BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian yang berjudul Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pembelajaran dan Inovasi Produk Pada Pengusaha Pasar Bunga Wastukencana Bandung, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pembelajaran, inovasi produk dan keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung dinilai cukup baik.

   Orientasi Pembelajaran yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu Komitmen Belajar, Berbagi Visi, dan Keterbukaan Pemikiran. Indikator Komitmen Belajar memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Berbagi Visi memperoleh skor paling rendah dengan kategori kurang baik. Hal ini disebabkan karena setiap kali mereka mendapatkan keluhan dari konsumen, mereka menjadikan keluhan tersebut sebagai pembelajaran agar tidak terjadi kembali dikemudian hari tetapi mereka tidak miliki visi perusahaan karena sejak generasi-generasi sebelumnya mereka hanya berpikiran bagaimana caranya berjualan dengan mendapatkan untung tanpa memikirkan masa depan perusahaannya.

Inovasi Produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu Perluasan Produk, Peniruan Produk, dan Produk Baru. Indikator Peniruan Produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Produk Baru memperoleh skor paling rendah dengan kategori kurang baik. Hal ini disebabkan karena jenis produk yang mereka hasilkan sama, maka toko bunga lain pun membuat produk yang sama dan hal ini juga disebabkan karena pemilik toko juga bingung dan tidak memiliki ide atau inspirasi untuk menciptakan inovasi baru pada bunga papannya sehingga perusahaan tidak memiliki inovasi baru pada bunga papannya.

Keunggulan Bersaing yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu Keunikan Produk, Kualitas Produk, dan Harga. Indikator Kualitas Produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Harga memperoleh skor paling rendah dengan kategori kurang baik. Hal ini disebabkan karena di pasar bunga Wastukencana Bandung, setiap pemilik toko memang menggunakan kualitas yang bagus untuk bahan bakunya tetapi harganya di setiap toko bunga berbeda-beda padahal jenis produk dan variasinya sama saja dengan yang dibuat oleh pesaingnya.

2. Secara parsial, penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung.

3. Secara parsial, penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung.
4. Secara simultan, penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pembelajaran dan Inovasi Produk pada Pengusaha Pasar Bunga Wastukencana Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh pemilik toko:

1. Pemilik toko sebaiknya dapat mengimplementasikan orientasi pembelajarannya pada perusahaan karena tidak adanya visi dalam sebuah perusahaan dapat membuat proses pertukaran pemikiran antara karyawan dan pemilik toko menjadi terhambat. Inovasi produk juga perlu dilakukan mengingat sejak tahun 1990 hingga sekarang (2018) hanya melakukan satu kali inovasi padahal zaman terus berkembang dan perusahaan harus mengikuti perkembangan terbaru atau yang sedang *trend* saat ini. Keunggulan bersaing akan sangat mudah dicapai jika produk yang

perusahaan ciptakan atau inovasikan memiliki keunikan tersendiri dengan kualitas dan harga yang ramah di kantong.

2. Orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan memiliki pemikiran terbuka antara karyawan dengan pemilik toko dapat dipastikan bahwa nantinya karyawan dan pemilik toko akan menjadi lebih proaktif dalam menjalankan usaha bunga ini. Sebaiknya pemilik toko juga menetapkan visi dan misi perusahaan bukan hanya sekedar untuk jualan saja melainkan pemilik toko harus memikirkan masa depan perusahaannya agar tetap unggul dari pesaingnya, akan menjadi lebih baik lagi jika pemilik toko mau mendengarkan pendapat dan bertukar pemikirian dengan karyawannya.
3. Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Mengingat bunga papan menjadi tulang punggung dalam usaha karangan bunga ini, maka sebaiknya pemilik toko melakukan inovasi pada bunga papan dengan cara membuat desain semenarik mungkin dengan menggunakan gambar dan gaya tulisan yang berbeda atau sedang *trend* saat ini, juga menggunakan warna-warna yang menarik dan berbeda dari pesaing. Hal ini dapat mendukung perusahaan unggul dalam bersaing karena perusahaan nantinya memiliki ciri khas tersendiri pada produk bunga papannya. Perusahaan juga sebaiknya meninggalkan pemikiran lama bahwa "warna terang adalah warna yang menarik perhatian" karena tidak selamanya warna terang itu adalah warna yang menarik, maka sebaiknya perusahaan lebih

mengeksplorasi lagi warna-warna yang cocok dan unik untuk produk bunga papannya.

4. Orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Para pemilik toko sebaiknya memiliki strategi baru agar mereka dapat menciptakan produk baru yang belum pernah dimiliki oleh pesaing mana pun. Maka dari itu keterbukaan pemikiran sangat diperlukan agar karyawan dan pemilik toko dapat berpikir bersama bagaimana cara untuk menciptakan produk baru atau pun melakukan inovasi pada produk bunga papannya. Sebaiknya manfaatkan media sosial untuk mencari referensi dan targetkan juga kepada kalangan muda agar produk baru atau inovasi pada bunga papan tersebut bisa dapat menyebar dengan cepat di media sosial.