

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa Kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Koto Tengah Kota Padang
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Koto Tengah Kota Padang
3. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Koto Tengah Kota Padang

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diajukan implikasi penting yang dapat bermanfaat bagi masyarakat terutama pelaku usaha UMKM Kuliner Koto Tengah Kota Padang dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta berdampak terhadap UMKM Kuliner itu sendiri sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada produk mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan dapat membuat UMKM Kuliner Koto Tengah. UMKM Kuliner Koto Tengah harus mampu menghadirkan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang baik untuk para konsumen sehingga menciptakan peningkatan kinerja pemasaran terhadap konsumen dan membuat konsumen sendiri merekomendasikan produk

yang mereka nikmati ke orang lain sehingga terciptanya kepuasan konsumen dalam produk.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada UMKM Kuliner Koto Tangah Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada konsumen di daerah lainnya. Dengan itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya dapat mengujikan model penelitian ini pada UMKM Kuliner di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk sehingga variabel lain dalam bauran pemasaran belum diperhitungkan. Penelitian selanjutnya yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Berdasarkan kondisi yang terjadi dilapangan, penelitian ini menghasilkan rekomendasi untuk UMKM Kuliner Koto Tangah Kota Padang dengan melakukan perbaikan pekerjaan di masa depan yang berkaitan dengan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kinerja pemasaran. Dan melakukan perbaikan sesuai dengan standar yang berlaku serta menginovasi agar terciptanya kinerja pemasaran yang lebih efektif dalam memenuhi target yang diinginkan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., Udayana, I. B. N., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Umkm Warung Kopi di Diy).
- Alvarez-Torres, F. J., Lopez-Torres, G. C., & Schiuma, G. (2019). *Linking entrepreneurial orientation to SMEs' performance: Implications for entrepreneurship universities. Management Decision, 57*(12), 3364–3386.
- Amelia, D., & Susanti, E. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Analysis: A Global Perspective (7th ed.). *New Jersey: Pearson Education*
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka
- Ashari, Y.-, Winarto, W.-, & Nurkhayati, I.-. (2022). *Influence of market orientation, product innovation and digital marketing on marketing performance in fashion MSMEs in Central Java Province. JOBS (Jurnal of Business Studies), 8*(1).
- Astuti, D. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 2*(4), 2097-2109.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan kinerja pemasaran melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 20*(1), 27-38. *Cipta Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3*(1), 238– 241.
- Efan, Vistany Fillayata., Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk terhadap *Entrepreneurial self-efficacy among elementary students: the role of entrepreneurship education. Heliyon, 7*(9).

- Falakhussyaifusoni (2022). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data*
- Hamel C, Wijaya A. (2020), Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha UKM di Jakarta Barat
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.
- Hawa, S. D. (2021). Dampak *Electronic Word Of Mouth* (eWom) pada Smartphone Xiaomi. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban*, 2(2), 27-34
- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 54. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, (7–8), 969-76
- Javier, A.-T. F., Lopez-Torres, G. C., & Schiuma, G. (2019). Menghubungkan Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung).
- Mujahidah, & Wiwoho, S. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 123-135.
- Munthe, R. T. J., & Rahadi, D. R. (2021). Inovasi Dan Kreatifitas Umkm Di Masa Pandemi (Studi Kasus Di Kabupaten Bekasi). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 44-52.

- Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(2), 1-9.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal Ema*, 5(2), 100-109.
- Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021). Peningkatan kinerja pemasaran melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan inovasi produk sebagai variabel intervening. *Prosiding University Research Colloquium*, 51-65
- Nurpratama, M., Sonjaya, N. S., Yudianto, A., & Agung, I. (2024). Studi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Indramayu. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 822-831.
- Oktavinus, O., Zaid, S., & Yusuf, H. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut Di Wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*, 5(2), 211–227.
- Pailis, E. A. (2022). Analisis Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran dan Inovasi UMKM Binaan KPw Bank Indonesia Provinsi Riau. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 89-103.
- Saptono, A., Wibowo, A., Widyastuti, U., Narmaditya, B. S., & Yanto, H. (2021). orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM: Implikasi bagi universitas kewirausahaan.Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1(1), 23–40
- Setiadi, J Nugroho. 2019. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Bogor: Kencana Prenada Media Group

Strategi Pemasaran Digital Bagi Ukm Sari Bakery Di Era Pandemi Covid19.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:
CV Alfabeta

Suryawan. (2019). Perilaku Konsumen. Andi Offset.

Syafruddin, Asdar, M., Parawansa, D. A., & Nohong, M. (2020). Pengaruh
Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Usaha UKM.
Equilibrium Journal, 2(1).terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat.
Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 2(4):63-72. Terhadap Kinerja
Pemasaran. Jamasy:Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan
Perbankan Syariah,2(1), 30–39.

Wahyono. (2022). Orientasi Pasar dan Inovasinya: Pengaruhnya Terhadap Kinerja
Pemasaran Pada Industri Meubel di Kabupaten Jepara.

Zaini, A. C., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Dan
Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. Jurnal Manajerial
Dan Kewirausahaan, 3(1).

Zuliasanti, K., Rusdarti, R., & Sakitri, W. (2020). Pengaruh orientasi pasar, orientasi
kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran ukm.
Business and Accounting Education Journal, 1(1), 73-83.