

BAB IV

PENUTUP

Bab sebelumnya telah menjelaskan data yang diperoleh dari hasil analisis data. Maka bab IV ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti. Bab ini juga disertai dengan saran dari peneliti yang berguna untuk meningkatkan pengembangan UMKM perdagangan Pasar Klewer Surakarta.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 97 responden berkaitan dengan pengaruh orientasi wirausaha dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan terhadap UMKM Perdagangan di Pasar Klewer Surakarta. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi Wirausaha (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y) pada UMKM Perdagangan Batik Pasar Klewer di Surakarta. Hal ini terbukti melalui hasil perhitungan nilai t hitung sebesar 4,423 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,6611 yang menunjukkan bahwa kekuatan Orientasi Wirausaha yang dimiliki pedagang akan memengaruhi tinggi rendahnya Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UMKM Perdagangan Pasar Klewer di Surakarta. Hasil analisis korelasi yang dikategorikan sedang dengan nilai *alfa* 0,413 serta perhitungan koefisien determinasi yaitu

sebesar 17,1% yang artinya adalah variabel Orientasi Wirausaha dapat dijelaskan oleh variabel Orientasi Pasar sebesar 17,1%.

2. Analisis deskriptif tingkat kekuatan Orientasi Wirausaha berada pada skor rata-rata 3,50 yang berarti bahwa kategorisasi variabel orientasi wirausaha adalah tergolong kuat. Item paling tinggi rata-rata yaitu (P4) mampu mengantisipasi dan menanggulangi setiap perubahan dan (P5) mampu memahami peluang pasar dengan berinovasi hal tersebut berhubungan dengan pengalaman usaha pedagang yang rata-rata lebih dari 10 tahun berdagang di mana pengalaman berwirausaha penting bagi pedagang Pasar Klewer di item (P6). Item dengan rata-rata paling rendah (P7) yaitu pengalaman menjadi pioneer di mana menjadi pedagang jarang menjadi pioneer karena lebih fokus pada jenis produk yang telah dijual yang lebih dari puluhan tahun dijual. Biasanya terdapat beberapa kios yang menjadi pioneer dan kebanyakan kios-kios lain mengikuti.
3. Orientasi Pasar (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y) pada UMKM Perdagangan Batik Pasar Klewer di Surakarta telah terbukti. Hal ini terbukti melalui hasil perhitungan nilai t hitung sebesar 6,562 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,6611 yang menunjukkan bahwa kekuatan Orientasi Pasar yang dimiliki UMKM Pedagang Pasar Klewer Surakarta akan memengaruhi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM. Analisis korelasi yang dikategorikan sedang dengan nilai *alfa* 0,559

serta hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 31,2% yang artinya adalah variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dapat dijelaskan oleh variabel Orientasi Pasar sebesar 31,2%.

4. Analisis deskriptif, didapati hasil skor rata-rata Orientasi Pasar yang dimiliki UMKM Perdagangan Pasar Klewer di Surakarta berada pada angka 3,40. Kategorisasi variabel orientasi pasar Pasar Klewer adalah tergolong kuat. Item paling tinggi rata-rata yaitu (P8) merespon dan memperbaiki keluhan pelanggan. Item dengan rata-rata paling rendah (P10) yaitu mencari informasi tentang tren produk dan minat beli pelanggan Pasar Klewer. Pedagang masih kurang mencari informasi mengenai tren produk dan minat beli pelanggan. Rata-rata pedagang hanya mengetahui informasi dari mulut ke mulut saja.
5. Analisis deskriptif, didapati hasil skor rata-rata Keunggulan Bersaing Berkelanjutan yang dimiliki UMKM Perdagangan Pasar Klewer di Surakarta berada pada angka 3,50 yang berarti keunggulan bersaing berkelanjutan yang dibentuk kuat. Kategorisasi variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Pasar Klewer adalah tergolong kuat. Item paling tinggi rata-rata yaitu (P11) pedagang menjual produk yang memiliki keunikan dan (P15) pedagang menjual barang yang tidak mudah ditiru. Item dengan rata-rata paling rendah (P13) yaitu pedagang menyesuaikan harga yang dijual dikios dengan harga umum dipasar. Pedagang tidak terlalu memperhatikan menyesuaikan harga dengan pedagang lain karena lebih terfokus menentukan harga sesuai

utang yang sudah jatuh tempo kepada produsen. Apabila tidak ada hutang pedagang lebih mudah dalam memainkan harga di pasar karena proses jual beli yaitu tawar menawar.

