

BAB VII PENUTUP

7.1. Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, pengujian hipotesis, analisis serta pembahasan yang telah dilakukan maka simpulan dari penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Ekonomi Kreatif. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Pearce dan Robinson (2016 : 430) bahwa kewirausahaan adalah proses menggabungkan ide serta tindakan yang “kreatif dan inovatif” dengan keahlian manajemen dan organisasi yang diperlukan untuk mengerahkan Sumber Daya Manusia, Uang, dan operasi yang tepat untuk menciptakan kekayaan.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini sejalan dengan pendapat (Covin dan Slevin, 1989), (Lumpkin dan Dess, 1996)., (Rauch et al., 2004) yang mengatakan orientasi kewirausahaan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal daya inovasi dan kreatif di pasar, memiliki sikap untuk mengambil resiko, proaktif terhadap perubahan pasar.
3. Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. Hal ini diduga disebabkan oleh 1). pemilik usaha maupun pengelola tidak berani menjadi orang pertama dalam inovasi produk kuliner. Kurang beraninya pemilik terlihat dari a). pemilik tidak berani mencoba cara-cara baru untuk menghasilkan produk kuliner yang baru, b). mereka kurang mendukung penemuan ide-ide baru serta c). kurang memanfaatkan peluang-peluang yang ada., 2) tidak berpengaruhnya orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran usaha mikro kuliner diduga juga disebabkan oleh kurang proaktifnya pemilik maupun pengelola dalam mengembangkan usaha, seperti mereka tidak proaktif dalam membicarakan atau mendiskusikan adanya kesempatan untuk menghasilkan produk-produk baru., atau mereka tidak proaktif dalam mengembangkan produk baru, atau tidak proaktif dalam mencari peluang baru., atau tidak berpengaruhnya orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran usaha mikro kuliner mungkin disebabkan juga oleh 3) ketidakmandirian dalam menjalankan usaha., diantaranya kurang berinisiatif dalam melakukan perubahan, atau tidak berani dalam melakukan kegiatan dengan resiko yang besar., atau tidak berani melakukan kegiatan yang telah direncanakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan (2013) bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja Pemasaran. Temuan ini menunjukkan

bahwa usaha mikro cukup fleksibel, proaktif, berani mengambil resiko. Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Meggi Margaret Kalangi (2017) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja Pemasaran kuliner di Kota Tomohon.

4. Variabel Orientasi Konsumen berpengaruh terhadap variabel Ekonomi Kreatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi derajat orientasi Konsumen semakin tinggi derajat Ekonomi Kreatifnya., sebaliknya semakin rendah derajat orientasi konsumen para pelaku usaha mikro kuliner maka semakin rendah derajat ekonomi kreatifnya. Penelitian yang dilakukan oleh Lila Fitria S (2013) menunjukkan bahwa kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan ide yang bersumber dari konsumen. Miles dan Snow (Lila Fitria, 2013 : 111) mengemukakan bahwa salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing adalah perusahaan harus berorientasi pada kreativitas dan inovasi yang tepat. Jansen (Fitria, 2013 : 111) menjelaskan bahwa kreativitas merupakan salah satu dari tiga fungsi utama akal manusia., dua fungsi lainnya adalah daya analisa dan daya penilaian. Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki tersebut dan selanjutnya untuk membentuk inovasi atau kreativitas yang bermanfaat.
5. Variabel Orientasi Konsumen berpengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing. Hasil penelitian ini memberi makna bahwa semakin tinggi derajat orientasi konsumen semakin tinggi derajat Keunggulan Bersaingnya, sebaliknya semakin rendah derajat orientasi konsumen pelaku usaha mikro maka semakin rendah derajat keunggulan bersaingnya. Dewasa ini perusahaan dihadapkan pada persaingan global yang semakin kompetitif sehingga perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing. Fahey (1989) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing memiliki dua kerangka kerja yang dominan, yaitu dari perubahan produk dipasar dan memusatkan perhatian pada pelanggan dan pesaing. Keunggulan bersaing merupakan sesuatu yang lebih disukai dibanding produk pesaing, namun fokusnya tidak sekedar isu-isu bersaing yang sifatnya sesaat tetapi lebih pada keberlanjutan keunggulan bersaing secara terus menerus. Keberlangsungan keunggulan bersaing digunakan untuk menjelaskan variabel yang digunakan untuk mempengaruhi kinerja pemasaran (Barney J.B, 1991).
6. Variabel Orientasi Konsumen tidak berpengaruh terhadap variabel Kinerja Pemasaran. Hal ini disebabkan oleh pemilik maupun pengelola kurang memperhatikan keinginan konsumen, seperti konsumen menginginkan adanya

