

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Adopsi *E-Commerce*, Orientasi Pasar, terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Adopsi *E-Commerce* yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu Kesiapan Organisasional, Dorongan Eksternal dan Sikap Terhadap Penggunaan Teknologi. Indikator Kesiapan Organisasional memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Dorongan Eksternal memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini terbukti sesuai dengan kondisi dilapangan bahwa pengusaha percetakan pada sentra ini masih harus meningkatkan dalam halnya mengadopsi *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan dalam usahanya.
2. Orientasi Pasar yang terdapat pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung berada pada kategori baik, terdiri dari 2 indikator yaitu Orientasi Pelanggan dan Orientasi Pesaing. Indikator Orientasi Pelanggan memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Orientasi Pesaing memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Hal ini terbukti sesuai dengan kondisi dilapangan bahwa pengusaha

percetakan pada sentra ini sudah mampu menerapkan Orientasi Pasar secara maksimal, namun ada indikator yang perlu diperbaiki.

3. Secara keseluruhan variabel Kinerja usaha terdiri dari 3 indikator, yaitu Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Modal, dan Pertumbuhan Laba. Indikator Pertumbuhan Modal memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Pertumbuhan Penjualan memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Hal ini terbukti sesuai dengan kondisi dilapangan bahwa kinerja usaha yang terdapat pada pengusaha percetakan pada sentra ini masih perlu ditingkatkan pada beberapa indikator.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha, hal ini ditunjukkan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang positif dari Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.

5.2. Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pengusaha percetakan pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan, diantaranya :

1. Pada sentra ini diharapkan setiap pelaku usaha untuk dapat lebih memaksimalkan lagi dalam mengadopsi teknologi *e-commerce* pada kinerja

usahanya diantaranya adalah seperti memasarkan produk melalui *internet* karena pada kenyataannya masih sedikit pengusaha percetakan pada sentra ini yang awam terhadap penggunaan teknologi. Hal ini seiring dengan perkembangan zaman guna memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkannya. Selain itu dengan kita mengadopsi *e-commerce* mampu memberikan informasi yang lebih cepat kepada konsumen dalam memperkenalkan produk-produk yang tersedia.

2. Dalam hal orientasi pasar, pelaku usaha diharapkan bisa lebih fokus dan paham terhadap kekuatan, kelemahan dan kemampuan pesaing diantaranya adalah dengan menyediakan setiap produk yang tidak tersedia di pesaing karena agar konsumen lebih tertarik terhadap produk yang disediakan oleh pelaku usaha.
3. Dalam hal kinerja usaha, pelaku usaha diharapkan bisa meningkatkan dalam hal penjualan agar tetap mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan dan juga memaksimalkan modal yang dimiliki oleh pelaku usaha agar usaha mereka semakin meningkat.
4. Secara keseluruhan adopsi *e-commerce*, orientasi pasar dan juga kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung sudah baik, namun tetap harus lebih di maksimalkan lagi dalam hal lebih meluaskan pangsa pasar melalui *e-commerce* dan juga lebih fokus dan respon terhadap para pesaing dan juga konsumen guna semakin berkembangnya usaha yang dimiliki.