

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dan analisis yang dilakukan penulis terhadap 143 responden dengan menggunakan *software* SmartPLS 4 dengan tujuan untuk melihat pengaruh *Entrepreneurial Orientation* terhadap *SMEs' Performance* dengan *Differentiation Advantages* dan *Innovation Capability* sebagai variabel mediasi pada UMKM di DKI Jakarta, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Entrepreneurial Orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Innovation Capability*. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 1 (H1), dimana nilai *p-value* pada H1 adalah sebesar 0.000 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05. Kemudian, nilai *T statistic* pada H1 adalah sebesar 5.127, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.485. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Entrepreneurial Orientation* dan variabel *Innovation Capability*.
2. *Entrepreneurial Orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Differentiation Advantages*. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 2 (H2), dimana nilai *p-value* pada H2 adalah sebesar 0.000 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05. Kemudian, nilai *T statistic* pada H2 adalah sebesar 3.555, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.421. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara

variabel *Entrepreneurial Orientation* dan variabel *Differentiation Advantages*.

3. *Entrepreneurial Orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SMEs' Performance*. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 3 (H3), dimana nilai *p-value* pada H3 adalah sebesar 0.001 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05 . Kemudian, nilai *T statistic* pada H3 adalah sebesar 3.038, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.337. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Entrepreneurial Orientation* dan variabel *SMEs' Performance*.
4. *Innovation Capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Differentiation Advantages*. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 4 (H4), dimana nilai *p-value* pada H4 adalah sebesar 0.011 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05 . Kemudian, nilai *T statistic* pada H4 adalah sebesar 2.288, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.254. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Innovation Capability* dan variabel *Differentiation Advantages*.
5. *Innovation Capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SMEs' Performance*. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 5 (H5), dimana nilai *p-value* pada H5 adalah sebesar 0.001 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05 . Kemudian, nilai *T statistic* pada H5 adalah sebesar 3.231, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.335. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Innovation Capability* dan variabel *SMEs' Performance*.

6. *Differentiation Advantages* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SMEs' Performance*. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 6 (H6), dimana nilai *p-value* pada H6 adalah sebesar 0.000 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05. Kemudian, nilai *T statistic* pada H6 adalah sebesar 3.445, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.384. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Differentiation Advantages* dan variabel *SMEs' Performance*.
7. *Differentiation Advantages* memediasi pengaruh *Entrepreneurial Orientation* terhadap *SMEs' Performance* secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 7 (H7), dimana nilai *p-value* pada H7 adalah sebesar 0.008 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05. Kemudian, nilai *T statistic* pada H7 adalah sebesar 2.415, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai *original sample* antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.162. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Differentiation Advantages* memediasi pengaruh *Entrepreneurial Orientation* dan *SMEs' Performance* secara positif dan signifikan.
8. *Innovation Capability* memediasi pengaruh *Entrepreneurial Orientation* terhadap *SMEs' Performance* secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dari uji hipotesis 8 (H8), dimana nilai *p-value* pada H8 adalah sebesar 0.004 yang berarti bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria *p-value* < 0.05. Kemudian, nilai *T statistic* pada H8 adalah sebesar 2.694, dimana nilai tersebut memenuhi kriteria *significance level* 5% (> 1.65) yang menandakan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Selain itu, nilai

original sample antara kedua variabel tersebut juga menunjukkan angka 0.163. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Innovation Capability* memediasi pengaruh *Entrepreneurial Orientation* dan *SMEs' Performance* secara positif dan signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna agar penelitian kedepannya berjalan dengan lebih baik. Adapun saran ini akan ditujukan kepada seluruh UMKM dan pihak manapun yang hendak melakukan penelitian dengan topik atau model serupa, diantaranya sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi UMKM

Dari kesimpulan penelitian yang telah diperoleh, penulis ingin memberikan beberapa saran untuk UMKM sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan para pemilik UMKM untuk mengasah kemampuan wirausaha, inovasi, dan kreativitas mereka dengan mengikuti berbagai pelatihan maupun seminar mengenai kewirausahaan yang diadakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, supaya mereka terdorong untuk menciptakan berbagai ide-ide dan solusi baru untuk perkembangan bisnis mereka. Para pelaku UMKM juga tidak hanya mengikuti pelatihan saja, melainkan harus mengambil tindakan dengan melakukan inovasi pada bisnisnya agar bisnisnya dapat terus bertahan di pasar bahkan mengalami perkembangan.
2. Para pelaku UMKM perlu mendorong diri mereka sendiri untuk keluar dari zona nyaman dan mulai aktif mencoba hal-hal yang baru. Apabila suatu bisnis tidak mau berinovasi dan melakukan perubahan, maka lama kelamaan bisnis mereka pasti akan tertinggal dan kemungkinan besar akan mengalami kegagalan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus memiliki keberanian untuk mengambil risiko karena dengan mencoba hal baru bisa saja mereka menemukan peluang-

peluang baru yang dapat membuat bisnis mereka lebih unggul dari kompetitor.