komunikasi yang baik dengan para pelayan atau tenaga kerja agar konsumen tidak pindah ke kuliner yang lain., atau perlu adanya komunikasi yang baik antara konsumen dengan pemilik untuk mengetahui keinginan konsumen.

Faktor lain yang mungkin menyebabkan orientasi konsumen tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha mikro kuliner mungkin disebabkan oleh pemilik atau pengelola kurang mengumpulkan informasi tentang keinginan atau kebutuhan konsumen berkaitan dengan apa yang diinginkan dan apa yang dirasakan konsumen. Selain faktor tersebut di atas faktor lain yang turut berpengaruh terhadap tidak signifikannya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran usaha mikro kuliner adalah komitmen karyawan yang masih rendah terhadap konsumen, seperti memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen, selalu menunjukkan sikap yang sopan terhadap konsumen, atau karyawan selalu menanyakan apa dibutuhkan oleh konsumen.

Orientasi konsumen adalah orientasi yang menekankan pada penggunaan informasi dan pembelajaran saat konsumen membutuhkan. Targetnya adalah menjadi konsumen yang berkelanjutan, mengerti kebutuhan dan keinginannya untuk memuaskan konsumen dengan tujuan secara finansial dan sosial. Narver dan Slater (1990) menyatakan bahwa perubahan orientasi pasar akan meningkatkan Kinerja perusahaan. Disisi lain orientasi pasar akan meningkatkan keunggulan bersaing. Selanjutnya Narver dan Slater mengidentifikasi orientasi pasar menjadi : orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi.

7. Penelitian ini menemukan bahwa orientasi Pesaing berpengaruh terhadap Ekonomi Kreatif pada usaha mikro kuliner. Artinya semakin tinggi orientasi Pesaing maka semakin tinggi pula orientasi Ekonomi Kreatifnya. Sebaliknya semakin rendah orientasi Pesaing maka semakin rendah pula orientasi Ekonomi Kreatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Catarina Cori (2015 : 124) menunjukkan bahwa orientasi pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk pengrajin furniture di Kota Semarang. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa meningkatnya orientasi pesaing akan meningkatkan kualitas produk yang merupakan hasil inovasi atau kreativitas Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Gima Atuahene Kwaku dan Ko Anthony (2001) yang menyimpulkan bahwa perusahaan dengan kemampuan orientasi pasar yang lebih baik cenderung berkinerja lebih baik dalam hal tingkat kualitas maupun jenis produk yang dihasilkan yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin.
8. Penelitian ini menemukan bahwa Orientasi Pesaing berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha mikro kuliner. Artinya bahwa semakin tinggi

derajat orientasi Pesaing seorang pelaku usaha mikro, semakin tinggi pula derajat Keunggulan bersaing. Sebaliknya semakin rendah derajat orientasi Pesaing pelaku usaha mikro maka semakin rendah derajat Keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sejalan atau mendukung penelitian yang dilakukan oleh Catarina Cori P. Paramita (2015 : 124). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Orientasi Pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi orientasi pesaing semakin tinggi Keunggulan bersaingnya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kangkaris (2012 : 1) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi orientasi pesaing yang dilakukan akan menghasilkan keunggulan kompetitif yang semakin tinggi.

9. Penelitian ini menemukan bahwa Orientasi Pesaing tidak berpengaruh terhadap Kinerja pemasaran pada usaha mikro kuliner. Artinya orientasi pesaing pelaku usaha mikro kuliner di Kota Kupang tidak memiliki dampak terhadap Kinerja pemasaran.

