

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Pemanfaatan *E-commerce* oleh pelaku usaha mikro di pasar sentra antasari telah dilakukan sebagai upaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Hal ini terlihat dari penggunaan foto produk yang lebih menarik, penerapan strategi harga yang menyesuaikan biaya platform, serta penerimaan ulasan konsumen sebagai bahan evaluasi. Namun, optimalisasi pemanfaatan *E-commerce* tersebut belum sepenuhnya maksimal. Hal ini terlihat dari deskripsi produk yang masih kurang inovatif, pemanfaatan fitur promosi *E-commerce* yang belum optimal, serta pengelolaan ulasan konsumen yang masih bersifat pasif. Oleh karena itu, pemanfaatan *E-commerce* telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja pemasaran usaha mikro, tetapi masih perlu dioptimalkan agar dampaknya lebih signifikan.
2. Kendala yang dihadapi pelaku usaha mikro di pasar sentra antasari dalam mengoptimalkan pemanfaatan *E-commerce* terdiri dari kendala internal dan eksternal. Kendala internal yang paling dominan adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta pengelolaan stok produk yang belum terintegrasi antara toko offline dan online, sementara potongan platform dan pajak juga memengaruhi penetapan harga produk. Di sisi lain, kendala eksternal meliputi faktor konsumen,

persaingan yang ketat di platform *E-commerce*, serta kebijakan pajak yang berdampak pada daya saing dan keuntungan. Kendala-kendala tersebut menyebabkan pemanfaatan *E-commerce* oleh pelaku usaha mikro belum optimal dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

B. Saran

Merujuk pada Kesimpulan yang telah diupayakan sebelumnya, penulis mengajukan sejumlah rekomendasi berikut ini:

1. Bagi Pelaku Usaha mikro

dengan meningkatkan kualitas konten produk, seperti membuat deskripsi produk yang lebih informatif serta memanfaatkan fitur promosi dan ulasan konsumen secara lebih aktif. Selain itu, pelaku usaha mikro juga perlu meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan *E-commerce* agar pemasaran online dapat berjalan lebih efektif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji pemanfaatan *E-commerce* pada usaha mikro dengan cakupan yang lebih luas atau menggunakan metode penelitian yang berbeda sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai strategi optimalisasi *E-commerce* dalam meningkatkan kinerja pemasaran.