

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pemanfaatan platform e-Peken oleh pelaku UMKM toko kelontong di Kecamatan Wiyung Surabaya, dapat disimpulkan bahwa e-Peken memiliki peranan yang cukup efektif sebagai media pemasaran online, meskipun efektivitasnya masih perlu ditingkatkan dalam berbagai aspek.

1. Peningkatan Jangkauan Pemasaran Melalui e-Peken

Platform e-Peken terbukti mampu memperluas jangkauan pasar bagi toko kelontong yang sebelumnya hanya melayani konsumen sekitar menjadi lebih luas hingga mencakup wilayah di luar Kecamatan Wiyung. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi melalui e-Peken memberikan peluang pertumbuhan pasar yang lebih besar bagi pelaku UMKM.

2. Kemudahan Akses dan Penggunaan Platform

Sebagian besar pelaku usaha merasa terbantu karena e-Peken mudah diakses dan digunakan, khususnya bagi mereka yang telah terbiasa dengan teknologi digital. Namun, masih ada pelaku UMKM yang mengalami kesulitan teknis karena kurangnya literasi digital, sehingga dibutuhkan peningkatan kapasitas dalam pengoperasian platform.

3. Efektivitas Program Pendampingan dan Sosialisasi

Program sosialisasi dan pelatihan dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kota Surabaya telah memberikan kontribusi dalam

meningkatkan pemahaman pelaku usaha terkait penggunaan e-Peken. Meskipun dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan belum merata, sehingga efektivitasnya masih terbatas.

4. Dampak Terhadap Penjualan dan Pemasaran Produk

Penggunaan e-Peken memberikan dampak positif terhadap pemasaran produk, baik dalam bentuk peningkatan visibilitas toko maupun jumlah pesanan yang diterima. Walaupun peningkatannya belum terlalu signifikan, tren positif ini menunjukkan bahwa e-Peken memiliki potensi besar sebagai media pemasaran online yang efektif jika dikembangkan secara berkelanjutan.

5. Hambatan dan Tantangan Penggunaan e-Peken

Beberapa hambatan masih ditemukan dalam penggunaan e-Peken, seperti keterbatasan kemampuan digital pelaku UMKM serta minimnya promosi platform kepada konsumen. Tantangan ini menjadi faktor penghambat yang memengaruhi efektivitas platform secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, e-Peken dapat dikatakan cukup efektif sebagai sarana pemasaran online bagi UMKM toko kelontong di Kecamatan Wiyung. Namun, efektivitas ini bersifat relatif dan masih perlu ditingkatkan melalui dukungan teknis, edukasi digital yang berkelanjutan, serta pengembangan sistem platform yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan efektivitas platform e-Peken sebagai media pemasaran online bagi UMKM toko kelontong di Kecamatan Wiyung Surabaya:

1. Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kota Surabaya diharapkan dapat memperluas jangkauan pelatihan dan pendampingan secara rutin dan berkelanjutan, agar seluruh pelaku UMKM terutama yang memiliki keterbatasan pengetahuan digital dapat mengakses informasi serta bimbingan teknis dengan lebih mudah dan merata.
2. Untuk memperluas dampak penggunaan e-Peken, promosi platform ini perlu ditingkatkan melalui media sosial, kolaborasi dengan komunitas digital, serta kampanye publik yang intensif dan menarik. Langkah ini bertujuan agar platform semakin dikenal oleh masyarakat luas, termasuk calon konsumen di luar wilayah pengguna aktif.
3. Pelaku UMKM diharapkan terlibat aktif dalam menyampaikan masukan dan evaluasi terhadap penggunaan e-Peken. Umpan balik dari pengguna langsung dapat menjadi dasar perbaikan sistem dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan lapangan.