

## BAB V

### PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum dan membahas tujuan penelitian, tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

#### 5.1 Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap pemilik UMKM manufaktur yang ada di Kota Padang sebanyak 125 kuesioner. Seperti yang telah di jelaskan dalam bab-bab sebelumnya, ada hipotesis yang di ajukan dan hasil menunjukkan bahwa ke 4 hipotesis tersebut hasilnya signifikan. Serta semua hipotesis adalah jawaban dari pernyataan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan SmartPLS 3.0 menyimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji hipotesis, orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui

peneliti memiliki persepsi yang baik terhadap orientasi pasar maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing pada usaha mereka.

2. Berdasarkan uji hipotesis, orientasi pasar terhadap inovasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti memiliki orientasi pasar yang baik sehingga menciptakan inovasi produk yang baik juga pada usaha mereka.
3. Berdasarkan uji hipotesis, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa respon yang ditemui peneliti memiliki inovasi produk yang sangat baik sehingga semakin baik juga keunggulan bersaing pada usaha yang ada.
4. Berdasarkan uji hipotesis. Orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing yang di mediasi oleh inovasi produk. Hubungan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing semakin baik ketika di mediasi oleh inovasi produk yang dilakukan dalam usaha.

## 5.2 Implikasi Penelitian

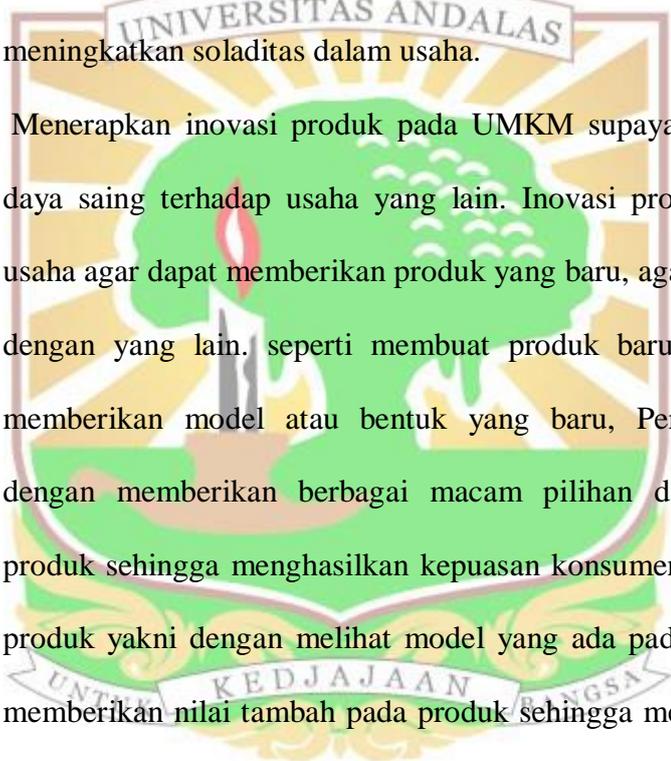
Berikut merupakan implikasi penting dalam penelitian ini :

1. Bagi pelaku usaha

Bagi pemilik UMKM sektor manufaktur di Kota Padang implikasi dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. UMKM dapat menganalisa orientasi pasar seperti orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi interfunksional. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi setiap tindakan yang akan

dilakukan dalam membuat sebuah perencanaan. Orientasi pasar dapat membantu UMKM untuk dapat meningkatkan persaingan yang ada di lingkungan usaha, dengan cara melihat yang dilakukan pesaing yang dapat membuat usaha lebih baik. Serta dapat membuat sesuatu perubahan dengan melihat perubahan selera pasar yang ada, sehingga membuat usaha dapat terus berkembang. Serta diperlukannya koordinasi yang ada dalam usaha sehingga meningkatkan soladitas dalam usaha.

