

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Kuliner di Kota Gorontalo. Koefisien positif dalam hasil penelitian ini yaitu semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh UMK Kuliner di Kota Gorontalo maka akan meningkatkan keunggulan bersaing usahanya. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa pemasaran media social berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Kuliner di Kota Gorontalo. Koefisien positif dalam hasil penelitian ini yaitu semakin tinggi penggunaan media social untuk melakukan pemasaran yang dilakukan oleh UMK Kuliner di Kota Gorontalo maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing usahanya
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagi UMK di Kota Gorontalo diharapkan untuk memahami dan mengetahui perubahan lingkungan bisnis yang terus berkembang hingga saat ini agar terus termotivasi untuk melakukan inovasi yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan terus melakukan perbaikan pada lini penjualan, perbaikan pada SDM bagian penjualan, dan perbaikan pada proses bisnis penjualan yang ada saat ini.
2. Dalam penelitian ini Pemasaran Social Media berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan ini perusahaan harus menambah strategi baru dalam melakukan pemasaran melalui social media misalnya seperti memberikan promo-promo menarik, mengadakan give away, dan perusahaan harus lebih konsisten lagi dalam memberikan informasi melalui sosial media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djamaludin. 2012. *Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi*. Jakarta: Erlangga
- Anggai, Anraini Mulya. 2020. "MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING PRODUK MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK." Skripsi. FEKON, Manajemen, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo.
- Curatman, Aang, dkk. 2016. Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, Vol XVIII, No 3. Universitas Swadaya Gunung Jati.
- David, Fred R. 2006. *Strategy Management*. Ichsan Setiyo Budi (Penerjemah). Manajemen Strategi. Salemba Empat. Jakarta
- Dewantara, R. A., Luthfi, I. H., Prodi, D., Pemasaran, M., Terapan, F. I., & Telkom, U. (2020). *Analisis Pemasaran Media Sosial Pada Hotel Unpad Training Center ( Utc ) Bandung 2020 Social Media Marketing Analysis At Hotel Unpad Training Center ( Utc ) Bandung 2020*. 6(2), 2737–2743.
- Dirgantoro, Crown. 2010. *Manajemen Strategik konsep, kasus, dan implementasi*. Jakarta. Grasindo
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2020). *Kasetsart Journal of Social Sciences The role of innovation in creating a competitive advantage*. 41, 15–21.
- Fatmawati, R. A. (2016). PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(9), 1689–1699.
- Gana. (2003). "*Inovasi Organisasi Sebagai Basis Daya Saing Bisnis*", Usahawan.
- Godey, Bruno,dkk. 2016. *Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior. Journal of Business research 09 (2016) 5833-5841*.
- Haji, S., Arifin, R., & ABS, M. K. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing. *Samsul Haji Roid Arifin M.Khairul ABS*, 6(2), 83–95.  
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/438>
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>

- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (Ukm) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(08), 8–21. <https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/02>
- Hunger David J. dan Wheelen L. Thomas (2003), *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi
- Indriyatni, Lies. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil Di Semarang Barat)*. Jurnal Volume 5, No 1. (Online) <http://jurnal.stiesemarang.ac.id>
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid I*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition. Person Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 14th Edition. United States of America: Pearson
- Lukas, B.A. and Ferrel, O.C. 2000. "The effect of Market Orientation on Product Innovation". *Journal of Marketing*. p.20-35
- Partomo, Titik Sartika dan Abd Rachman Soedono. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery : peran orientasi pasar , orientasi kewirausahaan , dan inovasi produk Competitive advantage of cake and bakery business : the role of market orientation , entrepreneurship orientation and product innovation. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88–96. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jmmn.v10i2.4080>
- Prajogo, D. & Sohal, A. 2003. The Relationships between TQM Practices, Quality Performance, and Innovation Performance. *International Journal of Quality and Reliability Management*.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmasari, L. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan Ikan di Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 21–30. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.174>
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmasari, L. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan

- Ikan di Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 21–30.  
<https://doi.org/10.37470/1.23.1.174>
- Russell, S. N., & Millar, H. . (2014). Exploring the Relationship Among Sustainable Manufacturing Practises, Business Performance and Competitive Advantage: Perspective From a Developing Economy. *Journal of Management and Sustainability*, 4(3), 37–54.
- Saerang, R. T. (2020). *ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN DAYA SAING UMKM ( FOOD & BEVERAGE ) DI KOTA MANADO ANALYZING THE USE OF SOCIAL MEDIA IN ENHANCING COMPETITIVENESS OF FOOD AND BEVERAGE MSME ' s IN MANADO CITY Jurnal EMBA Vol . 8 No . 4 Oktober 2020 , Ha. 8(4), 1172–1181*
- Sismanto, Adi. 2006. "Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57.  
<https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Sunyoto, D. (2015). Keunggulan Bersaing. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Taan, H. (2017). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing usaha karawo di kota gorontalo. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 148–158.  
<https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/jbk/article/view/92/97>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>
- Williams, D.L. Crittende, V,L. Keo, T. & McCarty, P. 2012. The use of social media: an exploratory study of uses among digital natives, *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136
- Yadav, M. & Rahman, Z. (2017). The Influence of Social Media Marketing Activities on Customer Loyalty. *Benchmarking: An International Journal. Vol. 25 Issue: 9,3882-3905*

