



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data responden pada survei yang telah dilakukan dalam penelitian oleh peneliti dengan menggunakan IBM SPSS 23 pada hipotesis terhadap variabel penelitian yaitu *Creative Destruction*, *Knowledge Creation*, *Innovation Speed*, dan *Competitiveness* dapat disimpulkan bahwa:

1. *Innovation Speed* (IS) memiliki pengaruh positif terhadap *Competitiveness* (C) dari nilai *t-value* yang sebesar 9,603 untuk H1. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan berinovasi berkontribusi terhadap keunggulan perusahaan (*competitiveness*). Hal tersebut menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang lebih cepat merealisasikan ide inovasi dan memperkenalkan produk baru ke pasar akan mendapatkan keuntungan potensial yang lebih besar, seperti pangsa pasar yang lebih besar, margin keuntungan yang lebih tinggi, mempertahankan bisnis, dan memenangkan persaingan dengan pesaing yang sejenis.
2. *Creative Destruction* (CD) sebagai koefisien mediasi hubungan antara *Innovation Speed* (IS) dan *Competitiveness* (C) memiliki Sobel Test: *Test Statistics* = 5,221 dan  $P < 0,01$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi *Creative Destruction* (CD) mediasi parsial hubungan antara *Innovation Speed* (IS) dan *Competitiveness* (C).
3. Peran dari *Knowledge Creation* (KC) sebagai koefisien mediasi memiliki peran memoderasi hubungan antara *Innovation Speed* (IS) dan *Competitiveness* (C) memiliki Sobel Test: *Test Statistics* = 3,448 dan  $P < 0,01$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi *Knowledge Creation* (KC) mediasi parsial hubungan antara *Innovation Speed* (IS) dan *Competitiveness* (C).

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah total responden berjumlah 81 orang berdomisili Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi hanya bisa mempresentasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman yang sudah pernah melakukan perubahan/inovasi sebelumnya. Selain itu, pada penelitian ini pengumpulan data hanya dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan tidak melakukan wawancara langsung untuk mengetahui kendala yang dihadapi UMKM sektor makanan dan minuman berkaitan dengan kecepatan dalam mengimplementasikan ide inovasi.

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Saran Untuk Pemilik Usaha

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa faktor yang dapat memajukan laju pengembangan inovasi untuk meningkatkan *competitiveness* diikuti dengan *creative destruction* dan *knowledge creation* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman sehingga dapat mempertahankan inovasi dan memenangkan persaingan dalam Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman. Berikut saran yang peneliti berikan untuk para UKM sektor makanan dan minuman:

1. Untuk meningkatkan daya saing, pemilik usaha dapat melakukan peningkatan inovasi pada faktor *competence-enhancing* dan *sustaining innovation* dalam *creative destruction*. Dalam hal ini, penulis memberi saran untuk meningkatkan faktor *competence-enhancing* dan *sustaining innovation* dalam peningkatan inovasi yang diikuti oleh *creative destruction*. Sebagai pemilik usaha, penting untuk melakukan perubahan / inovasi supaya dapat bertahan dalam kondisi apapun dan dapat menang dalam persaingan bisnis dengan bisnis yang sejenis. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya UKM makanan dan minuman yang

mengalami penurunan pendapatan bahkan gulung tikar di masa pandemic Covid-19 karena kalah saing dengan para pesaingnya yang telah melakukan inovasi. Selain itu, peningkatan inovasi yang disertai oleh *creative destruction* penting dilakukan untuk mengikuti kebutuhan dan keinginan pasar yang berbeda-beda dan terus berubah seiring dengan perkembangan zaman, menciptakan keunggulan kompetitif dan menjadi batasan / penghalang untuk perusahaan baru masuk serta memperluas jarak dengan usaha sejenis. Sehingga, *creative destruction* akan meningkatkan daya saing antar usaha yang sejenis (Hautahayan dan Yufra, 2019). Faktor *competence-enhancing* dapat dilakukan oleh para pemilik usaha dengan meningkatkan *skill* para pekerja, membuat proses produksi yang lebih efisien, dan meningkatkan kualitas produk yang lebih baik. Selain itu, faktor *sustaining innovation* dapat dilakukan oleh para pemilik usaha dengan memberikan layanan terbaik kepada *customers*, mempertahankan jaringan pasar yang ada, dan membuat *packaging* yang menarik.

