

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai Strategi Inovasi Proses Dan Media Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Kuliner Di Kelurahan Oesapa, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Strategi Inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Kuliner di Kelurahan Oesapa.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan kompetitif Kuliner di Kelurahan Oesapa.

5.2 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian strategi inovasi proses mendukung teori Tidd dan Bessant (2021) yang menyatakan bahwa inovasi proses dapat meningkatkan efisiensi, kualitas pelayanan, dan keunggulan kompetitif apabila diterapkan secara konsisten dan didukung oleh kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan.

Secara teoritis, hasil penelitian memperkuat teori Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana pemasaran yang efektif dalam membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat citra usaha, serta menciptakan nilai tambah

yang mampu meningkatkan keunggulan kompetitif. Semakin efektif pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan komunikasi, maka semakin tinggi pula kemampuan usaha dalam memenangkan persaingan.

5.3 Implikasi Terapan

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi proses memberi pengaruh yang besar terhadap keunggulan kompetitif usaha kuliner di Kelurahan Oesapa. Namun perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melakukan evaluasi terhadap proses pelayanan, seperti mempercepat waktu pelayanan, meningkatkan ketepatan dalam menerima dan memenuhi pesanan, memberikan kemudahan dalam proses pemesanan dan pembayaran, serta meningkatkan konsistensi pelayanan. Inovasi proses sebaiknya tidak hanya diarahkan pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada perbaikan pengalaman pelanggan selama memperoleh produk atau layanan.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran media sosial memberi pengaruh terhadap keunggulan kompetitif usaha kuliner di Kelurahan Oesapa. Namun aktivitas interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan melalui media sosial masih relatif belum optimal. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan melalui aktivitas seperti membalas komentar, menjawab pesan atau pertanyaan, memberikan tanggapan terhadap ulasan pelanggan, serta membuat komunikasi yang lebih interaktif melalui fitur media sosial. Peningkatan interaksi tersebut

diharapkan dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan meningkatkan keterikatan pelanggan terhadap usaha.

- c. Keunggulan kompetitif merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap pelaku usaha agar mampu bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Namun Kondisi ini menunjukkan bahwa reputasi usaha di mata pelanggan masih perlu diperkuat. Pelaku usaha dapat meningkatkan reputasi melalui konsistensi kualitas produk, pelayanan yang ramah dan responsif, kebersihan tempat usaha, ketepatan dalam memenuhi pesanan, serta kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. Selain itu, pelaku usaha perlu menjaga kesesuaian antara informasi yang disampaikan melalui media sosial dengan kondisi produk dan pelayanan yang sebenarnya. Reputasi yang baik akan terbentuk melalui pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten.