

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Cara untuk melakukan digitalisasi UMKM dengan cara membuat sebuah kanal untuk menampung seluruh produk maupun jasa yang dijual oleh UMKM. Maka dari itu penulis merancang dan membuat kanal *E-Marketplace* Dcreatif Unika untuk melakukan digitalisasi terhadap UMKM yang berdampak secara langsung.
2. Dalam penelitian ini perlu melakukan digitalisasi terhadap UMKM karena 30 responden setuju dengan adanya Dcreatif Unika ini persepsi kemudahan dalam menggunakan sistem (EE), kebiasaan (H), ketersediaan fasilitas (FC), dan dampak sosial (SI) berpengaruh pada usaha seseorang untuk menggunakan sebuah sistem (PE). Sehingga usaha UMKM menggunakan Dcreatif Unika, kebiasaan menggunakan Dcreatif Unika, fasilitas *E-marketplace* yang disediakan oleh penulis, dampak sosial masyarakat bahwa UMKM perlu menggunakan *E-marketplace*. Sehingga penulis menyimpulkan perlu melakukan digitalisasi terhadap UMKM.
3. Dalam penelitian ini pengaruh digitalisasi terhadap UMKM adalah dengan melihat uji korelasi pada Gambar 4.40 hubungan antar variabel adalah *Performance Expectancy-Effort Expectancy- Hedonic Motivation-Behavioral intention*, *Performance Expectancy- Habit-Hedonic Motivation-Behavioral intention*, *Performance Expectancy-Habit-Behavioral intention*. Dapat disimpulkan bahwa usaha seseorang menggunakan Dcreatif Unika berpengaruh terhadap kebiasaan seseorang menggunakan Dcreatif Unika dan akan

mempengaruhi juga untuk menggunakan Dcreatif Unika secara terus menerus.

5.2. Saran

Membuat kanal *E-Marketplace* merupakan sebuah sistem yang besar dan kompleks sehingga harus mempertimbangkan penggunaan pihak ketiga untuk mengintegrasikan aplikasi, karena biaya yang dikeluarkan tiap transaksi untuk menggunakan pihak ketiga akan jatuh lebih mahal dari pada kita menghubungkan langsung pada pihak bank maupun ekspedisi.