Hal ini disebabkan para pemilik atau pengelola usaha mikro kuliner di Kota Kupang kurang mencari informasi tentang keunggulan yang dimiliki pesaing, seperti mencari informasi tentang bagaimana pesaing menyiapkan strategi menghadapi saingan-saingannya, bagaimana pemilik menyiapkan strategi untuk menjadikan pesaing sebagai acuan dalam pengelolaan usaha mikro kuliner serta mencari informasi tentang keunggulan pesaing. Selain itu pemilik maupun pengelola kurang mencari informasi tentang produk pesaing, kurang mencari informasi tentang harga pesaing serta strategi-strategi yang digunakan oleh pesaing dalam pemasaran produknya..selain faktor-faktor diatas, mungkin juga pemilik atau pengelola kurang cepat merespon tindakan pesaing, seperti ada produk baru, perubahan harga yang dilakukan pesaing juga informasi-informasi lainnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Darmanto (2014 : 171) dilihat dari arah hubungannya, namun tidak mendukung jika dilihat dari signifikansi pengaruhnya. Hasil penelitian Darmanto menunjukkan bahwa orientasi Pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Surakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Narver dan Slater (2000) yang menyimpulkan bahwa orientasi pasar yang terdiri atas orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi memiliki hubungan yang berpengaruh positif dengan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang meliputi kinerja keuangan, kinerja sumber daya manusia dan kinerja pemasaran. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh

Maggie Margareth (2017 : 1-18) bahwa orientasi pasar yang terdiri atas orientasi pelanggan dan orientasi pesaing berpengaruh tidak signifikan terhadap Kinerja bisnis pada usaha Kulinerdi Kota Tomohon.

10. Variabel Peran Pemerintah berpengaruh terhadap Ekonomi Kreatif. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Herie Saksono (2012 : 93-104) dengan judul : “Ekonomi Kreatif : Talenta baru pemicu daya saing daerah” menyimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan ide atau gagasan yang diharapkan memberi nilai tambah ekonomi, dimana ekonomi kreatif merupakan alternatif solusi permasalahan perekonomian. Namun dalam penyelenggaraannya sering ditemui kendala. Karena itu direkomendasikan kepada Pemerintah agar segera membangun komitmen, membenahi regulasi, dan mengaktualisasikan ekonomi kreatif sehingga keberadaan ekonomi kreatif dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing. Basri (2002) menyebutkan pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan berkaitan atau untuk kepentingan usaha mikrokecil dan menengah.
11. Variabel Peran Pemerintah tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Tidak berpengaruhnya peran pemerintah terhadap keunggulan bersaing mungkin disebabkan oleh regulasi yang kurang memihak pada usaha mikro sehingga mereka kurang bersaing dalam usaha mereka, seperti pemerintah kurang memberi perhatian pada usaha mikro kuliner, regulasi tidak memberi rasa aman pada pemilik usaha mikro kuliner seperti pajak, retribusi, serta lokasi tempat usaha. Selain itu juga rendahnya dukunga modal dari pemerintah, kemudahan mendapatkan pinjaman dari perbankan dengan bunga yang rendah.

Mskipun demikian dukungan pemerintah perlu terus dilakukan dengan pendekatan yang menyeluruh dan integral melalui berbagai aspek pembinaan seperti pasar, modal, teknologi, manajemen serta regulasi yang berkaitan dengan Usaha Mikro. Basri (2002) menyebutkan berbagai kebijakan pemerintah yang telah dikeluarkan adalah sebagai berikut : (1) Pemerintah secara terus menerus melakukan kebijakan deregulasi dan debirokratisasi disektor riil yaitu dengan membebaskan bea masuk sejumlah produk terutama produk yang merupakan input bagi industri. Kebijakan ini bertujuan agar dunia usaha benar-benar dapat memanfaatkan pasar internasional dan mendorong peningkatan investasi, (2) Penataan dan pemanfaatan kelembagaan baik secara vertikal maupun horizontal. Penataan kelembagaan penunjangnya akan mempermudah pembentukan jaringan usaha dan mempermudah distribusi sehingga tercapai efisiensi, (3) Penelitian dan pengembangan dilakukan secara terus menerus. Peningkatan daya saing harus didukung oleh kegiatan penelitian dan pengembangan secara berkelanjutan. Kecenderungan yang harus

diperhitungkan adalah kemajuan teknologi dan teknik pemasaran, (4) Dukungan permodalan yang diberikan pemerintah kepada UMKM diantaranya kredit Usaha Mikro Kecil, kredit usaha rakyat.

