

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan tentang orientasi kewirausahaan terhadap Ibu Lala sebagai generasi penerus dari soto ayam Pak NO, Ibu Lala menjalankan usahanya dibantu oleh karyawan yang sudah bekerja di soto ayam Pak NO dari awal mula soto ayam Pak NO dikelola oleh Bapak Sumono sendiri.

Dalam teori Lumpkin & Dess terdapat 5 dimensi orientasi kewirausahaan sebagai acuan untuk mengetahui apakah Ibu Lala menjalankan usaha soto yang diwariskan terhadap Ibu Lala di teruskan oleh Ibu Lala sendiri apakah Ibu Lala benar-benar melanjutkan usahanya itu atau hanya sekedar menerima warisan usaha dari Pak Sumono, untuk dapat mengetahui apakah Ibu Lala benar-benar menjalankan usahanya atau sekedar menerima warisan usaha saja dapat dilihat dari ke-5 dimensi yang terdapat dalam teori Lumpkin & Dess, ke-5 dimensi tersebut yaitu : inovasi, pengambilan resiko, proaktif, otonomi, agresivitas kompetitif.

Berikut ke-5 dimensi yang terdapat dalam teori Lumpkin & Dess yang di teliti oleh penulis terhadap Ibu Lala beserta penjelasannya:

1. Inovasi

Dari kesimpulan jawaban ke-2 responden di sini Ibu Lala belum sepenuhnya melakukan tindakan inovasi karena sebagian besar Ibu Lala hanya menjalankan usahanya dengan apa yang sudah ada turun temurun dari pemilik awal (Bapak Sumono) seperti racikan bumbu untuk soto, makanan pelengkap seperti perkedel, tempe dan berbagai macam sate. Dalam hal pengembangan menu makanan Ibu Lala juga tidak melakukan inovasi di sini Ibu Lala hanya mengikuti dari para pesaingnya tidak melakukan inovasi sendiri, tetapi dalam pengembangan modal dan perputarannya Ibu Lala melakukannya secara inovatif karena keuntungannya di putar kembali untuk mengembangkan soto Pak NO dengan membuka cabang baru di daerah yang berbeda hal ini menjadi point plus dari Ibu Lala karena beliau sudah berpikir secara inovatif tidak hanya menyimpan hasil keuntungannya saja tapi beliau mengambil keputusan dengan membuka cabang baru di daerah lain

2. Pengambilan resiko

Dari ke-2 jawaban responden tersebut Ibu Lala sudah menerapkan pengambilan resiko pada usahanya. Hal ini ditunjukkan dengan cara beliau bersaing dengan pesaing soto ayam khas Semarang lainnya, cara beliau menentukan letak usahanya, dan cara beliau mengembangkan usaha dengan cara meminjam modal pada bank. Ibu Lala di sini sebagai penerus pemilik usaha soto ayam Pak NO sudah berani membuat keputusan untuk kemajuan usahanya, dengan Ibu Lala menerapkan pengambilan resiko Ibu Lala dapat mengikuti persaingan yang ada di pasaran, agar usahanya berjalan lancar.

3. Proaktif

Dari ke-2 jawaban responden tersebut Ibu Lala sebagai penerus usaha soto ayam Pak NO sudah melakukan proaktif pada usahanya. Dalam hal mencari peluang baru, dan membuat perencanaan terarah untuk memecahkan sebuah masalah. Dalam berberapa hal juga Ibu Lala sudah menerapkan proaktif nya yaitu dalam hal mengantisipasi perkembangan kekuatan dari pesaing lainya dengan cara membuat menu tambahan sebelum ide nya tersebut di ambil oleh oranglain, dan juga dalam mendapatkan sumberdaya dan peralatan yang dibutuhkan dalam mengembangkan produknya tersebut tidak mengalami kesulitan karena semua tersedia dan tidak susah untuk dicari.

