

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Penerapan *E-Commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Selama Masa Pandemi Covid-19. Maka penulis menyimpulkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Aplikasi *E-Commerce* pada BT. Batik Trusmi dalam memasarkan dan menjual produk pada masa Covid-19 telah dilakukan sejak tahun 2017 namun sempat terkendala pelaksanaannya pada tahun 2018 hingga pertengahan 2020 dikarenakan lebih mengoptimalkan penjualan secara *offline* sambil melakukan beberapa evaluasi kembali terhadap sistem-*commercemilik* BT. Batik Trusmi, dan kembali diterapkan secara konsisten pada pertengahan tahun 2020 tepatnya saat COVID-19 melanda dunia yang berdampak juga terhadap perekonomian di Indonesia. Sekitar 80% transaksi jual-beli saat pandemi COVID-19 terjadi pada halaman *e-commerce* tepatnya pada halaman *marketplace* bukan pada penjualan secara langsung (ditoko) dan bukan pada website resmi pribadi milik BT. Batik Trusmi.
2. Dampak yang dirasakan oleh BT. Batik Trusmi setelah menerapkan *e-commerce* selama masa pandemi Covid-19 ialah meningkatnya pendapatan yang diperoleh BT. Batik Trusmi sebesar 230% pada periode Juni hingga Desember di tahun 2021 dengan Total Sales *E-commerce* di tahun 2021 Rp 1.856.281.400. Selain itu dengan melalui *platform e-commerce* yang tersedia, tidak sedikit pembeli yang berasal dari luar daerah. Sehingga dengan ini penjualan *online* melalui halaman *e-commerce* tersebut dapat diandalkan saat pandemi COVID-19.

## B. Saran

Berdasarkan dari semua pengamatan dan penelitian yang penulis lakukan, maka disini penulis sampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi BT. Batik Trusmi
  - a. Diharapkan kepada BT. Batik Trusmi untuk berinovasi kembali terkait halaman *website* pribadi dengan menghimbau kepada setiap customer untuk ikut serta memberikan ulasan terhadap produk yang dibeli. Sehingga dapat meingkatkan kepercayaan konsumen untuk berbelanja melalui *website* pribadi milik BT. Batik Trusmi, kepercayaan konsumen terhadap suatu produk adalah salah satu faktor yang menjadi pertimbangan kuat bagi konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. Dan memfokuskan untuk selalu aktif dalam mengelola beberapa halaman *marketplace* yang telah banyak terjadi transaksi jual beli selama masa pandemi Covid-19,.
  - b. Diharapkan kepada BT. Batik Trusmi terus menerapkan penjualan *e-commerce* ini walaupun masa pandemi Covid-19 telah berakhir nantinya, karena dilihat dari prospek dan dampak bagus yang telah dirasakan oleh BT. Batik Trusmi selama ini.
  - c. Diharapkan kepada BT. Batik Trusmi untuk memperkenalkan Wisata Batik nya juga di Jejaring Internet dengan tujuan menarik Wisatawan dari daerah lain untuk berkunjung langsung ke tempat BT. Batik Trusmi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, diperlukan kritik dan saran yang membangun. Agar penulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Juga bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama, disarankan untuk lebih memperluas dan memperdalam informasi dan referensinya.