

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Media Sosial dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing (Studi kasus pada sentra Kecimpring) dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Media Sosial pada pengusaha Kecimpring Bandung Barat termasuk kedalam klasifikasi Kurang Baik. Adapun indikator yang terlemah yaitu pada indikator Terhubung dengan komunitas bisnis dengan skor aktual 53,75%, hal ini karena para pelaku usaha tidak terhubung dengan komunitas bisnis untuk menjual produknya, sedangkan komunitas bisnis merupakan sebuah media yang tepat bagi ukm dimana komunitas bisnis akan membantu pelaku usaha dalam menjual produk kecimpring tersebut. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana rata – rata setiap indikator berada pada kategori cukup baik. Tetapi hasil dari total keseluruhan skor aktual yaitu 43,75% yang menyatakan kategori Kurang Baik.
2. Inovasi Produk yang di lakukan oleh para pengusaha Kecimpring di desa pagerwangi Bandung Barat berada pada klasifikasi cukup Baik. Adapun indikator yang terlemah yaitu pada indikator perubahan desain produk dengan skor aktual 51,88%, hal ini karena para pelaku usaha terlalu cepat menikmati perubahan tetapi tidak melihat perubahan secara terus menerus dan kebanyakan pelaku usaha ingin tetap mempertahankan kekhasan bentuk dari produk

kicimpring tersebut. Dimana inovasi produk yang berkelanjutan harus dilakukan oleh setiap para pelaku usaha agar tetap bertahan di persaingan bisnis khususnya pada makanan cemilan khas Jawa Barat. hasil dari keseluruhan total skor aktual mengenai inovasi produk yaitu 55,63% yang menyatakan kategori Cukup Baik.

3. Daya Saing yang dilakukan para pengusaha Kicimpring di desa pagerwangi kabupaten bandung Barat berada pada klasifikasi cukup Baik, untuk masing – masing indikator, indikator kualitas produk dan keunikan produk mendapatkan nilai terendah, yaitu dengan skor aktual yaitu 55,63% hal ini disebabkan para pengusaha tidak fokus mencari konsumen baru dan hanya fokus pada pelanggan yang sudah ada, hal ini karena dimana bahan baku untuk pembuatan kicimpring tidak selalu ada dan cuaca yang dipakai untuk menjemur produk kicimpring tidak bisa di tebak yang menyebabkan pelaku usaha tidak bisa memproduksi produk kicimpring lebih banyak lagi. hasil dari keseluruhan total skor aktuan pada variable daya saing yaitu 56,67% yang menyatakan kategori Cukup Baik.
4. Secara Parsial maupun Simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Media Sosial dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing hal ini ditunjukkan dengan pengujian Hipotesis yang menyatakan bahwa Media Sosial Tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing para pengusaha Kicimpring Bandung Barat. Inovasi Produk Berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing para pengusaha Kicimpring Bandung Barat. Media Sosial dan Inovasi Produk mempengaruhi signifikan terhadap Daya Saing para pengusaha Kicimpring Bandung Barat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Media Sosial dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing (Studi kasus pada sentra Kecimpring Desa Pagerwangi Bandung Barat), penelitian mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengusaha dalam hal meningkatkan Daya Saing:

1. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai Media Sosial yang berada pada klasifikasi Cukup, dan hasil skor terendah yaitu pada indikator terhubung dengan komunitas bisnis, sebaiknya para pengusaha lebih mengetahui pentingnya Media Sosial dalam menjalankan usaha terutama pada indikator terhubung dengan komunitas bisnis agar pelaku usaha bisa meningkatkan penjualan produk kicimpring dengan cara menjual produknya melalui media sosial. Bisa juga dengan cara menjualnya di sosial media instagram, facebook, dan media sosial lainnya dan juga para pelaku usaha lebih memanfaatkan media social dengan sebaik-baiknya untuk meningkatkan pendapatan para pelaku usaha itu sendiri.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Inovasi Produk yang berada pada klasifikasi Cukup Baik, dan hasil skor terendah yaitu pada indikator perubahan desai produk yang dimana para pelaku usaha kebanyakan tidak ingin merubah bentuk produk kicimpring karena pelaku usaha ingin tetap mempertahankan kekhasan bentuk dari produk kicimpring tersebut. maka hal yang perlu diperbaiki dalam hal ini adalah para pelaku usaha di tuntut untuk lebih aktif dan

kreatif lagi dalam menciptakan sebuah inovasi baik bentuk maupun rasa agar konsumenpun menjadi lebih tertarik dengan produk kicimpring sebelumnya.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Daya Saing yang berada klasifikasi Cukup Baik, dan hasil skor yang terendah yaitu pada indikator kualitas produk dan keunikan produk, sudah seharusnya pelaku usaha lebih meningkatkan lagi keunikan produk kicimpring dan kualitas produk dengan cara membuat bentuk produk kicimpring lebih unik lagi dari biasanya dan rasa yang berbeda-beda agar konsumen sentra kicimpring pagerwangi tidak pindah kelain produk yang sejenisnya yang sudah banyak menjualnya di social media maupun di tempat oleh-oleh khas Jawa Barat.
4. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara Media Sosial dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing pada sentra kicimpring pagerwangi kabupaten bandung barat, maka disarankan Untuk para pelaku usaha agar lebih memanfaatkan media sosial serta menambah pengetahuan tentang media sosial dalam menjalankan usahanya seperti mengikuti pelatihan tentang media social di era globalisasi dan lain – lain, serta untuk pengusaha yang telah melakukan inovasi pada produk kicimpring agar lebih menjaga dan mempertahankan citra dari produk yang sudah ada selain itu pengusaha tidak hanya fokus pada pelanggan yang sudah ada saja akan tetapi mencari pelanggan baru sehingga dapat melakukan perbaikan sesuai dengan kebutuhan yang di butuhkan konsumen dan guna meningkatkan daya saing produk kicimpring Desa Pagerwangi Kabupaten Bandung Barat.

