BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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 pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada ukm celana jeans di Kabupaten Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut;

1. Orientasi Pasar yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan orientasi pemasaran. Indikator orientasi pemasaran memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator orientasi pelanggan memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan karena para pelaku usaha melihat bahwa adanya persaingan yang sangat ketat dalam melakukan pemasaran produk mereka dengan para pesaing. Ketika pengusaha tersebut mengubah strategi menjadi terfokus kepada pelanggan semata, mereka akan kehilangan momentum untuk mendapatkan segmentasi pasar yang tidak mereka fokuskan. Hal ini mengindikasikan perlu adanya perbaikan strategi pemasaran pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung.

2. Orientasi Kewirausahaan pada UKM celana jeans di Kabupaten Bandung ada dalam kategori cukup baik, terdiri dari 3 indikator yaitu keinovatifan, pengambilan resiko dan keproaktivan. Pengambilan resiko memperoleh persentase tinggi dengan kategori baik sedangkan indikator keproaktifan memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan para pelaku usaha yang sangat takut dalam mengambil resiko karna mereka takut rugi besar. Para pelaku usaha hanya berharap bisnis ini dapat membantu mereka hidup sehari-hari dengan tidak adanya ambisi yang besar kedepannya. Inovasi yang dimunculkan tidak terlalu signifikan sehingga pelaku usaha kalah saing dengan perusahaan lainnya.
3. Dari 3 indikator keunggulan bersaing, yaitu kualitas produk dan harga. Harga memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik. Sementara kualitas produk memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Hal ini dikarenakan harga produk dari perusahaan luar negara lebih murah dan dengan kualitas yang sesuai sedangkan produk lokal lebih mahal dari segi harga dan dari segi kualitas juga tidak dapat bersaing.
4. Secara parsial penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada ukm celana jeans di Kabupaten Bandung.

5. Secara parsial penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada ukm celana jeans di Kabupaten Bandung.
6. Secara simultan penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh antara orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada ukm celana jeans di Kabupaten Bandung.

5.2 Saran

1. Para pelaku usaha ukm celana jeans harus lebih giat dalam memasarkan produk mereka. Menggunakan strategi pemasaran yang agresif dan lebih memerhatikan kinerja karyawan demi tercapai hasil yang lebih baik lagi.

2. Resiko dalam berbisnis itu pasti ada dan tidak perlu ditakuti oleh pelaku usaha ukm celana jeans. Berani mengambil stok barang yang banyak dan memproduksi produk yang lebih inovatif dan unik, adalah langkah yang perlu diambil jika ingin mempunyai keunggulan bersaing.

3. Untuk mencapai suatu keunggulan dalam bersaing, pelaku usaha ukm celana jeans perlu menyesuaikan harga yang ditawarkan dengan daya beli masyarakat atau calon konsumen. Ketika ada barang yang lebih bagus dan murah, pastinya konsumen akan lebih tertarik. Membuat harga promosi berkala dan diskon ketika hari-hari tertentu adalah langkah yang perlu diambil untuk bersaing dengan produk impor.

4. Dalam mencapai keunggulan bersaing, pelaku usaha harus mempunyai orientasi pasar yang baik. Penguasaan pasar adalah dengan mengetahui kebutuhan konsumen dan trend yang diinginkan.

5. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan cara memiliki pemimpin yang berani mengambil resiko bisnis, yaitu berani mengambil langkah yang drastis demi peluang yang ada. Memastikan karyawan lebih proaktif dalam bekerja dapat menghasilkan output yang baik demi keunggulan bersaing.

6. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada ukm celana jeans di Kabupaten Bandung. Para pelaku usaha harus membuat strategi dalam mempertahankan pasar yang sudah ada dan mengembangkan pasar mereka ketika kondisi perusahaan mereka sudah mampu. Jangan terlalu pasif ketika ada peluang yang ada didepan mata. Manfaatkan pasar domestik dengan pola konsumen yang konsumtif, pelaku usaha harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan segmentasi pasar.