

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis melalui Ketangkasan Inovasi Produk pada UMKM Konveksi Desa Karamat Mulya Soreang, maka peneliti mendapatkan kesimpulan dari hasil tersebut sebagai berikut:

1. Tanggapan para pelaku usaha mengenai Orientasi Pasar yang memiliki dua indikator yaitu, Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing. Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data bahwa persentase skor terendah terdapat pada indikator Orientasi Pesaing dalam kategori cukup baik. Hal ini dikarenakan sebagian besar pelaku usaha belum mampu untuk menganalisa kelemahan dari para pesaing dan belum mampu untuk menganalisa kekuatan dari pesaing mereka. Maka pada variabel ini masih ada permasalahan yang perlu ditingkatkan lagi.
2. Tanggapan para pelaku usaha mengenai Ketangkasan Inovasi Produk yang memiliki empat indikator yaitu, Produk yang didasarkan pada kebutuhan pelanggan, Mengembangkan dan memasarkan produk secara fleksibel, Mengembangkan produk berdasarkan selera pelanggan, Kemampuan mengubah produk sesuai permintaan. Mengenai hal tersebut hasil pengolahan data bahwa persentase skor terendah terdapat pada indikator Mengembangkan dan memasarkan produk secara fleksibel dengan kategori Cukup Baik. Hal ini dikarenakan sebagian pelaku usaha belum menerapkan pemasaran online dan pelaku usaha belum memiliki kesadaran yang baik akan pentingnya memahami dinamika pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Oleh karena itu,

perlu adanya peningkatan untuk mengembangkan dan memasarkan produk secara fleksibel.

3. Tanggapan para pelaku mengenai Kinerja Bisnis yang memiliki tiga indikator yaitu, Peningkatan Penjualan, Peningkatan Laba/Keuntungan, dan Pertumbuhan Memuaskan. Mengenai hal tersebut dari hasil pengolahan data bahwa persentase skor terendah terdapat pada indikator Peningkatan Penjualan dengan kategori Cukup Baik. Sebagian pelaku usaha konveksi di Desa Karamat Mulya Soreang belum mengalami peningkatan penjualan produk mereka dalam beberapa bulan terakhir dan strategi penjualan yang mereka gunakan belum efektif dalam meningkatkan penjualan. Hal ini disebabkan oleh belum adanya kombinasi antara implementasi strategi penjualan yang efektif dan kondisi pasar yang kondusif.

4. Terdapat pengaruh positif signifikan Orientasi Pasar terhadap Ketangkasan Inovasi Produk pada UMKM konveksi di Desa Karamat Mulya Soreang. Maka H1 pada penelitian ini diterima.

5. Terdapat pengaruh positif signifikan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM konveksi di Desa Karamat Mulya Soreang. Maka H2 pada penelitian ini diterima.

6. Terdapat pengaruh positif signifikan Ketangkasan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM konveksi di Desa Karamat Mulya Soreang. Maka H3 pada penelitian ini diterima.

7. Terdapat pengaruh positif signifikan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis melalui Ketangkasan Inovasi Produk pada UMKM di Desa Karamat Mulya Soreang. Maka H4 pada penelitian ini diterima.

5.2 Saran

1. Pada Orientasi Pasar yang harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator Orientasi Pesaing, Sebagian pelaku usaha belum mampu untuk menganalisa kelemahan dari pesaing dan belum mampu untuk menganalisa kekuatan dari pesaing. Sebaiknya pelaku usaha dapat lebih efektif dalam menganalisis pesaing, disarankan untuk meningkatkan pemahaman mereka melalui pelatihan dan studi kasus. Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing secara mendalam melalui riset dan pemantauan berkelanjutan. Dengan informasi yang diperoleh, perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing yang efektif, memanfaatkan peluang, dan meminimalisir ancaman. Selain itu, penting untuk membuat sistem monitoring yang berkala untuk mengevaluasi dan menyesuaikan strategi seiring dengan perubahan pasar.
2. Pada Ketangkasan Inovasi Produk yang harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator Mengembangkan dan memasarkan produk secara fleksibel. Sebaiknya pelaku usaha perlu fokus pada strategi pemasaran yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan tren, serta membangun tim yang adaptif dan inovatif akan melengkapi upaya untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis.

3. Pada Kinerja Bisnis yang harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator Peningkatan Penjualan. Sebagian pelaku usaha konveksi belum mengalami peningkatan penjualan produk mereka dalam beberapa bulan terakhir dan strategi penjualan yang mereka gunakan belum efektif dalam meningkatkan penjualan. Sebaiknya sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas, Salah satu cara adalah dengan menjalin kerjasama dengan bisnis lain, seperti mengadakan event kolaborasi atau bermitra dengan influencer. Selain itu, memberikan diskon juga dapat menarik minat konsumen. Strategi-strategi ini tidak hanya efektif dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat dilakukan dengan biaya yang relatif rendah, terutama jika memanfaatkan sistem barter dengan *influencer*.