BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap orientasi pasar pada perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai tinggi. Skor tertinggi terdapat pada indikator orientasi pesaing dan skor terendah terdapat pada indikator orientasi pelanggan.
2. Tanggapan responden terhadap inovasi produk pada perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai inovatif. Skor pada indikator inovasi produk mempunyai nilai yang sama yaitu indikator perluasan lini dan produk baru.
3. Keunggulan bersaing pada perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai unggul. Skor tertinggi terdapat pada indikator keunggulan posisi yaitu dan skor terendah terdapat pada indikator keunggulan sumber daya.
4. Orientasi pasar dan inovasi produk pada perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai baik. Skor tertinggi terdapat pada variabel orientasi pasar dengan persentase sebesar 60,3% dan skor terendah terdapat pada variabel inovasi produk dengan persentase sebesar 44,1%.

5. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung dengan persentase sebesar 75,9%, Sisanya sebesar 24.1% variabel keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti orientasi pembelajaran, kewirausahaan, kualitas produk, dll. Secara parsial variabel orientasi pasar memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung dengan persentase sebesar 46,4% dan yang diberikan oleh variabel inovasi produk mempunai pengaruh yang signifikan pula dengan persentase sebesar 29,5%.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis kepada pihak perusahaan Mekar Jaya Bandung yaitu:

1. Tanggapan responden terhadap orientasi pasar dinilai baik, namun perusahaan Mekar Jaya Bandung dalam memaksimalkan perluasan pasarnya perlu memperhatikan orientasi pelanggan yaitu dengan memahami kebutuhan pelanggannya. Dalam hal ini perusahaan Mekar Jaya Bandung harus meningkatkan penjualannya dengan cara melakukan survey ke lapangan secara teratur dan efektif agar perusahaan mendapatkan informasi yang jelas mengenai kebutuhan para pelanggannya.
2. Inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai baik. Namun perlu diperhatikan produk-produk baru yang diciptakan kurang

sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan Mekar Jaya perlu meningkatkan ide-ide yang lebih kreatif dalam menciptakan produk-produk unggulan yang diminati dan sesuai kebutuhan pelanggan.

3. Meskipun keunggulan bersaing pada perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai baik, sebaiknya dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan Mekar Jaya Bandung bisa dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki perusahaan yaitu sumber daya manusianya dengan dilakukannya pelatihan untuk meningkatkan kinerja dan ide-ide kreatif sehingga dapat menciptakan produk-produk inivasi yang unggul. Serta dapat memperluas pangsa pasar melalui media internet. Beberapa media pemasaran gratis yang dapat dimanfaatkan dalam internet seperti kaskus, Facebook, Tweeter, blogspot dan lain-lain.
4. Orientasi pasar dan inovasi produk yang dilakukan perusahaan Mekar Jaya Bandung dinilai baik, namun perlu peningkatan pada produk-produk baru yang harus diciptakan melalui survey kepada pelanggan agar diketahui produk yang diinginkan sehingga dapat memperluas pangsa pasar perusahaan.
5. Mengadakan penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti orientasi pembelajaran, diferensiasi produk, harga, kualitas produk dan lain-lain untuk meningkatkan kualitas, mutu dan keunggulan bersaing perusahaan Mekar Jaya Bandung.