

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik sebuah kesimpulan terhadap penelitian yang berjudul "Pengaruh E-Commerce dan Pembaharuan Motif Terhadap Kinerja Penjualan di Usaha Batik KENZA Pada Era Covid-19". Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan secara parsial antara e-commerce terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik KENZA di era pandemi covid-19. Artinya semakin sering menggunakan e-commerce dalam penjualan produk Batik KENZA maka sedikit konsumen yang membeli produk Batik KENZA. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil uji parsial (t) yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,417 < t_{tabel} 1,703$ dan signifikan $0,680 > 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak yang menyatakan pengaruh e-commerce terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik KENZA di era pandemi covid-19 ditolak berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya. Hal ini terjadi dikarenakan mengenai adanya selisih harga antara harga jual produk Batik KENZA di toko/showroom yang jauh lebih murah daripada harga jual di e-commerce sehingga konsumen lebih memilih membeli produk Batik KENZA secara langsung di toko/showroom.
2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian bahwa terdapat pengaruh dan signifikan secara parsial antara pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik KENZA di era pandemi covid-19. Artinya semakin sering pembaharuan motif dilakukan pada produk Batik KENZA maka semakin banyak konsumen tertarik untuk membeli produk Batik KENZA. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil uji parsial (t)

yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 7,026 > t_{tabel} 1,703$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan pengaruh pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19 diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya. Hal ini terjadi dikarenakan pada pernyataan terhadap variabel pembaharuan motif mendapat tanggapan yang sangat baik dari karyawan Batik Kenza. Secara keseluruhan pembaharuan motif merupakan salah satu bentuk kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh Batik Kenza berjalan dengan sangat baik, hal ini dibuktikan dengan mean nilai interval dari rata-rata pernyataan adalah sebesar 4.36.

3. Berdasarkan hasil pengujian simultan (F) bahwa variabel e-commerce dan pembaharuan motif (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan dengan nilai F hitung sebesar $34.497 > 3,34$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a yang menyatakan e-commerce dan pembaharuan motif berpengaruh terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19, jadi dengan demikian H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya penggunaan e-commerce dan pembaharuan motif yang dilakukan maka akan mempengaruhi kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19. Adanya peran teknologi dan bentuk inovasi akan membuat penjualan meningkat.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis rekomendasikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Batik Kenza

- a. Batik Kenza harus melakukan survey pasar terkait harga-harga batik pada umumnya agar bisa bersaing dalam platform penjualan di e-commerce. Sehingga e-commerce dapat membantu dalam kinerja penjualan pada Batik Kenza.
- b. Batik Kenza harus melakukan peningkatan pelayanan dan kualitas tampilan produk pada e-commerce guna meningkatkan daya tarik customer.
- c. Tetap selalu mempertahankan untuk meningkatkan kreativitas, menggali ide-ide baru, serta lebih mencari informasi tentang motif batik yang lebih diminati dan dibutuhkan oleh para konsumen. Selain itu, motif Batik Kenza harus selalu mengikuti perkembangan jaman dengan melihat trend terkini, dikarenakan batik merupakan salah satu bentuk dari *fashion* yang harus berkembang dengan seiringnya waktu.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya agar lebih mengeksplor usaha batik-batik lainnya yang ada di Cirebon. Penelitian ini menggunakan 30 sampel dari seluruh jumlah populasi yaitu karyawan pada usaha Batik Kenza, hal ini menjadi peluang untuk membuat penelitian selanjutnya meningkatkan jumlah sampel. Serta untuk penelitian selanjutnya dapat lebih luas membahas tentang variabel-variabel lain yang bisa mempengaruhi kinerja penjualan dalam sebuah usaha.