

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kota Padang.
2. Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kota Padang.

5.2 Implikasi

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi UMKM kuliner kemasan di Kota Padang. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan yang baik guna meningkatkan keberanian dalam mengambil risiko saat memasuki pasar baru.

Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Strategi inovasi produk yang kurang efektif berpotensi menurunkan efisiensi dan efektivitas kegiatan pemasaran. Selain itu, inovasi produk yang kurang optimal tidak mampu mengembangkan kemasan yang sesuai dengan tren mode yang terus berkembang.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka selanjutnya dapat disampaikan beberapa saran serta keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini.

1. Penelitian ini terbatas pada UMKM kuliner kemasan di Kota Padang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk UMKM kuliner kemasan di wilayah lain. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya menguji model penelitian ini pada UMKM di daerah-daerah lain guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.
2. Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran, sehingga variabel lain yang berpotensi berdampak pada kinerja pemasaran, seperti promosi, media sosial, dan kualitas produk, belum termasuk dalam kajian ini. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penambahan variabel-variabel tersebut ke dalam model penelitian guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.
3. Penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan jumlah responden yang lebih besar guna memperoleh hasil yang lebih representatif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. 2011, 1–23.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 1). Erlangga.
- Cahyani, A. A., Mallongi, S., & Mahmud, A. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Makassar. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 219–232. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>
- Clark, B. H. (2001). A summary of thinking on measuring the value of marketing. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 9(4), 357–369. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740026>
- Dr. SUGIONO. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 1–15. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12175>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, J. B., Anderson, & E., R. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education. (pp. 1–761).
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. 5(10), 6580–6609.
- Hartanty, I. I., & Ratnawati, A. (2013). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. *Ekobis*, 14(2), 72–89. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/download/568/470>
- Hatta, I. H. (2015). Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4), 653–661.
- Herlinawati, E., Membangun, S. I., & Pendidikan, U. (2019). PENGARUH WIRAUSAHA KINERJA DI INDONESIA. 22, 1–15.
- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 54. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5308>
- Karinda, M. V. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Pengaruh Strategi

- Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome PT.Telkom Area Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1568–1577.
- Keller & Kotler. (2017). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Erlangga.
- Kiki, Rusdarti, & Sakitri, W. (2020). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UKM*. 1, 73–83.
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintug, M. C. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Kawangkoan). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 486–499. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45937>
- Manek, D. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 51–61.
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- 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. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Nugroho, J., Linawati, L., & Mahatma, T. (2019). International Journal of Active Learning Analysis of Lecturers Competency Performance Evaluation using Fuzzy Modeling. *International Journal of Active Learning*, 4(2), 99–113. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/ijal/article/view/20025>
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Pelanggan, P. O., Dan, O. P., Produk, I., & Kinerja, T. (2012). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Management Analysis Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.15294/maj.v1i2.1400>
- Putra, I. M. S., & Suparna, G. (2020). PERAN KEUNGGULAN BERSAING MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA BISNIS. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2852. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p19>

- Putriasih, D. M., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Di Badung. *Buletin Studi Ekonomi*, 26(2), 207. <https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i02.p05>
- Rahmawati. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pangan Olahan di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 325–335. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.02.9>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 761–787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.9>
- Sefnedi. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.149>
- Sefnedi, Sukma, T., & Yadewani, D. (2022). The Impact of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on SME's Marketing Performance. *International Journal of Indonesia Business Review*, 1(1), 12–20.
- Soleh, A. (2017). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Wulan Sari. (2013). Analisis pengukuran kinerja pemasaran melalui financial metrics. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 04(01), 1–14.
- Zuliasanti, K., & Sakitri, W. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Ukm. *Business and Accounting Education Journal*, 1, 73–83. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej>