

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan beserta teori dan konsep yang mendukung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen Pengetahuan yang diukur menggunakan tiga indikator, yaitu Penciptaan (*Creation*) Pengetahuan, Berbagi Pengetahuan, dan Penggunaan Pengetahuan. Indikator Penciptaan (*Creation*) Pengetahuan memperoleh persentase skor terendah berada pada kategori baik. Presentase ini mengindikasikan bahwa kemampuan atau upaya dalam menciptakan pengetahuan baru, inovasi, atau pengembangan ide-ide baru di dalam organisasi atau kelompok. Selain itu, skor ini juga bisa menandakan adanya hambatan internal, seperti kurangnya pelatihan, dukungan manajemen yang kurang, atau budaya organisasi yang belum sepenuhnya mendukung kreativitas dan inovasi. Dan skor tertinggi terdapat pada indikator Penggunaan Pengetahuan dengan persentase skor tertinggi berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa aspek ini dinilai paling baik oleh responden. Penggunaan pengetahuan mengacu pada bagaimana organisasi atau individu memanfaatkan pengetahuan yang ada untuk kegiatan atau keputusan sehari-hari. Dengan begitu, secara keseluruhan Variabel Manajemen Pengetahuan berada pada kategori Baik.

2. Orientasi Pasar yang diukur menggunakan tiga indikator, yaitu Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, dan Koordinasi Antar Fungsi. Indikator Orientasi Pelanggan memperoleh persentase skor tertinggi berada pada kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator Orientasi Pesaing dengan persentase berada pada kategori baik. Presentase ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden mungkin sudah melakukan beberapa bentuk pemantauan atau analisis terhadap pesaing, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman mendalam atau dalam tindakan yang diambil sebagai respons terhadap pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa suatu organisasi berfokus pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan, pengamatan terhadap pesaing, serta respon terhadap perubahan dipasar. Dengan skor presentase yang berada pada kategori baik, ini berarti organisasi secara efektif telah menunjukkan kemampuan untuk memahami pasar, merespons kebutuhan konsumen, dan bersaing secara kompetitif. Dengan begitu, secara keseluruhan, variabel orientasi pasar berada pada kategori baik.
3. Kinerja Inovasi yang diukur menggunakan lima indikator, yaitu kinerja inovasi produk, kinerja inovasi pasar, kinerja inovasi proses kinerja inovasi perilaku, dan kinerja inovasi strategis. Indikator Kinerja Inovasi Perilaku memperoleh persentase skor tertinggi berada pada kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator kinerja inovasi produk dengan persentase skor terendah berada pada kategori baik. Presentase ini mengindikasikan bahwa meskipun upaya untuk melakukan inovasi produk telah dilakukan, hasilnya belum sepenuhnya

memadai atau sesuai dengan harapan. hasil ini mengindikasikan bahwa masih ada banyak ruang untuk perbaikan dalam hal pengembangan dan peluncuran produk baru agar lebih kompetitif dan memenuhi kebutuhan pasar. Dan skor tertinggi terdapat pada indikator Kinerja Inovasi Perilaku dengan persentase skor tertinggi berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa menerapkan ide-ide baru baik dalam produk, proses atau strategi bisnis, dapat membawa manfaat seperti peningkatan efisiensi, pengembangan produk yang lebih baik, atau penemuan peluang baru di pasar. Dengan begitu, secara keseluruhan untuk variabel Kinerja Inovasi berada pada kategori Baik.

4. Penelitian ini menemukan bahwa Manajemen Pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Inovasi. Hal ini mengindikasikan bahwa Manajemen Pengetahuan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan pengembangan kemampuan dan pengetahuan.
5. Penelitian ini menemukan bahwa Manajemen Pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Orientasi Pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen pengetahuan memiliki kemampuan dalam memahami dan merespons kebutuhan serta perubahan di pasar.
6. Penelitian ini menemukan bahwa Orientasi Pasar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Inovasi. Hal ini mengindikasikan bahwa Orientasi Pasar memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan bisnis, terutama dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. Penelitian ini menemukan bahwa Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Inovasi melalui Orientasi Pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa Manajemen Pengetahuan yang dilakukan oleh pelaku usaha secara signifikan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil dan kesimpulan, maka peneliti akan memberikan saran yang dapat digunakan antara lain:

1. Manajemen Pengetahuan berada pada kategori baik, dengan indikator terendah yaitu Penciptaan (*Creation*) Pengetahuan. Maka disarankan kepada pelaku usaha tahu bahwa betapa pentingnya menciptakan pengetahuan untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis mereka. Ini dapat dilakukan dengan mendorong inovasi karyawan melalui pelatihan rutin dan dengan menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas. Selain itu, kerjasama antara individu atau kelompok dan kerjasama antara organisasi dengan pihak luar yang diperlukan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan.
2. Orientasi Pasar berada pada kategori baik, dengan indikator terendah yaitu Orientasi Pesaing. Maka disarankan agar pelaku usaha lebih fokus pada orientasi pesaing guna meningkatkan daya saing di pasar. Pelaku usaha harus meningkatkan kemampuan dalam menganalisis pasar dan memantau tren industri, sehingga mereka dapat memahami strategi dan pergerakan pesaing di

pasar. Dengan mempelajari kekuatan dan kelemahan pesaing, pelaku usaha dapat menemukan peluang untuk mengungguli mereka, baik melalui inovasi produk maupun perbaikan layanan. Inovasi secara berkelanjutan sangat penting agar produk tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Pelaku usaha juga perlu menyesuaikan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berubah. Dengan begitu, pelaku usaha dapat menciptakan keunggulan kompetitif, membedakan diri dari pesaing, dan mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif.

3. Kinerja Inovasi berada pada kategori baik dengan indikator terendah yaitu Kinerja Inovasi Produk. Maka disarankan agar pelaku usaha untuk lebih fokus pada peningkatan Kinerja Inovasi Produk, yang saat ini merupakan indikator terendah. Untuk mencapainya, pelaku usaha disarankan melakukan riset pasar guna memahami kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, sehingga dapat mengembangkan produk yang lebih relevan dan sesuai dengan keinginan pasar. Selain itu, penting untuk memanfaatkan umpan balik pelanggan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk, memastikan bahwa produk memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Adopsi teknologi baru dan bahan baku inovatif juga dianjurkan untuk menambah nilai produk dan meningkatkan efisiensi produksi. Dengan langkah-langkah ini, pelaku usaha akan lebih mampu bersaing di pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup dengan

menambahkan variabel lain atau faktor yang dapat mempengaruhi kinerja inovasi, seperti faktor budaya organisasi, teknologi, atau sumber daya manusia.