

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan Diferensiasi Pelayanan (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis deskriptif sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Orientasi Pasar pada Kinerja Usaha Perjalanan Wisata di Bandung yang diukur menggunakan indikator Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, dan Koordinasi Antar Fungsi termasuk ke dalam kategori “Baik”. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator Koordinasi Antar Fungsi yang memiliki arti perusahaan sudah memiliki koordinasi yang baik di dalam perusahaannya. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator Orientasi Pesaing yang memiliki arti bahwa masih terdapat perusahaan yang terkendala dalam penerapan indikator orientasi pesaing, karena masih terdapat perusahaan yang tertinggal dari pesaingnya, baik dari segi teknologi seperti sistem pemesanan yang memudahkan pelanggan, pelayanan yang kurang inovatif dari pada pesaing, atau pun belum adanya tim untuk melihat perkembangan dari pesaing.

2. Dari analisis deskriptif sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Diferensiasi Pelayanan pada Kinerja Usaha Perjalanan Wisata di Bandung yang diukur menggunakan indikator Daya Tarik Khusus, Mutu Kesesuaian, serta Sulit Untuk Ditiru termasuk ke dalam kategori “Baik”. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator Daya

Tarik Khusus yang memiliki arti bahwa perusahaan memperhatikan bagaimana perusahaan dapat menarik pelanggan dengan pelayanan yang diberikan, serta dapat menjadikan perusahaan memiliki nilai tersendiri di mata pelanggan yaitu suatu perbedaan yang menjadikan perusahaan berbeda di mata pelanggan. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator Sulit untuk ditiru yang memiliki arti bahwa masih terdapat perusahaan yang belum memiliki suatu ciri khas yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Terutama pada pelayanan yang masih standar serta belum adanya inovasi-inovasi serta ide yang diberikan dalam sebuah pelayanan yang membuat pelayanan dari perusahaan tersebut berbeda dengan dengan yang lain dan sulit untuk ditiru atau diaplikasikan oleh pesaing.

3. Dari analisis deskriptif sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Kinerja Usaha Perjalanan Wisata di Bandung yang diukur menggunakan indikator Profitabilitas,

Jumlah Penjualan, dan Pertumbuhan Modal Usaha termasuk ke dalam kategori “Baik”. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator Jumlah Penjualan yang memiliki arti bahwa perusahaan memiliki jumlah penjualan yang sudah baik. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator Pertumbuhan Modal Usaha hal ini mengartikan bahwa masih terdapat perusahaan yang memiliki kendala dalam menumbuhkan modal usahanya, seperti halnya memiliki kendala dalam membuka cabang baru agar lebih dekat dengan pelanggan dan membuat layanan atau divisi baru atau pun layanan baru.

4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan Diferensiasi Pelayanan (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y) adalah sebagai berikut :
  - a. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Pasar (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y).
  - b. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Diferensiasi Pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y).
  - c. Dari hasil pengujian simultan dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan memiliki pengaruh yang kuat antara variabel Orientasi Pasar (X1), dan Diferensiasi Pelayanan (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang perlu untuk dipertimbangkan dalam penelitian Orientasi Pasar dan Diferensiasi Pelayanan terhadap Kinerja Usaha Perjalanan Wisata di Bandung yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel Orientasi Pasar pelaku usaha atau perusahaan disarankan untuk memperhatikan kembali bagaimana sistem yang sudah berjalan dan apabila pada perusahaan dan apabila memungkinkan untuk mengembangkan sistem tersebut agar memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan, kemudian perlu adanya pengamatan terhadap pesaing dengan bentuk adanya suatu tim khusus untuk melihat pergerakan dari pesaing untuk dengan tujuan untuk perusahaan dapat cepat bergerak apabila pesaing melakukan inovasi agar perusahaan mampu untuk terus unggul dan tidak tertinggal dari pesaingnya.
2. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel Diferensiasi Pelayanan pelaku usaha atau perusahaan disarankan untuk menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dengan menjaga kualitas pelayanan maka perusahaan pun akan mempunyai nilai lebih dari pelanggan yang nantinya akan menjadi suatu hal yang dapat perusahaan memiliki kinerja yang baik. Selain itu perusahaan disarankan untuk memiliki pelayanan yang menarik dan berbeda dengan yang lain, dengan cara memiliki tim *research & development* atau pun memiliki tim khusus untuk membahas mengenai inovasi serta pelayanan baru apa

yang kan diterapkan dalam perusahaan dikarenakan hal ini menjadi salah satu hal yang membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa dari perusahaan.

3. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel Kinerja Usaha pelaku usaha atau perusahaan disarankan untuk memiliki suatu keberanian untuk mengembangkan usahanya, keberanian untuk membuka cabang baru serta keberanian untuk membuka layanan divisi baru, sehingga dapat membuat perusahaan memiliki berbagai macam layanan. Hal tersebut dapat dikatakan tidak mudah namun akan berdampak baik bagi perusahaan serta menjadikan perusahaan semakin dekat dengan pelanggan, serta dampak positif yang lain adalah dapat membuka lapangan pekerjaan baru.
4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih baik dalam menerapkan Orientasi Pasar dan Diferensiasi Pelayanan terhadap Kinerja Usaha, sehingga penelitian variabel-variabel ini akan lebih sempurna.