Kelompok Usaha Mikro penyediaan kuliner di Kota Kupang dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaingnya perlu mendapat dukungan Pemerintah daerah. Dukungan Pemerintah diantaranya pembinaan dalam berbagai aspek seperti pasar, modal, teknologi, manajemen serta regulasi. Basri (2002) menyebutkan berbagai kebijakan Pemerintah yang telah dikeluarkan berkaitan dengan usaha mikro kecil dan menengah adalah : kebijakan deregulasi dan debirokratisasi di sektor riil, penataan dan pemanfaatan kelembagaan baik vertical maupun secara horizontal, penelitian dan pengembangan, serta permodalan. Meskipun banyak indikator peran pemerintah, namun dalam penelitian ini hanya dilibatkan dua (2) indikator yang terdiri atas kebijakan regulasi dan dukungan permodalan karena kedua indikator ini dianggap sangat berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kuliner.

12. Penelitian ini menemukan bahwa Peran Pemerintah berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Muhamad (2010) yang meneliti tentang pengaruh bantuan modal dan peran Pemerintah telah mempengaruhi kemampuan wirausaha masyarakat pantai Depok dalam mengembangkan usahanya, dimana para nelayan telah berubah yang semula sebagai pencari ikan, setelah mendapat bantuan dari Pemerintah dan kemudahan-kemudahan yang diperoleh telah menjadikan mereka sebagai pengusaha kecil dan menengah dalam bidang rumah makan dan penginapan.
13. Penelitian ini menemukan bahwa Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha mikro kuliner. Artinya semakin tinggi orientasi ekonomi kreatif seorang pelaku usaha mikro, semakin tinggi keunggulan bersaingnya, sebaliknya semakin rendah orientasi ekonomi kreatif pelaku usaha mikro maka semakin rendah keunggulan bersaingnya.

Herie Saksono (2012 :93-104) mengatakan bahwa manfaat ekonomi kreatif semakin dirasakan, hal ini ditunjukkan dengan penyerapan sumber daya manusia (SDM) yang mencapai kurang lebih 7,5 juta pekerja di sub sector industri kreatif menandakan besarnya potensi ekonomi kreatif. Latuconsina (2010 : 20) dalam Herie Saksono mengatakan bahwa sumber daya manusia kreatif adalah syarat untuk mengisi peranan dalam industri kreatif . Industri kreatif adalah jalan untuk membangun ekonomi kreatif atau ekonomi berbasis pengetahuan. Selanjutnya dijelaskan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah menjadi penentu berkembangnya ekonomi kreatif.

14. Penelitian ini menemukan bahwa Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada usaha mikro. Artinya bahwa semakin tinggi orientasi ekonomi kreatif seorang pelaku usaha mikro, semakin tinggi kinerja pemasarannya, sebaliknya semakin rendah orientasi ekonomi kreatif pelaku usaha mikro maka semakin rendah kinerja pemasaran, dan pengaruhnya sangat signifikan. Salah satu hal yang bisa dijelaskan dalam kasus ini mungkin ketika pemilik atau pengelola usaha mikro yang mencoba menyediakan produk-produk baru atau menu-menu yang baru, banyak konsumen yang ingin atau mau mencoba menu yang baru ini, sehingga berdampak pada omset penjualan, pertumbuhan penjualan dan jumlah pelanggan.

Anggraini (2008:150-151) menjelaskan enam argumentasi perlunya pengembangan Ekonomi kreatif di Indonesia, yakni : (1) dari sisi “kontribusi ekonomi”, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) dan ekspor, (2) dari sisi “iklim bisnis”, menciptakan lapangan usaha, dampak bagi sektor-sektor lain, dan pemasaran, (3) dari sisi “citra dan identitas bangsa”, meningkatkan turisme, ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai lokal, (4) dari sisi “sumber daya terbarukan”, berbasis pengetahuan, kreativitas, dan membangun komunitas hijau; (5) dari sisi “Inovasi dan Kreativitas”, memberikan ide, gagasan, dan penciptaan nilai., dan (6) dari sisi “dampak sosial”, meningkatkan kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan dan peningkatan toleransisosial.

