

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan dari para pelaku usaha mengenai inovasi produk pada UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung termasuk kedalam klasifikasi “inovatif”. Yang didalamnya di ukur menggunakan tiga indikator yaitu kualitas, modifikasi, dan kebutuhan pasar. indikator modifikasi yang memperoleh skor tertinggi karena para pelaku usaha memiliki kemampuan modifikasi terhadap produk yang ada guna untuk menciptakan keunggulan bersaing dari para pesaingnya. indikator kualitas dan kebutuhan pasar memperoleh skor terendah, karena kualitas yang di berikan oleh para pelaku usaha terhadap konsumen sudah baik dan para pelaku usaha bisa memenuhi keinginan dari para konsumennya dengan cara mendengarkan umpan balik yang diberikan oleh konsumen terhadap pelaku usaha.
2. Tanggapan dari para pelaku usaha mengenai orientasi kewirausahaan pada UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung termasuk kedalam klasifikasi “entrepreneurial”. Yang didalamnya di ukur menggunakan lima indikator yaitu proaktif, berani mengambil resiko, otonomi, keinovatifan, keagresifan bersaing. Indikator proaktif dan keinovatifan memperoleh skor tertinggi karena pelaku usaha memiliki sikap dan tindakan yang secara aktif untuk mencari peluang dan

mengambil inisiatif untuk memanfaatkan peluang tersebut, dan pelaku usaha memiliki kreativitas dan eksperimen, untuk membuat produk atau jasa baru melalui proses riset dan pengembangan. indikator keagresifan bersaing memperoleh skor terendah karena pelaku usaha memiliki sikap ofensif atau respon agresif terhadap tindakan yang dilakukan oleh pesaing.

3. Tanggapan dari para pelaku usaha mengenai keunggulan bersaing pada UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung termasuk kedalam klasifikasi “kompetitif”. Yang didalamnya diukur menggunakan tiga indikator yaitu keunikan produk, harga, dan tidak mudah ditiru. indikator tidak mudah ditiru yang memperoleh skor tertinggi sebesar, karena pelaku usaha coffee shop Memiliki resep atau metode penyajian yang unik dan khas, yang dihasilkan dari bahan baku khusus atau teknik pemrosesan yang sulit diakses atau dipelajari oleh pesaing. indikator keunikan produk memperoleh skor terendah karena pelaku usaha coffee shop memiliki Keunikan sehingga membedakannya dengan produk pesaing atau produk yang umum di pasar.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara inovasi produk dan keunggulan bersaing pada UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar, Kabupaten Bandung. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan inovasi produk, yang meliputi aspek kualitas, modifikasi produk, dan pemenuhan kebutuhan pasar, berperan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing usaha coffee shop. Inovasi dalam hal kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat reputasi merek. Modifikasi produk memungkinkan

usaha coffee shop untuk menyesuaikan penawaran mereka dengan preferensi pelanggan yang berubah-ubah dan tren pasar terbaru. Selain itu, inovasi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar memastikan bahwa produk yang ditawarkan relevan dan menarik bagi konsumen, yang pada gilirannya memperkuat posisi kompetitif usaha.

5. Berdasarkan hasil penelitian, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing pada UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar, Kabupaten Bandung. Hal ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan, yang meliputi indikator seperti proaktif, berani mengambil risiko, otonomi, keinovatifan, dan keagresifan bersaing, tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Coffee Shop di wilayah tersebut. Meskipun aspek-aspek tersebut merupakan elemen penting dalam kewirausahaan, hasil ini menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar, faktor-faktor orientasi kewirausahaan tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, inovasi produk dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Coffee Shop di Kabupaten Bandung. baik inovasi produk maupun orientasi kewirausahaan secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Coffee Shop di Kabupaten Bandung. Ini berarti bahwa kombinasi dari kedua faktor tersebut secara efektif meningkatkan daya saing usaha coffee shop. Inovasi produk yang berkelanjutan dan

orientasi kewirausahaan yang kuat dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian keunggulan bersaing di pasar. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut untuk mencapai posisi kompetitif yang lebih baik dan berkelanjutan dalam industri coffee shop.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis pada pelaku usaha UMKM Coffee shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung:

