BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Kuro-Kuro Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden selaku mitra usaha/pengusaha di Kuro-Kuro Bandung mengenai variabel orientasi kewirausahaan tergolong pada kategori **“ Baik ”**. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada seluruh mitra usahanya dinilai sudah **baik**. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “ **pengambilan resiko** ” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “ **keproaktivan** ”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal menanamkan nilai pro aktiv pada mitra usahanya. Pihak Kuro-Kuro Bandung dirasa masih kurang menanamkan nilai tersebut sehingga orientasi kewirausahaan para mitra usahanya sebagai pengusaha dinilai masih sangat rendah. Dengan kata lain kemampuan pihak Kuro-Kuro Bandung dalam menguasai pasar dan benak konsumen masih rendah dikarenakan belum memiliki nilai lebih pada produk-produk yang dimilikinya saat ini.

2. Tanggapan responden selaku mitra usaha/pengusaha di Kuro-Kuro Bandung mengenai variabel inovasi produk tergolong pada kategori **“ Baik ”**. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal melakukan inovasi produk untuk kelangsungan hidup unit dan mitra usahanya dinilai sudah baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “ **perluasan produk** ” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “ **peniruan produk** ”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal mengembangkan produk agar memiliki nilai lebih dibanding unit usaha lainnya yang sejenis, pihak Kuro-Kuro 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.
3. Tanggapan responden selaku mitra usaha/pengusaha di Kuro-Kuro 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. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “ **biaya / harga** ” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “ **keunikan produk** ”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal memberikan ciri khas

produk dan terobosan baru dibandingkan pesaingnya yang lain, pihak Kuro-Kuro Bandung dirasa masih kurang dalam hal tersebut sehingga keunggulan bersaing yang dimiliki para mitra usahanya sebagai pengusaha dinilai masih rendah.

4. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan :

   a. Secara parsial peningkatan nilai pada variabel orientasi kewirausahaan akan mempengaruhi perubahan nilai pada variabel keunggulan bersaing. Sedangkan besaran pengaruhnya yakni sebesar **8,30 %** dengan tingkat keeratan yang berada di kategori **“ moderat / cukup tinggi “**.

   b. Secara parsial peningkatan nilai pada variabel inovasi produk akan mempengaruhi perubahan nilai pada variabel keunggulan bersaing. Sedangkan besaran pengaruhnya yakni sebesar **48,60 %** dengan tingkat keeratan yang berada di kategori **“ tinggi “**.

   c. Secara bersama-sama variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing. Artinya semakin tinggi pertambahan nilai pada variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk akan mempengaruhi perubahan nilai pada variabel keunggulan bersaing dengan besaran pengaruh sebesar **56,90 %** dan tingkat keeratan korelasi yang berada di kategori “ **tinggi** ”.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

- Keproaktifan yang dimiliki para pengusaha Kuro-Kuro Bandung berada pada tingkat cukup baik / cukup proaktif maka akan lebih baik jika pengusaha Kuro-Kuro Bandung meningkatkan tingkat keproaktifan ke tingkat cukup baik / cukup proaktif .
- Peniruan Produk di Kuro-Kuro Bandung berada pada tingkat kurang baik maka para pengusaha harus lebih teliti melihat produk sejenis yang sedang diminati oleh para konsumen dan melakukan pengembangan produk berdasarkan produk pesaing tersebut.
- Keunikan Produk Kuro-Kuro Bandung berada pada tingkat kurang baik maka para pengusaha harus lebih kreatif dalam menciptakan keunikan pada produk yang Kuro-Kuro Bandung tawarkan.

5.2.2 Saran Akademis

- Bagi Peneliti Selanjutnya

  Karena penelitian ini terbatas hanya pada kuro-kuro bandung dan penelitian ini juga terbatas hanya untuk keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk. Ditujukan pada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambah variabel

yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu yang paling relevan orientasi pasar. Serta melakukan penelitian pada usaha di sektor kuliner khususnya roti bakar dan roti kukus seperti rokuba, om gembul dan master chef.