

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh media sosial dan diferensiasi produk terhadap kinerja usaha, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden selaku pemilik usaha konveksi di Jalan Suci Kota Bandung mengenai pernyataan pada indikator variabel media sosial diperoleh hasil yang tergolong pada kategori **“Baik”**. Dengan kata lain kemampuan mayoritas responden dalam penelitian ini untuk memaksimalkan media sosial sebagai media promosi dinilai sudah baik. Dimana dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator **“membangun hubungan dan kepercayaan”** sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator **“kualitas konten”** dan **“integrasi dengan platform media lainnya”**. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pemilik usaha dalam mengembangkan kualitas atau bahan promosinya di media sosial masih perlu pembenahan sehingga dapat secara efektif menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan.
2. Tanggapan responden selaku pemilik usaha konveksi di Jalan Suci Kota Bandung mengenai pernyataan pada indikator variabel diferensiasi produk diperoleh hasil yang tergolong pada kategori **“Cukup Baik”**.

Dengan kata lain kemampuan mayoritas responden dalam penelitian ini untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang ditawarkannya dinilai sudah cukup baik. Dimana dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator “**mutu kesesuaian**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**bentuk**”. Hal ini menunjukkan bahwa di benak para konsumen masih terdapat kesamaan yang mencolok akan produk dikonveksi tersebut, dan hal ini dirasakan langsung oleh pemilik usaha yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

3. Tanggapan responden selaku pemilik usaha konveksi di Jalan Suci Kota Bandung mengenai pernyataan pada indikator variabel kinerja usaha diperoleh hasil yang tergolong pada kategori “**Baik**”. Dengan kata lain kemampuan mayoritas responden dalam mempertahankan dan memastikan kinerja usahanya dinilai sudah cukup baik. Dimana dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator “**produk unggulan**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**kualitas kerja**”. Hal ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa target dan tujuan perusahaan dirasa masih belum maksimal sehingga kurang berkualitas dan perlu pembenahan secepatnya.
4. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan,
  - a. Secara parsial peningkatan nilai pada variabel media sosial akan mempengaruhi kinerja usaha konveksi di Jalan Suci Kota Bandung dengan tingkat keeratan korelasi yang berada di kategori “ **cukup tinggi** “.

- b. Secara parsial peningkatan nilai pada variabel diferensiasi produk akan mempengaruhi kinerja usaha konveksi di Jalan Suci Kota Bandung dengan tingkat keeratan korelasi yang berada di kategori “**cukup tinggi**”.
- c. Secara bersama-sama variabel media sosial dan diferensiasi produk memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Artinya semakin tinggi pertambahan nilai pada variabel media sosial dan diferensiasi produk akan meningkatkan kinerja usaha konveksi di Jalan Suci Kota Bandung dengan tingkat keeratan korelasi yang berada di kategori “**tinggi**”.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

1. Promosi Media Sosial pada UKM Konveksi Suci termasuk dalam kategori kurang baik. Dikarenakan dalam hal promosi menggunakan media it masih banyak yang belum menguasai di bidang promosi tersebut. Oleh karena itu disarankan kepada kepala pemilik konveksi di suci lebih memanfaatkan promosi dengan media social agar lebih menjangkau banyak calon konsumen dengan memanfaatkan promosi melalui media online seperti kaskus, instagram, twitter dan juga marketplace yang sedang berkembang saat ini seperti bukalapak, tokopedia, shoppe agar perusahaan semakin

mudah mempromosikan produk mereka dan unggul dalam posisi persaingan.

2. Diferensiasi Produk pada UKM Konveksi Suci termasuk dalam kategori cukup baik. Namun dalam hal desain, model, bahan produk yang dihasilkan masih perlu diperbaiki oleh pemilik konveksi. Oleh karena itu disarankan kepada pemilik ukm untuk memperhatikan kualitas bahan, jahit, finishing pada produk yang nantinya akan diberikan kepada calon konsumen.
3. Kinerja Usaha pada Konveksi Suci termasuk dalam kategori yang masih kurang baik, dikarenakan hasil kerja dari setiap konveksi kurang baik sehingga hasil produk yang dihasilkan pun masih dalam kategori kurang baik. Oleh karena itu disarankan kepada pemilik UKM konveksi suci lebih memperhatikan kualitas hasil produk seperti detailing , jahitan, bahan baku, mesin jahit yang digunakan agar nantinya perusahaan dapat memiliki produk unggulan untuk bersaing dengan kompetitor.
4. Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Diferensiasi Produk pada Konveksi Suci bisa dibilang cukup baik, namun pada kondisi ini sebaiknya dimanfaatkan untuk merencanakan membuat produk unggulan yang berbeda dari pesaing dari segi kualitas bahan yang digunakan seperti memanfaatkan bahan kualitas terbaik, membuat produk baru yg fresh tidak kaku seperti memanfaatkan warna-warna baru pada produk yang dibuat, dan juga memperhatikan packaging dalam pengiriman. Kemudian pelayanan dengan menggunakan admin untuk melayani calon konsumen

dengan memanfaatkan media online guna meningkatkan diferensiasi produk dari konveksi suci.

5. Pengaruh Diferensiasi produk terhadap Kinerja Usaha pada UKM Konveksi Suci bisa dibilang sudah berjalan cukup baik, pada kondisi ini sebaiknya dimanfaatkan untuk lebih menciptakan diferensiasi produk yang tidak mudah ditiru dan daya tahan yang dapat bertahan lama sehingga umur dari produk yang dihasilkan bisa bertahan lama dan dapat meningkatkan kinerja usaha dari Konveksi Suci.
6. Pengaruh Kinerja Usaha terhadap Promosi Media Sosial pada UKM Konveksi Suci bisa dibilang sudah berjalan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh pihak Konveksi Suci agar dapat lebih memahami dalam hal kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan lagi promosi dengan memanfaatkan media social sehingga akan berdampak pada meningkatnya Promosi Media Sosial dari UKM Konveksi Suci.