

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Sentra Tas Kebonlega, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan responden tentang orientasi kewirausahaan Sentra Tas Kebon Lega Bandung masih tergolong cukup baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “ Pengambilan Resiko” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “ Keproaktifan”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal Keproaktifan. Pihak Sentra Tas Kebonlega dirasa masih kurang menanamkan nilai tersebut sehingga Keproaktifan para pemilik sebagai pengusaha dinilai masih ada permasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki. Dengan kata lain kemampuan pihak Sentra Tas Kebonlega dalam menawarkan produk kepada calon konsumen masih rendah dikarenakan belum memiliki nilai lebih pada strateginya yang dimilikinya saat ini,yang menunjukan bahwa masih ada permasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kembali.

2. Berdasarkan tanggapan responden tentang inovasi produk Sentra Tas Kebon Lega Bandung mengenai variabel inovasi produk tergolong pada kategori “Cukup Baik”. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal melakukan inovasi produk untuk kelangsungan hidup unit usahanya dinilai sudah lumayan baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “Peniruan Produk” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “Produk Baru”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah cukup baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal pembuatan produk baru agar memiliki nilai lebih dibanding unit usaha lainnya yang sejenis, pihak Sentra Tas Kebon Lega dirasa masih kurang dalam hal tersebut sehingga inovasi produk yang dilakukannya saat ini belum mampu menyaingi produk dari unit usaha lain yang sejenis untuk menguasai pasar dan benak konsumen.
3. Berdasarkan tanggapan responden tentang keunggulan bersaing Sentra Tas Kebon Lega Bandung masih tergolong cukup baik, Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal memberikan keunggulan bersaing pada seluruh mitra usahanya dinilai sudah baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “Kualitas Produk” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “keunikan produk”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal memberikan ciri khas produk dan terobosan baru dibandingkan pesaingnya yang lain, pihak Sentra Tas Kebonlega dirasa masih kurang dalam hal

tersebut sehingga keunggulan bersaing yang dimiliki para mitra usahanya sebagai pengusaha dinilai masih rendah, yang menunjukkan bahwa masih ada permasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kembali salah satunya yang berkaitan dengan keunikan produk.

4. Baik secara simultan maupun secara parsial orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Tas Kebon Lega, yang didominasi oleh keunggulan bersaing dengan pengaruh positif signifikan, dan diikuti oleh orientasi kewirausahaan dengan pengaruh positif signifikan, sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain diluar penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

1. Pemilik usaha disarankan dapat meningkatkan Keproaktifan yang dimilikinya terutama Aktif mengamati pasar dengan melakukan riset mencari tahu tentang kompetitor di unit usahah yang sama, agar mengetahui keunggulan ataupun kelemahan produknya dengan produk yang serupa. Dan riset terhadap daerah penjualan yang memiliki potensi penjualan yang tinggi, kemudian melakukan riset dengan menganalisa data dari internet, atau dari laporan penjualan sebelumnya. Dan menawarkan produk kepada calon konsumen dengan promosi lewat internet dan sosial media seperti facebook yang menjadi digital market terbesar di Indonesia dengan 130 juta

jumlah pengguna menurut data *statista* pada tahun 2019, dan media sosial kedua yaitu Instagram salah satu alternatif yang dapat digunakan dengan influencer yang tepat untuk mempromosikan produk Sentra Industri Tas Kebon Lega ke publik, alternatif lainnya adalah membuat website. Kemudian para pengusaha Sentra Tas Kebon Lega Bandung diharapkan dapat aktif dalam mengeluarkan produk terbaru yang dimiliki agar dapat unggul dalam bersaing dengan pedagang lain yang sejenis.

2. Pemilik usaha disarankan melakukan pengembangan pada produk usahanya dalam membuat produk baru, dengan desain terbaru, yaitu dengan mencari ide-ide berupa produk yang akan menjadi trend di masa mendatang, dan bukan hanya membuat produk berdasarkan permintaan pelanggan, sehingga pada saat produk tersebut menjadi trend maka perusahaan dapat melayani keinginan para pelanggannya. Dan pengusaha Sentra Industri Tas Kebon Lega sebaiknya menambah variasi produk Tas nya agar tidak terlalu tergantung pada sedikit produk tertentu saja, dengan cara membuat divisi khusus desain untuk pengembangan produk agar dapat lebih fokus dalam mengembangkan produknya hingga membuat tas yang benar-benar baru yang berbeda dari para pesaingnya, karena persaingan pada produk yang sama sangat ketat sehingga usaha yang dimiliki harus memiliki ciri khas tersendiri agar dapat memenangkan persaingan dengan pesaingnya.
3. Pemilik usaha Sentra Tas Kebon Lega Bandung disarankan untuk memberikan ciri khas tersendiri terhadap produknya dan terobosan baru dan pengusaha Sentra Tas Kebon Lega Bandung harus lebih kreatif dalam

menciptakan keunikan pada produk, pada dasarnya segala sesuatu yang unik dan berbeda, tentu akan memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Sehingga mereka lebih mudah mengenali dan mengingat produk tersebut, dibandingkan produk sejenis yang sudah umum di pasaran, dan semakin unik produk yang kita tawarkan, maka akan semakin memudahkan konsumen dalam mengenali produk tersebut. Dan semakin banyak konsumen yang mengenali produk kita, maka semakin besar pula peluang kita untuk menjadi pemimpin pasar.

4. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan wawancara atau penyebaran kuesioner yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal. sehingga bisa berkembang dan melibatkan variabel yang berhubungan dengan keunggulan bersaing Sentra Tas sehingga bisa menjadikan peningkatan positif bagi usaha Sentra Tas Kebon Lega.