2. Untuk meningkatkan daya saing, pemilik usaha dapat melakukan peningkatan inovasi melalui faktor *knowledge creation*. Dalam hal ini, penulis memberi saran untuk meningkatkan faktor *knowledge creation* yang berfokus pada penciptaan pengetahuan sebagai suatu proses, pengembangan *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge*. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan diskusi atau *brainstorming* dengan para karyawan maupun dengan para mitra untuk menciptakan dan sharing berbagai pengalaman baru. Selain itu, para pemilik usaha juga dapat melakukan riset pasar sebelum merealisasikan inovasi untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan *knowledge creation* yang dapat menghambat proses peluncuran ide inovasi dan pengenalan barang dan jasa ke pasar sehingga menghabiskan waktu yang lama dalam merealisasikan ide inovasi. dengan Menurut penelitian yang dilakukan oleh Falciola et. al., (2020), faktor sumber ilmu pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap competitiveness pada

suatu organisasi. *Knowledge creation* yang dilakukan suatu bisnis dapat membantu suatu bisnis dalam mengetahui tentang selera pasar yang dinamis, menyusun strategi bisnis untuk meningkatkan *competitiveness* bisnis.

3. Untuk meningkatkan inovasi, pemilik usaha dapat melakukan peningkatan inovasi melalui faktor *innovation speed*. Dalam hal ini, penulis memberi saran untuk meningkatkan faktor *innovation speed* dengan memperhatikan kecepatan inovasi dalam melakukan suatu inovasi karena perubahan yang terjadi di dunia semakin lama semakin cepat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mewujudkan ide-ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan, meluncurkan produk baru ke pasar sesuai rencana, dan berinovasi lebih cepat dari inovasi sebelumnya *Innovation speed* dapat memperpendek siklus hidup produk (Kessler dkk., 2007) sehingga perlu dilakukan pengembangan produk baru agar tetap kompetitif. Laju perkembangan inovasi merupakan faktor kunci keberhasilan inovasi (Love and Roper, 2007). Dengan begitu, kemampuan suatu organisasi untuk mengembangkan dan meluncurkan produk inovatif ke pasar lebih cepat dari pesaing untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Allocca dan Kessler, 2006).

### 5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan supaya responden yang diteliti tidak hanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang makanan dan minuman yang pernah melakukan inovasi saja. Akan tetapi, peneliti menyarankan agar responden yang diteliti adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang lain seperti *fashion*, kecantikan, jasa *event organizer*, otomotif, atau usaha lainnya yang dapat menjadi responden dalam penelitian. Hal tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan sudut pandang baru dari objek penelitian yang berbeda untuk mengetahui hasil dari pengaruh *creative destruction* dan

*knowledge creation* yang dimediasi oleh *innovation speed* dan *competitiveness* terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Selain itu, peneliti mengharapkan pada penelitian selanjutnya dapat berguna untuk bisnis pada sektor lainnya dan dapat menjawab atas konteks permasalahan yang sama pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang lainnya.

2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti hanya menggunakan variabel *creative destruction*, *knowledge creation*, *innovation speed*, dan *competitiveness*. Pada penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk meneliti dengan menggunakan variabel lain seperti *marketing mix*, *emotional state*, dan *entrepreneur's effectuation*.
3. Melakukan *screening* data pada skala pendapatan Usaha Mikro, Usaha Kecil, ataupun Usaha Menengah. Hal tersebut dikarenakan tingkat kesulitan dalam melakukan inovasi dan merealisasikan ide inovasi pada Usaha Mikro, Usaha Kecil, ataupun Usaha Menengah berbeda-beda, dimana Usaha Mikro lebih mudah merealisasikan ide inovasi dibandingkan dengan Usaha Kecil dan Usaha Menengah karena mempunyai fleksibilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan Usaha Kecil dan Usaha Menengah serta mempunyai struktur organisasi yang lebih singkat sehingga mudah untuk berkoordinasi dengan karyawan ataupun mitra kerja ketika ingin merealisasikan inovasi.
4. Melakukan *screening* data pada jenis inovasi yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan untuk mengetahui pengaruh dari inovasi yang telah dikelompokkan secara khusus terhadap variabel-variabel penelitian seperti *Creative Destruction*, *Knowledge Creation*, *Innovation Speed*, dan *Competitiveness*. Hal tersebut dikarenakan tingkatan/skala jenis inovasi yang dilakukan pada Usaha Mikro, Usaha Kecil, ataupun Usaha Menengah biasanya berbeda-beda.