- 
- b. Menerapkan inovasi produk pada UMKM supaya meningkatkan daya saing terhadap usaha yang lain. Inovasi produk membantu usaha agar dapat memberikan produk yang baru, agar menjadi beda dengan yang lain. seperti membuat produk baru yakni dengan memberikan model atau bentuk yang baru, Perluasan produk dengan memberikan berbagai macam pilihan dalam membuat produk sehingga menghasilkan kepuasan konsumen, dan peniruan produk yakni dengan melihat model yang ada pada pasaran serta memberikan nilai tambah pada produk sehingga menjadi pembeda usaha.
- c. Keunggulan bersaing pada UMKM sektor manufaktur dapat ditingkatkan melalui harga bersaing seperti membuat harga produk yang dapat bersaing yang ada di pasar, sehingga membuat usaha lebih bisa bersaing dengan pesaing. Kemudian meningkatkan kualitas produk dengan membuat produk dengan kualitas yang

sesuai dengan spesifikasi yang ada dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga bisa memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya terdapatnya keunikan produk yang menjadikan perbedaan produk usaha yang dijalankan dengan usaha pesaing yang hampir sama, sehingga membuat usaha dapat dikenal oleh konsumen.

## 2. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan referensi dan guna sebagai dasar dalam proses pengambilan kebijakan mengenai peningkatan bersaing UMKM serta membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi terutama UMKM sektor manufaktur di Kota Padang. Contohnya memberikan sosialisasi dan pelatihan terhadap pemilik usaha manufaktur untuk menekankan pentingnya orientasi pasar dan inovasi produk agar dapat bersaing, serta adanya bantuan dari universitas untuk dapat membantu pada UMKM agar meningkatnya daya saing usaha.

## 3. Bagi literatur dan area penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan maupun referensi bagi peneliti dalam meneliti dan menganalisis orientasi pasar terhadap inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM sektor manufaktur khususnya dalam jenis usaha kuliner, industri makanan ringan (IMR) dan industri kerajinan tangan (IKT).

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa terdapat adanya keterbatasan yang mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Sehingga penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna. Oleh karena itu, diharapkan kepada peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan topik yang sama dapat lebih memperhatikan keterbatasan-keterbatasan yang ada agar mampu memberikan hasil penelitian yang lebih baik untuk dimasa yang akan datang. Berikut beberapa keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Peneliti hanya menganalisis tiga variabel yang mempengaruhi niat perilaku yaitu orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing.
2. Data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas, karena hanya menggunakan kuantitatif dari kuesioner yang diisi oleh responden yang sesuai kriteria yaitu UMKM sektor manufaktur yang ada di Kota Padang dengan sampel usaha kuliner, industri makanan ringan (IMR) dan industri kerajinan tangan (IKT). Data untuk UMKM di Kota Padang hanya dari 2014 sampai 2017 disebabkan karena data yang tersedia pada bps belum ada pembaharuan, sehingga data hanya 4 tahun yakni sampai 2017.
3. Jumlah responden yang digunakan oleh peneliti terbatas, yaitu sebanyak 125 UMKM sektor manufaktur, sehingga belum menggambarkan keseluruhan UMKM sektor manufaktur di Kota Padang.
4. Waktu dan tenaga yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengelola data dalam penelitian ini terbatas.

- Objek yang diteliti hanya sektor manufaktur yang bergerak pada usaha kuliner, industri makanan ringan (IMR) dan industri kerajinan tangan (IKT). Sehingga belum bisa memberikan seluruh gambaran sektor manufaktur pada usaha manufaktur lainnya.

#### 5.4 Saran

Berikut adalah saran bagi akademis dan praktik yang akan datang melakukan penelitian selanjutnya :

- Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain yang bisa mempengaruhi keunggulan bersaing yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya : orientasi teknologi, orientasi kewirausahaan, kinerja pemasaran, dan kreativitas strategi pemasaran.
- Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas dan memperbanyak sumber data, tidak hanya data kuantitatif dari kuesioner, namun juga menambahkan data yang diperoleh dari metode lainnya seperti wawancara dan sebagainya.
- Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang menjadi responden sehingga hasil penelitian yang didapatkan bisa lebih baik.
- Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan waktu dan tenaga dengan lebih baik agar mencapai hasil yang lebih baik juga.
- Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti objek yang berbeda. Misalnya pada UMKM bidang jasa, perhiasan, kopi, songket, Sulaman, dan kulit.