

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi sebagai variabel intervening Pada UMKM *fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden UMKM *fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung mengenai variabel **“Orientasi Kewirausahaan”** tergolong pada kategori **“Sangat Baik”**. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada seluruh mitra usahanya dinilai sudah sangat baik mengenai variabel Orientasi Kewirausahaan yang didalamnya diukur melalui 4 (empat) indikator, yaitu Inovatif, berani mengambil risiko, proaktif dan agresif bersaing. **“inovatif”** memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori **“Sangat baik”**, dikarenakan mayoritas pelaku usaha telah melakukan atau menciptakan ide-ide yang kreatifnya untuk menghasilkan produk baru untuk usahanya, sedangkan **“Berani Mengambil risiko”** memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori **“baik”**, Secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu

diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal berani mengambil risiko pada UMKM fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. beberapa pelaku *Fashion* tidak mampu bersedia mengambil risiko kegagalan dalam melakukan usaha.

2. Tanggapan responden UMKM fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung mengenai variabel **“Keunggulan Bersaing”** tergolong pada kategori **“Baik”**. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal memberikan keunggulan bersaing pada seluruh mitra usahanya dinilai sudah baik mengenai variabel Keunggulan bersaing yang didalamnya diukur melalui 5 (lima) indikator, yaitu harga bersaing, eksplorasi peluang, pertahanan ancaman pesaing, fleksibilitas dan hubungan pelanggan. **“Hubungan Pelanggan”** memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori **“Sangat baik”**, mayoritas pelaku usaha sudah memiliki hubungan baik dengan pelanggan, dengan memiliki hubungan baik lebih mengetahui kebutuhan pelanggan dan dapat bersaing, sedangkan **“Harga Bersaing”** memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori **“baik”**, Secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal Harga bersaing pada UMKM fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Beberapa pelaku Fashion belum mampu bersedia menurunkan harga produk lebih rendah dari pesaing, pelaku usaha lebih memperbaiki kualitas produk sehingga pelaku usaha lebih mampu bersaing dengan kualitas dibandingkan dengan harga yang lebih rendah.

3. Tanggapan responden UMKM fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung mengenai variabel **“Inovasi”** tergolong pada kategori **“ Baik ”** Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal melakukan inovasi produk untuk kelangsungan hidup unit dan mitra usahanya dinilai sudah baik. Inovasi yang didalamnya diukur melalui 3 (tiga) indikator, yaitu perluasan produk, peniruan produk dan produk baru Indikator. **“perluasan produk”** memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori **“sangat baik”**, pelaku usaha sudah aktif melakukan pengembangan atas kualitas produk lama dan memabakan beberapa model terbaru dari produk lama, sedangkan **“produk baru”** memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori baik. Secara umum semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal mengembangkan dan membuat produk baru agar memiliki nilai lebih dibanding unit usaha lainnya yang sejenis, pihak UMKM fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung dirasa masih kurang dalam hal tersebut sehingga inovasi produk yang dilakukannya saat ini belum mampu menyaingi produk dari unit usaha lain yang sejenis untuk menguasai pasar dan benak konsmen.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Orientasi Kewirauahaan terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung.

5. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi pada UMKM Fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung.
6. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung.
7. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi sebagai variabel intervening, hal ini ditunjukkan dengan pengujian Sobel yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan memediasi dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi sebagai variabel intervening pada UMKM Fashion Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan inovasi sebagai variabel intervening pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Orientasi Kewirausahaan pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung termasuk dalam klasifikasi sangat baik, menandakan pelaku usaha

tersebut memiliki Orientasi Kewirausahaan yang sangat baik. Namun berani mengambil risiko belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku usaha, oleh karena itu sebaiknya UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung meningkatkan tingkat berani mengambil risiko ketingkat sangat baik, pelaku usaha harus berani mengambil risiko untuk menambahkan produk baru dengan mengamati pasar, agar konsumen tidak jenuh dengan adanya produk baru Dengan memperbaiki sifat berani mengambil risiko akan memperpanjang masa usaha. Para pelaku usaha tidak pernah tahu pekerjaan menakjubkan apa yang akan ditemukan dalam prosesnya.

