

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. Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tangah, Kota Padang
2. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tangah, Kota Padang
3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tangah, Kota Padang

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM jasa khususnya di Koto Tangah. Ini berarti pelaku UMKM perlu lebih fokus dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, memahami kebutuhan pasar, dan terus meningkatkan semangat kewirausahaan agar tidak tertinggal oleh pelaku UMKM jasa lainnya dan dapat berkembang dan bersaing dengan baik. UMKM disarankan untuk memanfaatkan media digital dan sosial media sebagai bagian dari strategi pemasaran guna menjangkau lebih banyak konsumen secara efektif,

karena pada saat sekarang social media atau media digital yang bisa membuat usaha jadi cepat terkenal atau dikenal oleh banyak orang. Dengan memiliki orientasi pasar yang kuat UMKM mampu menyesuaikan diri dengan keadaan perubahan dan tren pasar.

5.3. Keterbatasan dan saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah saran dan keterbatasan penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pemilik UMKM jasa di Koto Tangah, sehingga hasilnya mungkin belum dapat digeneralisasikan untuk pemilik UMKM jasa di wilayah lain. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menguji model ini pada pemilik UMKM jasa di daerah lain.
2. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yang memengaruhi kinerja UMKM, yaitu strategi pemasaran, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan, sehingga variabel lain yang berpotensi memengaruhi kinerja UMKM, seperti inovasi produk, masih belum diperhitungkan. Dengan demikian, peneliti berikutnya dianjurkan untuk menambahkan variabel-variabel tersebut ke dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- (Aditya. (2012). Analisis Pemetaan Permasalahan Pembukuan Umkm Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Optimum*, 9(2), 124–132. Wwww.Depkop.Go.Id
- Al Mamun, A., Kumar, N., Ibrahim, M. D., & Bin Yusoff, M. N. H. (2017). Validating The Measurement Of Entrepreneurial Orientation. *Economics And Sociology*, 10(4), 51–66. <https://doi.org/10.14254/2071-789x.2017/10-4/5>
- Amrulloh. (2017). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science Tahun 2017*, H.
- Anggraini Et Al. (2021). Mantap: Journal Of Management Accounting, Tax And Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.
- Arikunto, A. (2006). Prosedur Penelitian.Pdf. (N.D.).
- Assauri, Dalam A. (2020). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jmb : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/Jmb.V10i1.4233>
- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja Umkm Sebagai Katalis Perekonomian Indonesia Dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Inspire Journal: Economics And Development Analysis*, 1(1), 75–86. <https://ejournal.uksw.edu/inspire/article/download/4856/1771>
- Caylina, E., Nelly Sari, R., & Anugerah, R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Provinsi Riau (Pada Sektor Industri Pengolahan Kelapa Sawit). *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 137–147.
- Christian And Mananeke. (2016). *Pengaruh Inovasi Produk , Keunggulan Bersaing , Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Umkm*. 1–9.
- D. Yadi Heryadi, Dhiana Ekowati, & Dhety Chusumastuti. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 94–107. <https://doi.org/10.52005/Bisnisan.V5i1.137>
- D Butler. (2006). Enterprise Planing And Development. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-gene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Dani. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Solo Baru Untuk*. 3, 1–5.
- Demadi, D., Sugiarto, & Tony Sitinjak. (2007). Strategi Menaklukkan Pasar

- Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek. In *Pt. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Fariha* (Pp. 127–134).
- Dzisi & Ofosu¹, 2014). (2014). Pemberdayaan Umkm Tentang Pentingnya Adaptasi Digital Dan Legalitas Usaha Di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V2i1.177>
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4 No 1(2), 46–55.
- Ernani Hadiyati. (2011). Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(2), 10. <http://puslit2.petra.ac.id/Ejournal/Index.php/Man/Article/View/17975>
- Fadillah. (2017). Manajemen Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 48–65.
- Fanreza, A., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Food And Beverage Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 78–86. <https://doi.org/10.55606/Jurimbik.V2i3.290>
- Fasha, H. F., & Putu Nina Madiawati. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Prooduk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Produk Zara Di Kota Bandung*. 6(2), 4060–4080.
- Fitria Sari, L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Semarang, U. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Pakaian Jadi Di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Manajemen Analisis Jurnal*, Vol 2 No 1(1), 110–116. <http://journal.unnes.ac.id/Sju/Index.php/Maj>
- Fitriani, I., & Luthfi, M. (2022). Sosialisasi Kemajuan Usaha Pada (Umkm) Untuk Memperkuat Keinginan Pembeli Dan Kepuasan Pelanggan Agar Menjadi Pelanggan Tetap. *Kontan: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 13–21. <https://doi.org/10.59818/Kontan.V1i1.146>
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning Emea.
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Ukm Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V3i2.11897>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen Stie Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73.