3. Para pelaku UMKM perlu meningkatkan keterampilan berpikir secara kreatif dan inovatif dengan melatih diri mereka untuk melihat masalah dari berbagai sudut pandang sehingga dapat menghasilkan solusi yang lebih unik dan efektif. Dengan begitu, hal tersebut dapat berdampak pula pada peningkatan performa bisnis mereka. Salah satunya, dengan mengikuti program dan kegiatan terkait dengan pengembangan sektor industri, perdagangan, koperasi, dan UKM dengan instansi terkait lainnya yang disediakan oleh Dinas PPKUKM.
4. Para pelaku UMKM perlu melakukan riset pasar secara mendalam untuk memahami kebutuhan, tren, serta preferensi dari konsumen sehingga dapat mengetahui apa yang sebenarnya mereka inginkan dan butuhkan. Para pelaku UMKM juga perlu melakukan riset terkait kompetitor untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan apa yang mereka miliki. Dengan begitu, para pelaku UMKM dapat meminimalisir terjadinya risiko yang dapat merugikan bisnisnya dan mengetahui strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengungguli kompetitor.
5. Para pelaku UMKM dapat mulai memanfaatkan teknologi-teknologi yang canggih untuk mengembangkan produk atau jasa baru mereka. Para pelaku UMKM dapat menciptakan pembeda dari kompetitor untuk menarik perhatian konsumen dan supaya bisnisnya juga dapat terus unggul di tengah persaingan yang ketat.
6. Para pelaku UMKM dapat berfokus pada inovasi dan menciptakan produk atau jasa yang berbeda dari yang lain, misalnya dengan menawarkan fitur atau manfaat unik yang tidak ditawarkan oleh kompetitor. Namun produk atau jasa tersebut juga harus memperhatikan kualitas dan menerapkan *quality control* untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang dihasilkan telah memenuhi

standar industri dan regulasi yang berlaku sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen.

7. Para pelaku UMKM perlu mendorong orang-orang di bisnis mereka untuk saling berkolaborasi dan bekerja sama satu sama lain untuk berbagi ide dan pengetahuan mereka sehingga dapat menghasilkan suatu solusi kreatif yang lebih baik. Para pelaku UMKM dapat mengembangkan timnya dengan keahlian yang beragam, misalnya dengan mengikuti berbagai pelatihan maupun *workshop* mengenai kreativitas dan inovasi sehingga dapat membantu bisnisnya untuk terus mengalami perkembangan. UMKM dapat mengikuti *workshop* yang diadakan oleh universitas-universitas maupun instansi tertentu pada periode waktu tertentu dengan mencari informasi terkait pada internet maupun media sosial.
8. Para pelaku UMKM dapat mulai mengikuti standar kualitas internasional dan memperoleh sertifikasi yang dapat meningkatkan kredibilitas dan daya saing produknya.

5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Dari kesimpulan penelitian yang telah diperoleh, penulis ingin memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan lebih luas, dimana objek penelitian tidak hanya dilakukan di DKI Jakarta juga, namun juga ke beberapa wilayah lain dengan jumlah UMKM yang tinggi di Indonesia untuk mendapatkan hasil yang lebih variatif dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Peneliti selanjutnya juga bisa mengumpulkan lebih banyak jumlah responden agar data yang diolah dapat lebih komprehensif.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih valid dan reliabel untuk mengukur variabel *entrepreneurial orientation*, *differentiation advantages*, *innovation capability*, dan

SMEs' performance. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat lebih memfokuskan penelitian ke bidang manufaktur tertentu saja.

3. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan kriteria responden yang berfokus kepada UMKM dengan performa usaha yang masih kurang baik agar hasil penelitian kedepannya dapat lebih baik lagi.
4. Peneliti selanjutnya dapat membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian lain yang telah dilakukan dengan topik atau model yang sama agar mendapatkan *insight* yang lebih luas.

