

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dengan inovasi produk sebagai variabel mediasi pada kedai kopi di Jakarta maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar dengan inovasi produk. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil perhitungan *Path Coefficient* dengan nilai *original sample* 0,333, *t-statistics* 2,548 > 1,96 dan nilai *P Values* 0,011 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, semakin kedai kopi memperhatikan kondisi dan keinginan pasar, maka akan lebih memudahkan kedai kopi dalam melakukan sebuah inovasi.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan inovasi produk. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil perhitungan *Path Coefficient* yang ditunjukkan dengan nilai *original sample* 0,549, *t-statistics* 3,857 > 1,96 dan nilai *P Values* 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, semakin kedai kopi memahami strategi dan gagasan usahanya, maka akan lebih memudahkan kedai kopi dalam melakukan sebuah inovasi.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil perhitungan *Path Coefficient* yang ditunjukkan dengan nilai *original sample* 0,304, *t-*

*statistics*  $2,803 > 1,96$  dan nilai *P Values*  $0,005 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, sebuah kedai kopi yang mampu melakukan inovasi produk dengan efektif dan efisien maka akan memiliki nilai yang lebih unggul dibandingkan kedai kopi lainnya.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil perhitungan *Path Coeficient* dengan nilai *original sample*  $0,284$ , *t-statistics*  $2,233 > 1,96$  dan nilai *P Values*  $0,026 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, suatu kedai kopi dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya ketika mampu melakukan kegiatan usaha atas kebutuhan dan keinginan pasar.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil perhitungan *Path Coeficient* dengan nilai *original sample*  $0,357$ , *t-statistics*  $3,129 > 1,96$  dan nilai *P Values*  $0,002 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, ketika sebuah usaha mampu mengenali jati diri dari usahanya maka akan lebih mampu mengelola usaha dengan tujuan menjadikan unggul dan pilihan dari para pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing melalui inovasi produk. Nilai *t-statistics* pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebesar  $2,073$  lebih kecil dibandingkan dengan nilai *t-statistics* pengaruh

orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing secara langsung. Maka dapat disimpulkan jika pengaruh orientasi pasar akan lebih besar ketika dihubungkan secara langsung tanpa melalui variabel mediasi.

7. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing melalui inovasi produk. Nilai *t-statistics* pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebesar 1,977 lebih kecil dibandingkan dengan nilai *t-statistics* pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing secara langsung. Maka dapat disimpulkan jika pengaruh orientasi kewirausahaan akan lebih besar ketika dihubungkan secara langsung tanpa melalui variabel mediasi.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat diketahui apabila terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi pada kedai kopi di wilayah Jakarta. Orientasi pasar merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk akhirnya dapat memahami dan menilai kebutuhan pasar, sehingga produk yang dihasilkan dapat sesuai dan diminati pelanggan dengan demikian perusahaan memiliki nilai dan keunggulan yang lebih baik diantara perusahaan lainnya.

Selain orientasi pasar seorang pengusaha harus mampu mengimbangi proses kemajuan usahanya dengan selalu berorientasi kepada mutu dan kualitas dari perusahaannya sendiri. Dengan memahami bidang usaha akan lebih mudah perusahaan untuk lebih proaktif, siap menghadapi resiko dan selalu

beradaptasi dengan risiko dan kemungkinan – kemungkinan yang akan terjadi. Sehingga dengan cepat perusahaan melakukan perubahan sesuai dengan keadaan dilapangan. Adanya penelitian ini dapat dijadikan referensi baik secara teori maupun praktik dilapangan dalam mengambil keputusan bagi para wirausahawan khususnya wirausahaan dibidang kuliner, dan kedai kopi. Mengingat dengan struktur modal dan kemudahan dalam membuka usaha baru hal tersebut bukanlah sebuah satu jaminan bahwa usaha akan tetap berkembang tanpa adanya faktor – faktor lain yang turut andil dalam kemajuan sebuah perusahaan.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi diatas maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik kedai kopi diharapkan mampu memahami kondisi dan keinginan pasar sehingga kedai kopi yang dikelola mampu memberika inovasi – inovasi yang tidak dimiliki oleh kedai kopi lainnya.
2. Bagi pemilik kedai kopi diharapkan mampu memahami strategi usaha yang dijalankan sehingga pada saat melakukan perluasan usaha dapat mencapai titik maksimal dalam berinovasi.
3. Bagi pemilik kedai kopi diharapkan mampu melakukan inovasi produk secara efektif dan efisien guna untuk memberikan nilai dan manfaat yang lebih kepada konsumen dan memenangkan persaingan.

4. Bagi pemilik kedai kopi diharapkan mampu melakukan kegiatan usaha yang sifatnya sesuai dengan kondisi dan keinginan pasar sehingga lebih menjadi preferensi pelanggan.
5. Bagi pemilik kedai kopi diharapkan mampu mengenali jati diri usaha yang dijalankan sehingga mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan menjadi daya Tarik pelanggan kembali pada suatu kedai kopi.
6. Bagi pemilik kedai kopi alangkah lebih baik ketika memperhatikan kondisi sekitar perusahaan tidak terkecuali pelanggan, pesaing, dan *stakeholder* lainnya untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada sebuah penelitian.
7. Bagi pemilik kedai kopi alangkah lebih baik apabila mengoptimalkan seluruh sumber daya dapat digunakan secara maksimal dan produktif sehingga dapat meningkatkan keunggulan bagi suatu kedai kopi.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti mengalami beberapa keterbatasan sehingga penelitian ini perlu disempurnakan dengan penelitian – penelitian lainnya. Keterbatasan pertama berkaitan dengan jumlah populasi yang tidak tersedia pada sumber informasi manapun. Dengan kemudahan dalam membuka usaha sehingga tidak ada data yang valid terkait jumlah ketersediaan kedai kopi di Jakarta. Maraknya kedai kopi waralaba mempengaruhi banyak wirausaha – wirausaha baru untuk membuka usaha yang sejenis dengan melibatkan *e-commerce* sehingga hal ini berkaitan dengan perizinan dan payung hukum dari usaha tersebut.

Keterbatasan selanjutnya adalah semakin luas jangkauan penelitian akan semakin banyak karakteristik usaha kedai kopi yang beraneka ragam. Pada penelitian ini dilakukan se-Jakarta sehingga setiap wilayah bagian hanya diwakilkan oleh beberapa sampel yang sebenarnya belum benar – benar mewakili kedai kopi yang diharapkan. Dari wilayah bagian di Jakarta, khusus wilayah kepulauan seribu tidak terwakilkan oleh responden manapun sebab keterbatasan waktu, informasi dan keadaan pada saat ini.

#### **E. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan keterbatasan – keterbatasan yang ada maka peneliti memberikan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya untuk, melakukan penelitian hanya pada satu wilayah bagian saja. Dikarenakan semakin banyaknya kedai kopi yang tersedia maka akan lebih efektif dan efisien apabila penelitian lebih terfokus pada satu wilayah tertentu. Sehingga pemilihan sampel pun dapat mewakili kedai kopi diwilayah tersebut. Selain itu untuk memudahkan penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila kedai kopi atau jenis usaha lainnya yang dijadikan objek penelitian memiliki karakteristik tertentu sehingga memudahkan dalam melakukan *sampling* dan pengumpulan data penelitian.