BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Kinerja Inovasi Pada UMKM Distro Kawasan Citarum Bandung. Maka peneliti mendapatkan kesimpulan dari hasil sebagai berikut:

1. Tanggapan para pelaku usaha mengenai manajemen pengetahuan yang memiliki empat indikator yaitu, identifikasi pengetahuan, penciptaan pengetahuan, berbagi pengetahuan dan penggunaan pengetahuan. Mengenai hal tersebut dapat terlihat skor pengolahan data bahwa persentase skor terendah terdapat pada indikator identifikasi pengetahuan dikarenakan membutuhkan waktu untuk mengidentifikasi pengetahuan agar perkembangan yang selalu bertambah setiap waktu.
2. Tanggapan para pelaku usaha mengenai Kinerja Inovasi yang memiliki tiga indikator yaitu, kecepatan pengenalan produk baru, peluncuran produk yang tepat waktu, dan keinovatifan produk. Mengenai hal tersebut dapat terlihat skor pengolahan data bahwa persentase skor terendah terdapat pada indikator keinovatifan produk dikarenakan mereka harus memikirkan produk yang bagaimana dan seperti apa yang konsumen inginkan dikarenakan setiap konsumen memiliki kegemaran dan keunikan masing masing.

3. Tanggapan para pelaku usaha mengenai Kinerja Bisnis yang memiliki empat indikator yaitu, pertumbuhan laba, pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan. Mengenai hal tersebut dapat terlihat skor pengolahan data bahwa persentase skor terendah terdapat pada indikator pertumbuhan pangsa pasar dikarenakan harus mencari segmentasi pasar mereka seperti apa, target pasarnya gimana dan konsumen merke umurnya berapa.
4. Manajemen Pengetahuan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan secara langsung terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM Distro Kawasan Citarum Bandung.
5. Manajemen Pengetahuan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan secara langsung terhadap Kinerja Inovasi pada UMKM Distro Kawasan Citarum Bandung.
6. Kinerja Inovasi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan secara langsung terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM Distro Kawasan Citarum Bandung
7. Berdasarkan hasil analisis Kinerja Inovasi dapat memediasi hubungan antara Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Bisnis dengan arah hubungan positif pada UMKM Distro Kawasan Citarum Bandung. Artinya jika Manajemen Pengetahuan meningkat maka akan meningkatkan Kinerja Inovasi dan secara tidak langsung akan meningkatkan juga Kinerja Bisnis.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya pada Pengaruh Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Bisnis Melalui Kinerja Inovasi pada UMKM Distro Kawasan Citarum Bandung. Maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada manajemen pengetahuan maka harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator identifikasi pengetahuan, sebagian pelaku usaha membutuhkan waktu dalam memahami pemahaman maupun keseluruhan tentang suatu pengetahuan atau informasi, diperlukan waktu untuk meneliti dan mengevaluasi terkait suatu pengetahuan yang relevan, karena membutuhkan kerja sama dengan orang lain untuk saling bertukar informasi tentang suatu informasi dan kedua belah pihak saling mengutarakan pendapat tentang suatu pengetahuan atau informasi. Suatu informasi harus di pertanggungjawabkan karena harus menjamin informasi yang di sebarakan itu terjamin keaslinya bukan suatu informasi yang tidak benar.
2. Pada kinerja inovasi maka harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator keinovatifan produk, sebagian pelaku usaha harus mempertimbangkan apa yang diinginkan oleh konsumen dikarenakan yang namanya bisnis itu adalah apa yang konsumen inginkan lalu kita sediakan. Menghasilkan barang yang mudah di pasarkan, menarik dan digemari oleh semua orang adalah impian pengusaha, karena terkadang konsumen ada yang suka dan ada juga yang tidak suka.
3. Pada kinerja bisnis maka harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator pertumbuhan pangsa pasar, sebagian pelaku usaha harus paham

tentang segmentasi pasar yang tepat karena target pasar terbaik harus menciptakan strategi pemasaran yang efektif dengan mencari tau pasar yang tepat. Karena menggunakan segmentasi bisnis dapat menawarkan produk dengan lebih baik dan mendapatkan pemahaman lebih tentang keinginan konsumen. Memilih target pasar yang tepat penting karena mereka perlu fokus pada segmentasi konsumen yang memiliki potensi yang dapat membantu menciptakan strategi yang baik yang dapat mengakibatkan pangsa pasar mereka menjadi luas.