

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Orientasi Kewirausahaan yang didalamnya terdapat 6 indikator pada UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan di komunitas Kenalsapa dikategorikan “Baik”. Artinya UMKM industri fashion dan kerajinan tangan di komunitas Kenalsapa sudah memiliki orientasi kewirausahaan yang dimiliki baik, meskipun terdapat indikator yang masih kurang bisa dipahami oleh mereka. Persentase tertinggi terdapat pada indikator pencarian target pasar baru sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator memperkenalkan produk baru dengan cepat yang disebabkan oleh kondisi pandemi covid-19 yang mengkhawatirkan berdampak terhadap kegiatan UMKM mengenai peluncuran produk baru menjadi tersendat.
2. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Pengetahuan Produk yang didalamnya terdapat 3 indikator pada UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan di komunitas Kenalsapa dikategorikan “Sangat Baik” Artinya UMKM di komunitas Kenalsapa memiliki orientasi

pasar yang baik, mereka sudah mulai memahami orientasi pelanggan, pesaing dan koordinasi interfunksional. Persentase tertinggi terdapat pada indikator kontribusi pelanggan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator nilai pelanggan yang disebabkan oleh kondisi pandemi covid-19 yang menimbulkan perekonomian tidak stabil sehingga berdampak para UMKM tidak terlalu mementingkan pelanggannya.

3. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Kinerja Bisnis yang didalamnya terdapat 2 indikator pada UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan di komunitas Kenalsapa dikategorikan “Sangat Baik”. Artinya Artinya UMKM di komunitas Kenalsapa memiliki kinerja bisnis yang baik pada usaha yang dijalankan mereka dalam bidang industri fashion dan kerajinan tangan. Persentase tertinggi terdapat pada indikator penjualan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator laba bersih yang disebabkan kondisi pandemic covid-19 para UMKM tidak sering melakukan penjualan sehingga mereka kurang mendapatkan laba bersih disaat kondisi pandemi yang sangat mengawatirkan.
4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis adalah sebagai berikut :

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa

variabel Orientasi Pasar memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang cukup erat antara variabel Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan di Komunitas Kenalsapa yaitu sebagai berikut :

1. Untuk memperkenalkan produk baru dengan cepat pada masa pandemi covid-19 di UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan di komunitas Kenalsapa yaitu dengan melakukan riset bagaimana tingkat persaingan dan seberapa besar peluang pasar penting untuk dilakukan. Dengan melakukan riset, UMKM akan mengerti seberapa besar peluang bisnisnya karena mengetahui angka jumlah konsumen yang bisa dijadikan target marketing. Jika data yang berhasil UMKM kumpulkan menunjukkan hasil positif. Para UMKM bisa melanjutkan memasarkan produk tersebut. Namun jika sebaliknya, perlu dilakukan beberapa inovasi atau memberikan beberapa nilai tambah agar produk bisa menjadi pilihan konsumen sehingga UMKM masih bisa unggul saat pandemi covid-19

2. Untuk nilai pelanggan saat pandemi covid-19, UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan di komunitas Kenalsapa sebaiknya berusaha lebih jauh mempelajari dan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggannya. Pemahaman ini membantu mereka merancang penawaran pasar yang memuaskan keinginan dan membangun beban nilai hubungan pelanggan yang dapat dipakai untuk menangkap nilai seumur hidup pelanggan dan pangsa pelanggan yang lebih besar. Hasilnya adalah peningkatan ekuitas jangka panjang pelanggan bagi UMKM baik itu saat pandemic covid-19 maupun masa yang akan datang.
3. Untuk fungsi strategi saat pandemi covid-19, UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan, alangkah baiknya mengatur arah dan jalannya perusahaan sehingga akan membuat tim koordinasi menjadi jauh lebih baik serta terarah. Dengan strategi pemasaran, para pelaku usaha dapat terbantu untuk merinci tujuan yang ingin perusahaan capai. Baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek.
4. Untuk peneliti selanjutnya, supaya lebih baik dalam meneliti orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis, sehingga penelitian variabel-variabel ini lebih sempurna.

