

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku IKM Cake dan Bakery di Kabupaten Kuningan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Orientasi pasar, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada IKM cake dan bakery artinya orientasi pasar, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan berperan dalam keunggulan bersaing.
- b. Orientasi pasar berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing pada IKM cake dan bakery artinya kenaikan orientasi pasar tidak akan meningkatkan keunggulan bersaing.
- c. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada IKM cake dan bakery. Artinya semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi keunggulan bersaingnya.
- d. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada IKM cake dan bakery. Artinya semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi keunggulan bersaingnya.

#### **1.2 Saran**

Adapun saran-saran atau masukan dari hasil penelitian ini dan yang diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terlibat, diantara lain adalah :

- a. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi para pelaku IKM dan pembuat kebijakan. Bagi pelaku usaha, penting untuk tidak hanya memahami orientasi pasar secara teoritis, tetapi juga menerapkannya secara konsisten dalam operasional bisnis sehari-hari. Hal ini mencakup

pengumpulan informasi pasar, analisis kebutuhan konsumen, pemantauan kompetitor, serta penguatan koordinasi lintas fungsi dalam organisasi.

- b. Perusahaan dapat menciptakan produk rasa khas dan unik yang tidak dimiliki oleh pesaing dan mencoba membuat varian yang tersedia dalam jangka waktu tertentu saja sehingga muncul minat beli.
- c. Perusahaan setidaknya mempunyai 3 pemasok alternatif berbeda dan mempersiapkan bahan baku dalam jumlah tertentu untuk menghindari barang susah didapat atau mungkin harga mahal.

### **1.3 Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan penelitian ini, orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sehingga penelitian selanjutnya dapat melakukan pengujian ulang dengan variabel *independent* yang berbeda seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, *digital marketing*, dan lain sebagainya.