<https://doi.org/10.35906/Jm001.V7i1.729>

- Israwati, & Iskandar, N. (2023). *Penjualan Pada Umkm Tahu Sumedang Bang Amir (Studi Kasus Pada Umkm Tahu Sumedang Bang Amir , Kecamatan Medan Denai , Kota Medan).* 2(6), 852–863.
- Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Ukm Di Pasar Lokal: Studi Pada Industri Kreatif Di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(01), 1–10. <https://doi.org/10.58812/Jbmws.V3i01.970>
- Kotler Dan Ketler Dalam Asnawi. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Pt. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Latisia, S. (2019). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Kediri. *Jurnal Mediasosian : Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara*, 1(2), 149–162. <https://doi.org/10.30737/Mediasosian.V1i2.202>
- Liekyhung, L., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm Dki Jakarta Yang Dimediasi Oleh Kompetensi Kewirausahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 731–738. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V4i3.19767>
- Mardiyono, A. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Tinjauan Teoritis). *Serat Acitya*, 4(1), 48–59.
- Nasruddin. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Holistic Journal Of Management Research*, 9(2), 12–24. <https://doi.org/10.33019/Hjmr.V9i2.4480>
- Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kreativitas Strategi Pemasaran, Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Umkm Batik Di Kota Yogyakarta Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(5), 1194–1213. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V4i5.1079>
- O’cass, A. (2000). An Assessment Of Consumers Product, Purchase Decision, Advertising And Consumption Involvement In Fashion Clothing. *Journal Of Economic Psychology*, 21(5), 545–576. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(00\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(00)00018-0)
- Ospina, J. M., & Perez, G. (2013). A Measure Of Market Orientation: Development And Validation In A Different Cultural Context. *Innovar*, 23(49), 41–49.
- Prapiani. (2014). *Diponegoro Journal Of Accounting* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/Accounting> Volume , Nomor , Tahun 2024,

Halaman 1 Issn (Online): 16.

- Priatni, S. B., Hutriana, T., & Hindarwati, E. N. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variable Intervening Pada Martha Tilaar Salon Day Spa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, 5(3), 145. <https://doi.org/10.35384/Jemp.V5i3.165>
- Rahmadani. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Umkm Warung Jepang Mami Ale Telagasari. *Primer : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 322–330. <https://doi.org/10.55681/Primer.V1i3.151>
- Sarjana, S., Susandini, A., & Azmi, Z. (2021). Manajemen Umkm. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. <http://repository.usahid.ac.id/2296/1/22-11-77-Ebook-ManajemenUmkm.Pdf>
- Sinkula., B. Dan. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pedagang Pakaian Jadi Di Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 2301–2309. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i5.1584>
- Slater, N. Dan. (2020). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Pengolahan Di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Xii(2), 121–148.
- Soemohadiwidjojo. (2021). Sosialisasi Tentang Manajemen Kinerja Pada Umkm Vino Cake Bu Tuti Desa Batu Raden Kecamatan Batu Jaya. 16(2), 6.
- Sofyan, S. (2017). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article Text-380-1-10-20180728-3.Pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article%20Text-380-1-10-20180728-3.Pdf)
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Issue January).
- Sumiati. (2015). Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan Umkm Di Kota Surabaya. *Jmm17*, 2(01). <https://doi.org/10.30996/Jmm17.V2i01.421>
- Suryanita. (2024). *Jurnal Ekonomi , Manajemen , Bisnis Dan Sosial Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Olahan Susu Sapi*. 5(November), 41.
- Theofadilla, A. Yosef, & Handoyo, S. E. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Umkm Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 753–761. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V6i3.31608>

- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Dimoderasi Teknologi Pada Masa Pandemi Covid-19 The Effect Of Marketing Strategy On Improving Smesperformance Is Moderated By Technology During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 20371. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kerupuk Tuir Di Kota Bengkulu. *Visa: Journal Of Vision And Ideas*, 4(3), 67–82. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813>
- Tomaskova. (2008). The Current Models Of Market Orientation • - Masaryk University, Czech Republic. *Annals Of The University "Constantin Brâncuși" Of Tg-Jiu*, 4(1), 9–16. http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2008-01/58_Eva_Tomaskova.pdf
- Triapnita Nainggolan Et Al. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Tsai. (2017). Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(2), 277–286.
- Usman, Syahrini And Artiningsih. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60–72. <https://doi.org/10.24905/permana.v13i1.117>
- Weerawardena. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Batik Di Kabupaten Jombang. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 5(1), 56. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- Wilantara, R. F., & Susilawati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Mobile, Harga Dan Kualitas Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Tepak Manajemen Bisni*, 12(3), 439–459.
- Yusup And Ramdani. (2022). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar) Online Marketing Strategy (Case Study Of Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank In Makassar). *Jurnal Komunikasi Manajemen*, 7(2), 125.
- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>
- 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. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i1.3893>