

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada Bab IV mengenai Pengaruh Inovasi model bisnis terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing pada *coffee shop* di Kota Bandung, maka penulis akan menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Inovasi Model Bisnis pada *Coffee shop* di Kota Bandung berada pada garis kontinum kategori sangat baik. Tertera pada tabel rekapitulasi tanggapan responden mulai dari persentasi tertinggi pada indikator kegiatan kerja hingga tanggapan responden terkecil pada indikator penciptaan nilai, di indikasikan sebagian *coffee shop* belum mampu mengembangkan, menyempurnakan atau mengevaluasi nilai yang sudah diciptakan sehingga masih kurang unggul dibandingkan dengan *coffee shop* lain yang sudah mampu menyempurnakan penciptaan nilai yang sudah dibuat.
2. Kinerja UMKM pada *Coffee shop* di Kota Bandung berada pada garis kontinum kategori baik, Tertera pada tabel rekapitulasi tanggapan responden mulai dari persentasi tertinggi pada indikator kualitas produk hingga persentasi terkecil pada indikator penjualan, di indikasikan sebagian besar *coffee shop* masih kurang mencapai target penjualannya sehingga tidak stabil provit yang didapatkan pada setiap harinya.
3. Keunggulan Bersaing pada *Coffee shop* di Kota Bandung berada pada garis kontinum kategori sangat baik, Tertera pada tabel rekapitulasi

tanggapan responden mulai dari persentasi tertinggi pada indikator keunikan produk hingga tanggapan responden terendah pada indikator Harga bersaing, dikarenakan sebagian besar *coffee shop* masih terjadi perang harga dengan kompetitor lain atau dapat dikatakan *coffee shop* belum mampu percaya diri dengan penetapan harga diatas pasaran *coffee shop* lainnya.

4. Inovasi Model Bisnis terhadap kinerja UMKM Melalui keunggulan bersaing pada *Coffee shop* di Kota Bandung secara parsial dan simultan sebagai berikut :

- Inovasi Model Bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM pada *coffee shop* di kota Bandung
- Inovasi Model Bisnis berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada *coffee shop* di kota Bandung
- Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku usaha *Coffee shop* Di Kota Bandung.
- Terdapat pengaruh yang signifikan Inovasi Model bisnis terhadap Kinerja UMKM melalui Keunggulan Bersaing pada Pelaku usaha *Coffee shop* Di Kota Bandung.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi model bisnis terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing pada *coffee shop* di Kota Bandung diharapkan

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Inovasi model bisnis indikator penciptaan nilai merupakan terendah, dengan demikian diharapkan pelaku usaha untuk menciptakan nilai lebih mengembangkan, menyempurnakan serta mengevaluasi agar lebih unggul, beberapa cara dapat diimplementasikan seperti mengkreasikan nilai yang dibangun lebih diangkat pada konten media sosial yang fokus pada memperkenalkan atau mengangkat nilai di gagas agar penciptaan nilai tersebut agar bisa lebih unggul, penciptaan nilai yang di dukung oleh konten media social akan berpengaruh sangat baik pada pada pencapaian *coffee shop* sehingga akan terciptanya persepsi bahwa pada *coffee shop* tersebut memiliki nilai yang dibangun.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kinerja UMKM indikator Penjualan merupakan indikator terendah, dengan demikian maka diharapkan pelaku usaha harus membuat evaluasi baru dalam bisnisnya agar lebih stabil salah satu caranya untuk meningkatkan penjualannya yaitu mengevaluasi pada Manajemen pemasarannya, *coffee shop* diharapkan mengoptimalkan promosi dibantu dengan iklan berbayar media sosial diantaranya dengan *endorsement*, facebook ads dan instagram ads, karena hal ini mampu menjangkau banyak orang yang bisa melihat konten yang telah disajikan *coffee shop*, Cara ini sudah terbukti pada *coffee shop* yang sudah memiliki perkembangan lebih maju dalam upaya meningkatkan penjualannya.

3. Berdasarkan tanggapan responden keunggulan bersaing indikator harga bersaing merupakan indikator terendah, dengan demikian maka diharapkan pelaku usaha lebih mampu percaya diri dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang unggul dimiliki oleh *coffee shop* tersebut dan tidak akan terjadi perang harga jika *coffee shop* mampu lebih unggul dalam perspektif produk yang lebih inovatif, menarik, dan diangkat oleh kontennya, ataupun keindahan tempat yang dimiliki lebih dikembangkan, akan membuat tingkat kepercayaan diri yang lebih dan tidak mengikuti perang harga yang ada pada kompetitor disekitarnya.