2. Keunggulan bersaing pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung termasuk dalam klasifikasi baik, menandakan pelaku usaha tersebut memiliki keunggulan bersaing yang baik. Namun harga bersaing belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku usaha, oleh karena itu sebaiknya UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung meningkatkan tingkat keberanian dalam harga bersaing ketingkat sangat baik, Dengan mengevaluasi harga untuk bisa bersaing. Para pelaku usaha lebih memperbaiki kualitas produk sehingga pelaku usaha lebih mampu bersaing dengan kualitas produknya dibandingkan dengan harga yang lebih rendah. Akan lebih baik pelaku usaha mempertimbangkan harga yang lebih rendah karena konsumen akan mempertimbangkan harga walaupun perselisihan harga nya cuman sedikit dan juga kesesuaian harga dengan manfaat produkpun harus dilihat agar keunggulan bersaing dapat tercapai secara maksimal.

3. Inovasi pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung termasuk dalam klasifikasi baik, menandakan pelaku usaha tersebut memiliki Inovasi yang baik. Namun menghasilkan Produk baru belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku usaha, oleh karena itu sebaiknya UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung meningkatkan produk baru ketingkat sangat baik, Dengan menambah produk baru konsumen tidak akan jenuh dengan produk yang akan dijual karena ada rasa penasaran dari konsumen pada produk baru sehingga para konsumen akan mencari tahu bahkan akan membeli produk tersebut. Para pengusaha harus lebih teliti melihat produk sejenis yang sedang diminati oleh para konsumen dan melakukan pengembangan produk baru berdasarkan produk pesaing tersebut agar produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha selalu terbaru.
4. Pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung dapat dibilang baik, pada kondisi ini Pelaku usaha dituntut untuk melakukan peningkatan dan perbaikan usaha melalui keinovatifan dalam menghasilkan dan menciptakan produk yang kreatif, agresif dalam bersaing pelaku usaha aktif dalam mengamati pasar agar tidak tertinggal dari pesaing, dan proaktif dalam memasarkan produknya melalui pemasaran online seperti membuat unggahan video produk agar konsumen lebih tertarik dengan produk dan untuk dapat memberikan kontribusi terhadap keunggulan bersaing. Hal ini demi mencapai sebuah Keunggulan Bersaing di tengah perkembangan zaman yang semakin maju.

5. Pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung dapat dibilang baik, pada kondisi ini bisa di manfaatkan para pelaku usaha harus meningkatkan keinovatifan menghasilkan produk yang terkini dan berani untuk mengambil risiko pada produk dan usahanya sehingga pelaku usaha lebih bisa berinovasi. Selain itu, para pengusaha harus selalu mengikuti perkembangan jaman, mengetahui *trend* terkini karena bagaimanapun, fashion termasuk dalam bidang yang akan terus berkembang dan berubah sewaktu-waktu. Hal ini demi mencapai sebuah Inovasi di tengah persaingan yang semakin ketat.
6. Pengaruh antara Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung dapat dibilang baik, pada kondisi ini bisa di manfaatkan para pelaku usaha harus bisa mengamati pasar dan mengikuti permintaan pasar dalam mengembangkan dan menciptakan produk usahanya terhadap keunggulan bersaing. Selain itu Para pengusaha hendaknya sering mengikuti *workshop-worksop* atau seminar seputar *fashion* khususnya untuk menambah pengetahuan dan wawasan, bagaimana mengembangkan produk atau usahanya agar lebih baik lagi serta berkembang. Hal ini demi mencapai sebuah Keunggulan Bersaing.
7. Pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi sebagai variabel intervening pada UMKM *Fashion* Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung dapat dibilang baik, pada kondisi ini bisa di manfaatkan oleh para pelaku usaha sebaiknya bisa mencari peluang atau pangsa

pasar baru, berpromosi untuk memasarkan produknya sekaligus mempopulerkan produknya, tidak hanya sekedar menunggu konsumen datang ke toko/*showroom*. Hal itu dapat dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran, membuat *website*, berjualan online ataupun bekerjasama dengan pihak-pihak terkait/tertentu dan pelaku usahanya melalui pelatihan-pelatihan, berinovasi dan juga memperbaiki pelayanan yang disediakan untuk memuaskan para pelanggan untuk dapat bersaing dengan pelaku usahanya dan bisa menciptakan keunggulan bersaing.