ikon/tanda lebih jelas bahwa bagian itu dapat digunakan untuk *chatting online*, dan dapat langsung *chatting* tidak memerlukan memasukkan *email* terlebih dahulu.

- Prioritas Perbaikan 25

Variabel 15 : Kemampuan pegawai menangani masalah UMKM dalam penggunaan layanan.

BLANJA.com tetap memerlukan peningkatan kemampuan kinerja terkait dengan masalah yang dialami UMKM. Karena penanganan keluhan yang dimiliki UMKM akan menjadi hal yang dipentingkan oleh mereka.

- Prioritas Perbaikan 26

- Variabel 6 : Ketepatan jangka waktu yang dijanjikan saat mengatasi keluhan.
BLANJA.com perlu dapat mengestimasi mengatasi keluhan dengan tepat.

- Prioritas Perbaikan 27

- Variabel 9 : Kemudahan menyampaikan keluhan pada *customer service*.
Disediakan *customer service* khusus untuk penjual, seperti yang dimiliki Blibli.com.

- Prioritas Perbaikan 28

Variabel 3 : Ketepatan informasi yang diberikan di luar waktu *training*.

BLANJA.com tetap siap dan tetap memahami hal-hal yang terkait dengan layanan dalam setiap memberikan informasi.

6.2 Saran

Saran yang diberikan untuk PT. Telkom untuk dapat meningkatkan jumlah UMKM yaitu :

- PT. Telkom terus melakukan promosi untuk mengenalkan nama BLANJA.com kepada masyarakat luas.
- PT. Telkom dapat membuat form langkah pembuatan toko *online* lebih mudah dan ringkas.
- Penelitian belum mencakup daerah Suci sehingga penelitian dapat dilakukan lebih lanjut di daerah tersebut.

- Melihat pada *positioning* terdapat mengenai keamanan untuk penjual dan pembeli namun penelitian ini tidak membahas lebih dalam mengenai keamanan tersebut seperti bagaimana sistem penerimaan uang itu sendiri kepada BLANJA.com.
- Perlu melakukan penelitian lebih mendalam untuk *positioning* yang tepat.

