

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing (Studi Pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana  $t$  hitung ( $13,676$ )  $>$   $t$  tabel ( $1,6628$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan, maka akan semakin tinggi pula pengaruh pada keunggulan bersaing. Variabel orientasi kewirausahaan memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar  $68,5\%$ . Namun, ada beberapa indikator yang masih dibawah skor rata-rata yaitu, keberanian mengambil resiko dalam pengambilan keputusan dan pemahaman atas peluang pasar dengan inovatif.
2. Variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana  $t$  hitung ( $7,851$ )  $>$   $t$  tabel ( $1,6628$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik orientasi pasar, maka akan semakin tinggi pula pengaruh pada keunggulan bersaing. Variabel

orientasi pasar memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 41,7%. Namun, ada beberapa indikator yang masih dibawah skor rata-rata yaitu, mengamati perkembangan pesaing dan merespon informasi yang didapat tentang pesaing.

3. Variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel keunggulan bersaing ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan  $f$  hitung (101,197) lebih besar dari  $f$  tabel (3,10). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, maka semakin tinggi pula pengaruh pada keunggulan bersaing. Variabel orientasi kewirausahaan dan variabel orientasi pasar secara bersama-sama memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 70,4%. Namun, ada beberapa indikator yang dibawah skor rata-rata yaitu, produk memiliki ciri khas yang membedakan dengan pesaing dan produk tidak mudah ditiru oleh pesaing.

#### **4.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada Sentra IKM tenun ikat troso Kabupaten Jepara adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) yang perlu ditingkatkan adalah keberanian dalam mengambil keputusan utamanya pada aspek pemasaran dan produksi, namun tetap harus memperhitungkan kemanfaatannya bagi kelangsungan usaha. Kemudian saran berikutnya yaitu para pelaku usaha

harus mampu menjalankan usahanya dengan lebih inovatif mengikuti perkembangan yang terjadi, pelaku usaha harus dapat memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan inovasi-inovasi yang baru sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berjalan seiring dengan perubahan-perubahan pasar.

2. Pada variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) yang perlu ditingkatkan adalah pelaku usaha harus lebih peduli dan dapat mengamati perkembangan para pesaingnya dengan baik dan cermat, hal tersebut penting karena agar pelaku usaha dapat melihat sejauh apa perkembangan usaha para pesaingnya sehingga usahanya tidak tertinggal dari usaha para pesaingnya. Saran berikutnya yaitu para pelaku usaha harus dapat memanfaatkan informasi-informasi yang didapat dari para pesaingnya dengan baik seperti informasi-informasi tentang strategi penjualan, strategi pemasaran sampai desain-desain yang dimiliki pesaing yang dapat dijadikan referensi dalam menjalankan usahanya sendiri.
3. Pada variabel keunggulan bersaing ( $Y$ ) yang perlu ditingkatkan adalah kekhasan produk agar memenuhi ciri khas yang disenangi pelanggan. Saran berikutnya yaitu perajin harus memperbanyak referensi dan menciptakan motif-motif yang berbeda dari para pesaing sehingga produk memiliki ciri khas tersendiri dan tidak mudah ditiru oleh pesaing.
4. Untuk penelitian berikutnya, faktor-faktor lain seperti harga, promosi dan inovasi produk perlu dilakukan pengaruhnya terhadap penurunan perkembangan industri di sentra IKM tenun ikat troso.