1. Tanggapan untuk para pelaku usaha coffee shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung tentang inovasi produk dinilai “inovatif”. Dan indikator terlemah terdapat pada kualitas dan pada kebutuhan pasar, disarankan untuk para pelaku usaha Coffee Shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung agar dapat meningkatkan kualitas yang diberikan untuk konsumen, dan ditingkatkan lagi dalam pembuatan produk baru berdasarkan hasil dari umpan balik pelanggan.
2. Tanggapan untuk para pelaku usaha coffee shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung tentang orientasi kewirausahaan dinilai “entrepreneurial”. Dan indikator terlemah terdapat pada keagresifan bersaing, disarankan untuk para pelaku usaha Coffee Shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung agar dapat di tingkatkan/pertahankan respon agresif terhadap tindakan yang dilakukan oleh pesaing.
3. Tingkat keunggulan bersaing pada UMKM Coffee shop di Bukit Pakar Kabupaten Bandung sudah berjalan dengan “kompetitif”. Hal ini menyebabkan keunggulan bersaing yang terjadi di UMKM tersebut sudah berjalan baik meskipun terdapat indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator keunikan produk. Akan hal

ini para pengusaha harus menyadari pentingnya aspek ini dan mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan keunikan produk mereka. Ini bisa melibatkan inovasi dalam desain, fungsi, atau fitur produk, serta memperhatikan umpan balik dari pelanggan untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pasar. Dengan memperkuat keunikan produk, UMKM coffee shop dapat meningkatkan daya tarik produk mereka, membedakan diri dari pesaing, dan menarik lebih banyak pelanggan.

4. Berdasarkan temuan bahwa inovasi produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar, Kabupaten Bandung, disarankan agar UMKM Coffee Shop terus meningkatkan kualitas produk mereka dengan investasi dalam bahan baku. Selain itu, aktif memantau tren pasar dan mengumpulkan umpan balik pelanggan untuk modifikasi produk yang sesuai sangat penting. Pemenuhan kebutuhan pasar dapat dicapai dengan menggunakan data pasar untuk menciptakan penawaran yang inovatif dan relevan. Penerapan strategi inovasi yang berkelanjutan, penguatan strategi pemasaran untuk mengkomunikasikan inovasi produk, serta mencari kemitraan atau kolaborasi dengan pihak lain yang memiliki keahlian khusus akan memperkuat posisi kompetitif usaha dan mendukung keunggulan bersaing yang berkelanjutan.
5. Berdasarkan temuan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Coffee Shop di Bukit Pakar, disarankan agar UMKM Coffee Shop lebih fokus pada faktor-faktor lain yang

dapat meningkatkan daya saing mereka. Meskipun proaktif, berani mengambil risiko, otonomi, keinovatifan, dan keagresifan bersaing merupakan elemen penting dalam kewirausahaan, hasil ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik. Oleh karena itu, Coffee Shop sebaiknya mempertimbangkan untuk memperkuat aspek-aspek seperti inovasi produk, kualitas layanan, dan strategi pemasaran yang dapat memberikan kontribusi langsung terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, evaluasi dan penyesuaian strategi manajerial serta pengembangan kompetensi tim dapat menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya saing yang lebih signifikan di pasar.

6. Pengaruh antar variabel inovasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing sudah baik. Dalam hal ini pelaku usaha harus bisa untuk melihat suatu peluang demi mencapai keberhasilan serta dapat mengambil Keputusan yang tepat untuk terciptanya nilai yang berlaku untuk konsumen serta dapat mengetahui informasi dari pesaing tentang apa yang menjadi landasan kebutuhan para konsumen.