

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM agroindustri hasil perikanan Desa Kalanganyar setidaknya pernah membuat akun pada satu aplikasi *e-marketplace*, namun mayoritas masih belum konsisten untuk menggunakannya karena keterbatasan kemampuan. Solusi untuk meningkatkan penggunaan *e-marketplace* ini dapat dilihat dari aktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-marketplace* berdasarkan model UTAUT. Dimana faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi niat UMKM agroindustri hasil perikanan di Desa Kalanganyar, Sidoarjo untuk mengadopsi *e-marketplace* ialah *Effort Expectancy* dan *Social Influence*. Kemudian faktor yang signifikan mempengaruhi adopsi *e-marketplace* secara langsung adalah *Facilitating Condition* Sedangkan faktor yang tidak signifikan mempengaruhi niat untuk mengadopsi *e-marketplace* ialah *Performance Expectancy*. Selain itu, yang tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap adopsi adalah *Behavioral Intention*.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemanfaatan *e-marketplace* oleh UMKM Agroindustri olahan ikan di desa Kalanganyar dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis UTAUT sebelumnya. Sehingga upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan adopsi *e-marketplace* oleh UMKM tersebut yaitu 1) Memanfaatkan kelompok UMKM yang sudah dibentuk dan membagi *jobdesc* agar masing-masing anggota tidak kewalahan untuk menerapkan *e-marketplace*, 2) Melakukan promosi melalui *platform* media sosial, dan 3) Untuk mewujudkan upaya 1 dan 2 maka perlu dilakukan penyuluhan dan pendampingan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Berdasarkan nilai R^2 variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* hanya mempengaruhi *behavioral intention* sebesar 31,4%, sedangkan variabel *facilitating condition* dan *behavioral intention* hanya mempengaruhi adopsi *e-marketplace* sebesar 47% yang artinya variabel-variabel tersebut kurang mampu menjelaskan niat dan perilaku adopsi UMKM, sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk meneliti variabel lain.
2. UMKM dapat membuat kelompok diskusi untuk berbagi ilmu dan saling membantu terkait kendala penggunaan *e-marketplace*
3. Pemangku kebijakan dapat membuat strategi penggunaan *e-marketplace* oleh UMKM agroindustri hasil perikanan di Desa Kalanganyar yang lebih sesuai dengan keadaan hasil penelitian dengan mempertimbangkan faktor *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*