4. Otonomi

Dari jawaban ke-2 responden tersebut Ibu Lala tidak menerapkan otonomi dalam usaha nya, di sini Ibu Lala tidak berani dalam mengambil sebuah keputusan membuat solusi dan menangkap peluang baru untuk memajukan usaha soto nya. Di sini Ibu Lala juga tidak berani sendiri karena dalam membuat visi misi usaha nya itu untuk sebagai acuan berjalan usahanya di tentukan oleh Ibu Lala dan suaminya ikut campur tangan dalam membuat sebuah keputusan untuk menjalankan usahanya tersebut. Ibu Lala dalam hal mengkoordinasi usahanya sendiri Ibu Lala sudah melakukan koordinasi semua kegiatanyang terjadi di usahanya terhadap kelangkusang usahanya. Untuk jiwa wirausaha Ibu Lala memiliki jiwa wirausaha dilihat dari semangatnya dalam membuka cabang baru untuk kemajuan usahanya.

5. Agresifitas kompetitif

Melihat dari ke-2 jawaban dari responden tersebut Ibu Lala belum sepenuhnya melakukan agresifitas kompetitif, karena dalam beberapa hal Ibu Lala hanya mengikuti apa yang diperbuat para pesaingnya dalam artian seperti meniru beliau tidak berani membuat peluang baru seperti inovasi baru yang belum ada di para pesaingnya. Ibu Lala di sini menjalankan usahanya hanya sekedar menjalankan apa yang sudah ada dari ayahnya dahulu dan mengandalkan ajaran dari ayahnya terdahulu. Untuk promosi Ibu Lala hanya mengandalkan cara lama yaitu dari omongan ke omongan dari pelangganya yang puas akan rasa soto ayam Pak NO. Ibu Lala dalam hal menentukan sebuah harga untuk bersaing dengan para pesaing lainnya beliau berani memutuskan dengan harga tidak terlalu mahal dan kualitas yang baik. Dalam hal penerapan agresifitas kompetitif Ibu Lala masih cenderung belum melakukan karena beliau hanya meniru dan menjiplak saja tidak melakukan inovasi baru sendiri untuk kemajuan usahanya.

5.2 Saran

1. Pada dimensi pertama yaitu inovasi, penulis memberi saran untuk kedepannya agar usaha soto Pak NO lebih maju lagi dengan menambahkan menu makanan pelengkap dan menambahkan beberapa macam fasilitas teknologi seperti televisi agar konsumen nyaman saat makan di tempat soto Pak NO.
2. Pada dimensi ke dua yaitu pengambilan resiko, penulis menyarankan untuk kedepannya agar usaha soto Pak NO lebih maju lagi dengan lebih berani mengambil resiko dalam pengembangan usaha nya berani berinovasi terlebih dahulu tidak hanya menunggu pesaing lainnya berinovasi baru melakukan inovasi,

lebih cepat tanggap mengambil sebuah inovasi sebelum diambil oleh pesaing lainnya.

3. Pada dimensi ke tiga yaitu proaktif, penulis menyarankan untuk kedepannya agar usaha soto Pak NO lebih maju lagi dengan lebih berani menangkap peluang baru melakukan perencanaan kedepannya agar dapat membuat sebuah solusi untuk dijadikan sebagai peluang baru. Ibu Lala harus selangkah lebih maju dibanding para pesaingnya.

4. Pada dimensi ke empat yaitu otonomi, penulis menyarankan untuk kedepannya agar usaha soto Pak NO lebih maju lagi dengan lebih berani mengambil sebuah keputusan dalam mengatur usahanya mempunyai keputusan sebagai pemimpin dalam mengarahkan usahanya tersebut untuk lebih maju kedepannya.

5. Pada dimensi ke lima atau terakhir yaitu agresivitas kompetitif, penulis menyarankan untuk kedepannya agar usaha soto Pak NO lebih maju lagi dengan berani membuat iklan-iklan atau promosi soto nya itu agar orang-orang tahu keberadaan dari soto ayam Pak NO ini, dalam dimensi ke lima ini Ibu Lala di tuntut lebih melakukan promosi terhadap produknya sendiri.