

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Olahan Kopi RKB BRI Kota Tasikmalaya ditengah Pandemi Covid – 19, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi kewirausahaan yang didalamnya diukur melalui 4 indikator yaitu Pengambilan resiko, Keaktifan, Keagresifan bersaing, dan Otonomi, dari analisis deskriptif dan Verifikatif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Orientasi kewirausahaan ini, pelaku usaha Olahan Kopi pada UMKM Kuliner RKB BRI Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori cukup baik. Indikator Keagresifan bersaing memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator pengambilan resiko dengan kategori cukup baik, responden dalam kondisi pandemi covid-19 saat ini mereka cukup berani mengambil resiko kerugian bila penjualan produknya hanya sedikit karena permintaan yang menurun, juga bahan baku yang mereka miliki tidak terpakai yang tentunya akan merugikan, namun tidak sedikit juga yang tidak setuju, karena takut akan beresiko merugikan usahanya, bahan baku tersebut akan terbuang bila sudah tidak layak untuk di pakai pada proses produksi. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan

bahwa Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing.

2. Inovasi produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu, Perluasan Produk, Peniruan Produk, dan Produk Baru, dari analisis deskriptif dan Verifikatif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Inovasi produk ini, pelaku usaha Olahan Kopi pada UMKM Kuliner RKB BRI Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori cukup baik. Indikator perluasan produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik dan persentase terendah terdapat pada indikator produk baru dengan kategori cukup baik juga, responden cukup mampu dalam mengeluarkan produk dengan desain/model terbaru, yang desainnya berbeda dari pesaing pada umumnya, namun tidak sedikit yang menyatakan tidak setuju, karena mereka belum menggunakan desain/model terbaru untuk produknya agar lebih menarik dan tentunya untuk lebih membedakan dengan produk pesaing. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa Inovasi produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing.
3. Keunggulan bersaing yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu, Keunikan produk, Kualitas produk, Harga bersaing, dari analisis deskriptif dan Verifikatif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Keunggulan bersaing ini, pelaku usaha Olahan Kopi pada UMKM Kuliner RKB BRI Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori cukup baik. Indikator Kualitas produk memperoleh

persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator keunikan produk dengan kategori cukup baik. Responden cukup mempunyai keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan mereka agar dapat membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Beberapa lainnya masih ada yang belum bisa membuat keunikan dan ciri khas produk, dan cenderung mempunyai produk yang hampir sama dengan produk lain pada umumnya. Keunggulan bersaing yang terdapat pada UMKM Kuliner Olahan kopi RKB BRI Kota Tasikmalaya masih perlu ditingkatkan lagi pada beberapa indikator.

4. Hasil analisis Deskriptif dan Verifikatif, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Orientasi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing adalah sebagai berikut :

Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa variabel Orientasi kewirausahaan, dan Inovasi produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Olahan kopi RKB BRI Kota Tasikmalaya, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang mengenai pengaruh Orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Olahan Kopi RKB BRI Kota Tasikmalaya ditengah Pandemi Covid – 19, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan para pelaku usaha perlu lebih memahami dan mengerti dengan keadaan di pasar, juga memahami apa saja keinginan pelanggannya, dan perubahan di lingkungan bisnisnya untuk mendorong daya saing usaha yang di jalankan. Juga dalam hal pengambilan resiko, mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, pelaku usaha harus mulai membuat keputusan dan mengambil tindakan yang bertujuan untuk memajukan konsep bisnisnya, dan selalu aktif dalam pencarian peluang-peluang, juga ide-ide baru.
2. Untuk dapat meningkatkan Inovasi produk pelaku usaha harus lebih aktif mencari ide dalam desain/model produknya, meniru produk yang sudah ada juga memodifikasi ulang produk pesaing untuk bertahan dalam menjalankan usahanya, dan menumbuhkan daya saing. Pelaku usaha harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang terjadi, dan tentu harus menyesuainya dengan keinginan konsumen. Pelaku usaha juga sebaiknya memperhatikan dalam mengeluarkan desain/model produk terbarunya, sebaiknya terus di *update* menyesuaikan dengan *trend-trend* yang ada, agar konsumen pun tertarik dan tidak bosan.
3. Untuk dapat meningkatkan Keunggulan bersaing para pelaku usaha harus mampu untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya, dan bersaing dalam penetapan harga yang di sesuaikan dengan kualitas produk, juga harga jual yang sesuai dengan kemampuan konsumen di dalam pasar. Pelaku usaha juga sebaiknya mempunyai keunikan pada produk yang dipasarkan agar dapat membedakannya dari produk umum di pasaran

dengan mengamati perkembangan-perkembangan yang ada dan menerapkan ide baru dalam produk.

4. Secara keseluruhan Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk dan juga Keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Olahan Kopi RKB BRI Kota Tasikmalaya sudah cukup baik. Perlu dikembangkan dan di maksimalkan lebih lanjut daya saing usaha dengan lebih berani dalam mengambil resiko, lebih aktif dan agresif dari para pesaing, dan memasukkan variabel-variabel lain atau model lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh mengenai keunggulan bersaing, seperti orientasi pasar, orientasi pembelajaran, kualitas pelayanan, adopsi *e-commerce*, dan lain sebagainya.

