

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang diadakan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada perusahaan jasa pesta pernikahan di Sumatera Barat. Kuesioner disebarakan secara *online* dan *offline*. Penelitian ini diadakan untuk menyelidiki bagaimana orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja. Inovasi adalah mediator dari hubungan ini. Perdebatan yang ditawarkan sebelumnya untuk menghadirkan jawaban atas tantangan penelitian ini dari tujuh hipotesis yang ada saat ini mengungkapkan bahwa ada satu hipotesis yang ditolak dan enam hipotesis yang disetujui. Setelah melakukan penelitian terhadap jasa bisnis pesta di Sumatera Barat, berikut ini adalah uraian temuan yang ditemukan sebagai hasil dari kesimpulan yang dicapai oleh penelitian:

1. Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja jasa usaha pesta di Sumatera Barat, dapat dimaknai bahwa jika terjadi peningkatan pada orientasi pasar maka kinerja jasa usaha pesta di Sumatera Barat juga akan mengalami peningkatan yang signifikan.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja jasa usaha pesta di Sumatera Barat. Hal itu diartikan meskipun orientasi kewirausahaan memiliki potensi untuk memaksimalkan kinerja usaha jasa pesta di Sumatera Barat,

pengaruhnya mungkin tereduksi oleh faktor-faktor yang lebih dominan.

3. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi pada jasa usaha pesta di Sumatera Barat, hal ini menunjukkan bahwa penyedia jasa mampu menyesuaikan layanan dengan harapan pelanggan akan lebih berhasil menciptakan solusi inovatif yang memenuhi permintaan pasar, sehingga memaksimalkan daya saing dan kinerja mereka di industri pernikahan.

4. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi pada usaha jasa pesta di Sumatera Barat menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kewirausahaan suatu usaha, maka semakin besar kemampuannya untuk berinovasi.

5. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja jasa usaha pesta di Sumatera Barat menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan oleh usaha, maka semakin baik pula kinerja usaha tersebut. Dengan menerapkan inovasi secara berkelanjutan, perusahaan mampu menarik lebih banyak konsumen, memaksimalkan kepuasan pelanggan, dan membedakan diri dari kompetitor.

6. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja melalui inovasi sebagai variabel mediasi dapat diartikan bahwa perusahaan yang secara konsisten fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan (orientasi pasar) akan lebih mudah menciptakan inovasi yang relevan. Oleh karena itu, inovasi dalam penelitian ini berfungsi sebagai penghubung antara orientasi pasar dan

peningkatan Kinerja usaha, membuat perusahaan lebih responsif dan adaptif terhadap perubahan pasar yang pada akhirnya berdampak positif pada keberhasilan perusahaan.

7. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja melalui inovasi sebagai variabel mediasi. Maknanya ialah perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung menghasilkan inovasi yang signifikan. Inovasi ini yang menjadi penghubung atau perantara yang memaksimalkan Kinerja usaha.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti sampai pada kesimpulan bahwa temuan penelitian tidak lengkap dan memiliki banyak kekurangan, yang mempengaruhi temuan yang dinantikan. Oleh karena itu, dinantikan bahwa keterbatasan ini akan menghadirkan informasi atau insight kepada penelitian lain yang tertarik dengan masalah yang sama seperti penelitian ini. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada faktor-faktor eksternal seperti terbatas pada sampel tertentu, sehingga hasil penelitian tidak dapat di generalisasi secara luas di Sumatera Barat.
2. Kurangnya pemahaman responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam mengisi kuesioner untuk menjawab semua pernyataan yang ada menjadi kendala dalam penelitian ini. Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya mengumpulkan data melalui kuesioner. hal ini

memungkinkan terjadinya bias responden. pelaku usaha cenderung menghadirkan jawaban yang dianggap “benar” atau sesuai ekspektasi sosial, bukan berdasarkan realita operasional bisnis mereka, hal ini dapat mengurangi validitas hasil penelitian.

5.3 Implikasi Penelitian

1. Melakukan inovasi dalam strategi differensiasi yang diterapkan oleh penyedia jasa pesta. Misalnya, dalam vendor catering mengubah menu makanan pokok seperti nasi dengan makanan berbahan pokok lain seperti pasta, kentang, bubur, atau mie. Atau mengubah souvenir pernikahan dari yang awalnya benda-benda konvensional menjadi sayuran yang dapat memberikan pengalaman yang lebih unik dan menarik bagi pelanggan. Penelitian ini dapat mengarah pada pemahaman lebih mengenai preferensi konsumen terhadap variasi produk dalam acara pesta, serta dampaknya terhadap daya tarik dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, usaha jasa pesta pernikahan mampu menyesuaikan diri dengan tren dan selera individu pelanggan melalui differensiasi produk yang berpotensi meningkatkan daya saing dan keberhasilan pasar yang semakin kompetitif. Mengadaptasi penawaran produk dan layanan, memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi dan mempertahankan daya saing di pasar.
2. Membangun sistem pengumpulan dan analisis pasar yang efektif. Pemilik usaha harus mempercepat proses pengumpulan data atau umpan balik dari pelanggan. Hal ini bisa dilakukan melalui survei pasca acara, wawancara langsung dengan pelanggan, atau bahkan dengan

pemanfaatan media sosial untuk mengetahui tren dan keinginan pelanggan secara real time. Upaya yang dilakukan misalnya pemilik usaha dapat menggunakan platform digital untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk memperoleh data pasar. Misalnya menggunakan sosial media (instagram) untuk memberikan polling, tanya jawab (QnA) tentang tren atau layanan yang diinginkan pelanggan.

3. Memaksimalkan pemanfaatan media digital sebagai platform utama dalam strategi pemasaran, untuk tidak hanya mempromosikan layanan tetapi juga menciptakan ruang interaksi langsung antara penyedia jasa dan calon pengantin. Dengan memanfaatkan berbagai media seperti media sosial, situs web, dan aplikasi berbasis digital, usaha jasa pesta dapat membangun hubungan yang lebih personal dan responsif dengan pelanggan. Selain itu, penggunaan konten visual yang menarik, seperti video testimoni, galeri foto portofolio, dan tutorial interaktif dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan calon pengantin.

5.4

Saran

Adapun berikut saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan hasil dari penelitian ini:

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel yang digunakan agar lebih representatif terhadap populasi usaha yang lebih luas.
2. Pengukuran untuk variabel utama seperti inovasi dan orientasi kewirausahaan harus ditingkatkan menggunakan data yang lebih objektif dan metode pengukuran yang lebih valid.

3. Penelitian mendatang harus mengeksplorasi peran variabel potensial lainnya, seperti budaya organisasi, service quality, dan firm resources yang dapat mempengaruhi hubungan antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja usaha.

