

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *entrepreneurial orientation*, *customer orientation* dan *technology orientation* berpengaruh signifikan terhadap *sales and business development* pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang dalam masa COVID-19. Namun pada analisis *customer orientation* tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap *sales and business development* pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang dalam masa COVID-19.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online kepada 100 UMKM sektor kuliner di Kota Padang, kuesioner diberikan kepada pemilik UMKM sektor kuliner di Kota Padang yang terdampak COVID-19. Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *entrepreneurial orientation* memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *sales and business development* pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang mempunyai *entrepreneurial orientation* yang kuat akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi yang lebih kuat dan lebih berani dalam pengambilan risiko, sehingga akan berpengaruh pada *sales and business development*. *Entrepreneurial orientation* sebagai budaya yang paling efektif dan efisien untuk bertindak dalam menciptakan perilaku-perilaku yang mempunyai nilai kebermanfaatannya bagi konsumen dan menghasilkan kinerja yang bermanfaat bagi perusahaan atau UMKM.
2. Variabel *customer orientation* memperlihatkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap *sales and business development* pada UMKM sektor kuliner di

Kota Padang pada penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa orientasi pelanggan pada masa COVID-19 tidak berpengaruh pada penjualan dan citra perusahaan. Hal ini dikarenakan 2 dari 4 pernyataan, masih terdapat 15% responden UMKM yang menjawab ragu-ragu dan tidak setuju. 2 pernyataan tersebut yaitu pengukuran kepuasan dan keluhan pelanggan. Artinya, dari beberapa UMKM masih tidak memberikan perhatian pada pengukuran kepuasan pelanggan dalam menghadapi pandemi COVID-19. Selain itu, dengan adanya kebijakan dari pemerintah yang memberlakukan *physical distancing* dan *work from home* (WFH) untuk mencegah penyebaran COVID-19, sehingga pelanggan lebih cenderung membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan fokus pada pelayanan. Hal ini juga bisa disebabkan oleh kondisi pada saat pemilik UMKM meminta tanggapan pada pelanggan terhadap service dan produk dari UMKM pelanggan cenderung memberi jawaban baik sehingga akan menimbulkan bias.

3. Variabel *technological orientation* memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *sales and business development* pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi teknologipada masa COVID-19 menjadi strategi yang digalakkan UMKM untuk meningkatkan *sales and business development*. UMKM yang menggabungkan inovasi nilai pelanggan dengan inovasi teknologi memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pengembalian dan kinerja yang baik. Diterapkannya *technological orientation* membuat manajemen akan lebih mudah mengkomunikasikan, mendistribusikan dan memasarkan produk mereka kepada pelanggan yang lebih luas dan banyak dengan biaya dan waktu yang efisien, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi yang diperoleh bagi UMKM sub sektor kuliner di Kota Padang dengan tujuan untuk beradaptasi dan menghadapi pandemi COVID-19. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa implikasi yaitu:

- Implikasi terkait variabel *Customer Orientation*

Walaupun *customer orientation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *sales and business development*, tetapi hal ini lebih hanya disebabkan karena adanya pandemi COVID-19. Diyakini setelah pandemi persaingan akan kembali normal. Sehingga *customer orientation* akan kembali berpengaruh signifikan terhadap *sales and business development*. Karena itu UMKM sub sektor kuliner dituntut tetap menerapkan *customer orientation* pada saat pandemi supaya setelah pandemi berakhir UMKM tetap dicari pelanggan.

UMKM sub sektor kuliner di Kota Padang terus senantiasa memperbaiki dan memperhatikan *customer orientation* agar dapat mempengaruhi *sales and business development* UMKM tersebut dalam masa pandemi COVID-19. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis dalam memperhatikan *customer orientation* yaitu melalui media sosial.

Melalui media sosial pelaku bisnis dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan, dan terus update mengenai UMKM dimana ini akan memastikan UMKM masih berada pada lingkaran pelanggan sehingga akan menjaring pelanggan baru. Dengan ini juga UMKM akan memiliki pengetahuan terhadap produk apa yang sedang dibutuhkan pelanggan pada masa pandemi.

- Implikasi terkait variabel *Entrepreneurial Orientation*

UMKM sub sektor kuliner di Kota Padang diharapkan juga terus mempertahankan *entrepreneurial orientation* dan *technological orientation* agar dapat mempengaruhi *sales and business development* UMKM tersebut dalam masa pandemi COVID-19. Pelaku bisnis perlu meningkatkan kemampuan inovasi dan kreativitas dikarenakan mereka mengalami situasi bisnis yang sangat jauh berbeda dari biasanya. Inovasi yang dapat dilakukan dengan cara gencar melakukan penjualan melalui media sosial dengan menerapkan protokol kesehatan secara ketat hal ini akan membuat pelanggan tetap bias membeli produk dari UMKM yang ditawarkan. Selanjutnya inovasi yang dapat dilakukan dengan mencoba menawarkan produk berupa frozen food sebagai varian terbaru agar tetap dapat menjaga pertumbuhan bisnis selama pandemi COVID-19.

- Implikasi terkait variabel *Technological Orientation*

Peningkatan *technological orientation* akan berdampak signifikan terhadap pengembangan usaha. Karena itu penggunaan saluran digital seperti web, media social, system informasi, e-payment akan sangat membantu usaha UMKM sub sektor kuliner khususnya dalam mengembangkan bisnis pada masa pandemi.

Berdasarkan respon dari responden ditemukan beberapa hal yang dapat menjadi saran oleh UMKM sub sektor kuliner di Kota Padang, antara lain:

- a. Meningkatkan pemasaran yang interaktif dan kreatif melalui sosial media serta kerjasama dengan pihak layanan pesan antar (*delivery*) dapat menjadi solusi pemasaran pada masa COVID-19.
- b. Kemudahan dalam menjalankan transaksi dapat menentukan untuk pemasaran sebuah usaha

- c. Pemberian insentif oleh pemerintah baik pusat maupun daerah kepada UMKM yang terdampak.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil dari penelitian ini tidak sempurna dan mempunyai keterbatasan yang berada di luar kemampuan peneliti. Oleh karena itu, keterbatasan dari penelitian ini dapat diperhatikan untuk penelitian yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Peneliti hanya mempertimbangkan 3 variabel independen yaitu *entrepreneurial orientation*, *customer orientation*, dan *technology orientation* dan variabel dependen *sales and business development*. Objek yang dipilih oleh peneliti adalah UMKM sektor kuliner di Kota Padang.
2. Peneliti hanya melakukan penelitian pada UMKM sektor kuliner. Hal ini sangat terbatas jika dibandingkan dengan banyaknya sektor UMKM yang ada.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Cakupan wilayah yang dipilih pada penelitian selanjutnya diharapkan lebih diperluas lagi, sehingga tingkat generalisasinya lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berkaitan dengan *sales and business development*.
3. Diharapkan pada penelitian yang akan datang untuk meneliti sektor UMKM lainnya yang terdampak COVID-19.

4. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan dampak sebelum dan sesudah COVID-19 terhadap UMKM.

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang, sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi peneliti yang berminat membahas mengenai *entrepreneurial orientation*, *customer orientation*, dan *technological orientation* terhadap *sales and business development* pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang pada masa COVID-19