15. Penelitian ini menemukan bahwa Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. Artinya bahwa semakin tinggi keunggulan bersaing semakin tinggi pula kinerjanya, sebaliknya semakin rendah keunggulan bersaing semakin rendah pula kinerjanya serta pengaruhnya signifikan atau sangat berarti atau bermakna. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia.V.Djodjoko dan Hendra N. Tawas (2014 : 1214-1224) yang menyimpulkan bahwa Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja pemasaran.

7.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka dapat diberikan saran-saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

7.2.1. Saran untuk Pengambil Kebijakan

1. Pemerintah Daerah khususnya dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Pariwisata, BKPMMD serta dinas-dinas terkait lainnya disarankan untuk segera memiliki data-data secara rinci tentang usaha mikro, seperti usaha mikro kuliner (penyediaan akomodasi

dan penyediaan makanan dan minuman)., usaha mikro industri pengolahan, usaha mikro konstruksi, usaha mikro jasa perusahaan, usaha mikro aktivitas keuangan dan asuransi., dan usaha mikro lainnya agar kebijakan yang diambil berkaitan unit usaha tersebut lebih tepat sasaran, khususnya membantu para peneliti yang melakukan penelitian dengan topik ekonomi kreatif dan kewirausahaan.

2. Pemilik usaha mikro kuliner disarankan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi berkaitan dengan usahanya, seperti bersedia mengikuti pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, bersedia menjadi responden jika ada yang melakukan penelitian berkaitan dengan usaha mikro kuliner, dan lain-lain.
3. Pemerintah Daerah perlu memberi perhatian lebih pada usaha mikro kecil dan menengah terutama usaha mikro kuliner, karena selain untuk memenuhi permintaan masyarakat lokal tetapi juga untuk memenuhi permintaan wisatawan yang terus meningkat dari tahun ke tahun dalam rangka mendukung kebijakan Pemerintah untuk mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya.

7.2.2. Saran untuk agenda Penelitian mendatang

1. Bagi para peneliti lain yang tertarik untuk melakukan kajian yang sama, disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, tidak hanya Kota Kupang, tetapi juga pada Kabupaten-kabupaten lainnya yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur agar kesimpulan yang diperoleh lebih komprehensif.
2. Perlunya sebuah penelitian lanjutan dengan melibatkan variabel Orientasi Kewirausahaan yang dapat menjelaskan atau mempengaruhi kinerja pemasaran usaha mikro kuliner, karena penelitian ini tidak mampu menjelaskan atau membuktikan pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.
3. Perlu adanya penelitian lanjutan untuk mengembangkan model yang melibatkan variabel Orientasi Konsumen yang dapat menghasilkan atau menjelaskan kinerja pemasaran usaha mikro kuliner, karena penelitian ini tidak mampu menjelaskan atau membuktikan pengaruh Orientasi Konsumen terhadap Kinerja Pemasaran usaha mikro kuliner.
4. Bagi para peneliti lain yang tertarik dengan topik penelitian ini disarankan untuk mengembangkan model atau melibatkan variabel peran pemerintah dalam menghasilkan atau menjelaskan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha mikro kuliner, karena penelitian ini tidak mampu menjelaskan atau membuktikan pengaruh Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing.
5. Penelitian lanjutan juga dapat diarahkan untuk mengembangkan model bagaimana Orientasi Pesaing dapat menghasilkan atau menjelaskan kinerja pemasaran usaha mikro kuliner dengan baik, karena penelitian ini belum

- mampu menjelaskan atau membuktikan pengaruh Orientasi Pesaing terhadap Kinerja Pemasaran usaha mikro kuliner.
6. Peneliti menyadari bahwa sepanjang pengetahuan peneliti, secara teoritik maupun empirik belum banyak penelitian yang melibatkan variabel Ekonomi Kreatif, Peran Pemerintah dan Orientasi Konsumen terhadap Keunggulan Bersaing maupun Kinerja pemasaran. Oleh karena itu kepada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama perlu melibatkan variabel-variabel tersebut serta variable-variabel lain yang relevan secara teoritik.

