

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil tanggapan responden mengenai variabel kreativitas secara keseluruhan dinilai cukup baik. Indikator yang dinilai masih kurang baik adalah pada keingintahuan akan selera konsumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa para pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung masih kurang dalam keinginannya untuk mencari tahu bagaimana selera konsumen saat ini. Sehingga dapat disimpulkan kreativitas yang dimiliki oleh pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung masih perlu di tingkatkan lagi.
2. Hasil tanggapan responden mengenai pemanfaatan media sosial secara keseluruhan dinilai cukup baik. Indikator yang dinilai masih kurang baik adalah pada kemampuan bersaing dengan pengusaha lain melalui media sosial. Hal tersebut mengindikasikan bahwa para pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung masih kurang mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana berpromosi meningkatkan penjualan agar dapat bersaing dengan pengusaha lainnya yang sudah memaksimalkan penggunaan media sosialnya. Sehingga dapat disimpulkan pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung masih belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana berpromosi dan perlu di tingkatkan lagi agar dapat meningkatkan penjualan pada produk roti.

3. Hasil tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing secara keseluruhan dinilai baik. Indikator yang dinilai masih kurang baik adalah pada kemampuan menawarkan harga yang lebih murah dari pesaingnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa para pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung tidak mampu menawarkan harga yang lebih murah dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya karena mengikuti harga di pasaran agar tidak menyebabkan kerugian. Sehingga dapat disimpulkan walaupun secara keseluruhan keunggulan bersaing pada pelaku usaha sudah baik, namun perlu ditingkakan lagi keunggulan yang dimilikinya agar dapat bertahan dalam persaingan.
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:
 - a. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung. Besarnya pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 49,1%.
 - b. Pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung. Besarnya pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 37,2%.
 - c. Kreativitas dan pemanfaatan media sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung. Besarnya pengaruh kreativitas dan pemanfaatan media sosial terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 86,3%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung sebagai berikut:

1. Pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung harus meningkatkan kreativitas melalui riset pemasaran guna mengetahui selera konsumen terhadap produk roti yang di produksi. Selain itu pelaku usaha perlu melakukan strategi pemasaran dengan mengenali konsumen melalui kebutuhan produk roti seperti apa yang diinginkan konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan pelaku usaha dengan melakukan survey pelanggan mengenai jenis produk, bentuk maupun varian rasa yang disukai dan disenangi konsumen, dengan demikian pelaku usaha dapat menciptakan varian produk roti yang mengikuti selera konsumen.
2. Dalam pemanfaatan media sosial, pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung dapat memaksimalkan penggunaan media sosialnya sebagai sarana berpromosi. Promosi melalui media sosial dapat dilakukan kapan pun dan dimanapun sehingga pelaku usaha dapat memposting produk-produk rotinya yang akan dipromosikan bagi konsumen. Pelaku usaha dapat rutin melakukan promosi melalui media sosial agar menarik minat beli konsumen. Hal tersebut sebagai upaya mengikuti perkembangan zaman dimana media sosial sangat efektif dalam meningkatkan pemasaran produk dan dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

3. Agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing para pelaku usaha Sentra Roti Kopo Bandung dapat lebih memiliki kreativitas yang lebih tinggi serta memaksimalkan penggunaan media sosialnya agar dapat meningkatkan penjualan produk roti. Selain itu dari segi harga pelaku usaha di Sentra Roti Kopo Bandung dapat menawarkan harga yang lebih murah dibanding perusahaan roti lainnya tetapi tetap mempertahankan kualitasnya. Dengan demikian pelaku usaha Sentra Roti Kopo dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dan memiliki nilai keunggulan yang lebih.