

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis jalur antara diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing yang dimediasi kinerja bisnis pada sentra pakaian anak Pagarsih Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sentra Pakaian Anak Pagarsih Bandung sudah memiliki tingkat diferensiasi produk yang baik. Tingkat diferensiasi produk tertinggi dan terendah terdapat dalam satu indikator yaitu Mutu Kesesuaian dan Kinerja (*Quality suitability and Performance*).
2. Sentra Pakaian Anak Pagarsih Bandung sudah memiliki tingkat keunggulan bersaing yang cukup baik. Tingkat keunggulan bersaing tertinggi pada aspek Keunggulan Biaya (*Cost Advantage*) dan tingkat keunggulan bersaing terendah pada aspek Variasi Produk (*Variety Product*).
3. Sentra Pakaian Anak Pagarsih Bandung sudah memiliki tingkat kinerja bisnis yang cukup baik. Tingkat kinerja bisnis tertinggi pada aspek Pertumbuhan Aset (*Aset Growth*) dan tingkat kinerja bisnis terendah pada aspek Pertumbuhan Pelanggan (*Customer Growth*).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka beberapa yang bersifat praktis dan akademis dapat dikemukakan sebagai berikut:

Saran praktis

1. Untuk meningkatkan diferensiasi produk terutama pada aspek Mutu Kesesuaian dan Kinerja (*Quality Suitability and Performance*), pelaku usaha perlu mengutamakan pendapat maupun komentar dari konsumen dalam menghasilkan sebuah produk, karena prioritas utama dalam menjalankan sebuah usaha yaitu supaya konsumen merasakan kepuasan dalam membeli produk yang dijual, Selain itu juga pelaku usaha perlu merencanakan diferensiasi dengan matang serta mempertahankan konsistensi, karena dalam berbisnis terdapat banyak kompetitor yang menjual barang serupa maka diferensiasi perlu diperhatikan. Pelaku usaha perlu menonjolkan diferensiasi yang mereka miliki karena hal tersebut merupakan salah satu strategi yang dapat membuat bisnis usaha berkembang.
2. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing terutama pada aspek Variasi Produk (*Variance Product*), pelaku usaha perlu menambahkan variasi produk yang lain sehingga pengunjung yang datang tidak hanya berkunjung untuk membeli pakaian anak saja. Pelaku usaha bisa menambahkan peralatan, mainan, ataupun sejenisnya, sehingga pengunjung dapat memilih alternatif barang apa yang akan mereka beli. Variasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan dalam bersaing, karena pelaku usaha lebih memiliki keunggulan dibandingkan

yang lain karena mempunyai variasi produk yang bermacam-macam dibandingkan dengan kompetitor.

3. Untuk meningkatkan kinerja bisnis terutama pada aspek Pertumbuhan Pelanggan (*Customer Growth*), pelaku usaha perlu menerapkan strategi marketing yang cocok dan memanfaatkan media sosial sebagai media marketing. Tren bisnis saat ini menuntut pelaku usaha memberikan hal yang berbeda untuk dapat bisa menarik pelanggan, sebagai contoh memberikan diskon atau menjadi bagian dari komunitas tertentu maupun membangun komunitas itu sendiri sehingga pelaku usaha dapat mempelajari hal yang baru.
4. Diferensiasi produk tidak mempengaruhi keunggulan bersaing secara positif dan signifikan. Sentra Pakaian Anak Pagarsih Bandung sudah memiliki tingkat diferensiasi produk yang baik. Tingkat diferensiasi produk tertinggi dan terendah terdapat dalam satu indikator yaitu Mutu Kesesuaian dan Kinerja (*Quality suitability and Performance*). Keunggulan bersaing mempengaruhi kinerja positif secara positif dan signifikan. Sentra Pakaian Anak Pagarsih Bandung sudah memiliki tingkat keunggulan bersaing yang cukup baik. Tingkat keunggulan bersaing tertinggi pada aspek Keunggulan Biaya (*Cost Advantage*) dan tingkat keunggulan bersaing terendah pada aspek Variasi Produk (*Variety Product*). Diferensiasi produk mempengaruhi kinerja bisnis secara positif dan signifikan. Sentra Pakaian Anak Pagarsih Bandung sudah memiliki tingkat kinerja bisnis yang cukup baik. Tingkat kinerja bisnis tertinggi pada aspek Pertumbuhan Aset (*Aset Growth*) dan tingkat kinerja bisnis terendah pada aspek Pertumbuhan Pelanggan (*Customer Growth*).

Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan maupun pengetahuan khususnya dalam ilmu pengetahuan pada bidang Manajemen Bisnis dan cara mengembangkan bisnis yang berhubungan dengan Diferensiasi Produk, Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu berbisnis yang telah didapat.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan maupun pembaca sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan sebuah inovasi.