

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian dan hasil penelitian yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penetapan harga produk pada PT. TukangSayur.co yaitu menggunakan prinsip kebebasan dalam menentukan harga dan menggunakan prinsip keadilan namun pada PT. TukangSayur.co tidak menggunakan prinsip tawar menawar karena PT. TukangSayur.co merupakan tempat penjualan online yang tidak menerapkan proses tawar menawar. Dengan menerapkan harga jual produk dengan nilai jual 10% diatas harga yang telah ditetapkan oleh mitra UMKM. PT. TukangSayur.co menggunakan konsep *sharing economy* untuk menciptakan value, kemandirian dan kesejahteraan dimana antara perusahaan dan mitra menerapkan sistem bagi hasil yang saling menguntungkan. Berdasarkan sistem bagi hasil, PT. TukangSayur.co akan mendapatkan 30% dari biaya pengiriman serta 40% dari keuntungan penjualan produk. Sedangkan mitra akan mendapatkan 70% dari biaya pengiriman, 60% dari keuntungan penjualan produk, dan 100% dari selisih harga dasar produk. Keuntungan perusahaan diperoleh langsung dan pemotongan deposit milik mitra yang tersedia didalam akun mitra agen TukangSayur.co.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas dapat di simpulkan mengenai PT. TukangSayur.co, diantaranya PT. TukangSayur.co merupakan aplikasi sayur terbesar di Indonesia dengan cakupan wilayah yang luas dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Peluang yang dimiliki PT. TukangSayur.co lebih banyak dibandingkan dengan ancaman. Masyarakat Indonesia banyak yang memilih untuk menggunakan aplikasi TukangSayur.co dikarenakan praktis, ongkir dan harganya murah, cepat dalam proses pengiriman, dan produk yang ditawarkan lengkap. Namun untuk aplikasi belum maksimal dalam memenuhi kepuasan pelanggan, seperti ingin berkomentar harus di playstore belum tersedia pada aplikasinya dan chat kurir yang masih manual.

B. SARAN

1. Bagi PT. TukangSayur.co tingkatkan performa aplikasi agar tidak tertinggal aplikasi yang lainnya. Pertahankan kepercayaan pelanggan dan lebih berinovatif untuk menarik minat konsumen.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dapat menggunakan analisis strategis yang lain seperti analisis Porter five forces, PEST, Value Chain, dan lain-lain. Serta dapat juga menganalisis e-marketplace yang lain seperti TaniHub, Happy Fres dan yang lainnya.