6. Orientasi Wirausaha (X1) dan Orientasi Pasar (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada UMKM Perdagangan Batik Pasar Klewer di Surakarta telah terbukti. Hal ini terbukti melalui hasil perhitungan nilai F hitung sebesar 22,802 yang lebih besar dari F tabel yaitu 3,093 yang menunjukkan bahwa tinggi rendahnya Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar akan mempengaruhi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UMKM Perdagangan Pasar Klewer di Surakarta. Hasil uji tersebut juga diperkuat dengan analisis korelasi yang dikategorikan sedang dengan nilai *alfa* 0,572 serta hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 32,7% yang artinya adalah variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dapat dijelaskan oleh variabel Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar sebesar 32,7%.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi UMKM Perdagangan Pasar Klewer. Berikut saran dari penulis, yaitu:

1. Pedagang Pasar Klewer harus meningkatkan orientasi pasar dengan pedagang lebih giat dalam mencari informasi tentang tren produk di

media atau pelanggan lain dan minat beli pelanggan Pasar Klewer yang berbeda. Pedagang dapat mencari informasi dari berbagai hal yaitu media sosial, media cetak, maupun informasi langsung dari pesaing atau pedagang. Hal tersebut menciptakan keunggulan untuk pedagang agar lebih baik dalam menyaring informasi terkini. Pedagang menerima informasi pasar lebih hati-hati sehingga dapat menyaring informasi yang benar seperti informasi dari dinas pasar atau informasi mengenai kenaikan bahan.

2. Pedagang Pasar Klewer harus meningkatkan orientasi wirausaha pada beberapa aspek yaitu kemampuan memahami peluang pasar melalui inovasi. Peluang pasar tercipta dari informasi kebutuhan pelanggan akan kain atau pakaian dan *trend* pasar yang sedang diminati dari para pesaing. Hal tersebut menghasilkan pengembangan produk yang dijual meliputi keberagaman ukuran baju, model pakaian, corak kain, dan jenis kain yang berbeda dan belum ada pedagang lain yang menjual melalui keinginan pelanggan. Pengembangan barang dagang yang dijual perlu diperhatikan dalam pencarian distributor yang dapat memproduksi kain atau pakaian yang diinginkan dengan harga yang sesuai, sehingga pedagang dapat menjadi *pioneer* yang lebih unggul dari pedagang lain.
3. Pedagang harus meningkatkan usahanya untuk terus maju dengan menjual barang dagang yang lebih memperhatikan seni dan selera pelanggan. Pedagang tidak terpacu menjual barang dagang dari produsen atau pemasok saja tanpa menyaring barang dagang yang bersifat umum dijual.

Hal tersebut untuk menciptakan nilai jual yaitu karakter barang dagang sehingga menciptakan barang dagang yang jarang dan unik dicari pelanggan tidak mudah ditiru pesaing. Pedagang harus menyesuaikan harga yang dijual dikios dengan harga umum dipasar walaupun di pasar tidak ada aturan mengenai harga tetapi pedagang harus memahami pergerakan harga jual di pasar.

4. Pedagang harus mampu mengedukasi pelanggannya bahwa barang dagang yang dijual memiliki keunikan dari pesaing lain. Sehingga stigma pelanggan yang menganggap bahwa barang dagang yang dijual di Pasar Klewer tidak umum, terkesan sama saja dan tidak mempunyai keunikan yang berbeda dari pedagang lain dapat hilang. Sehingga hal tersebut dapat mengembangkan bisnis pedagang untuk menjadi lebih baik lagi.