

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Padang.
2. Keunggulan Bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kota Padang.

#### **5.2 Saran**

Agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain dan menarik pelanggan dengan meningkatkan nilai produk dan layanan sebagai jawaban atas kebutuhan pelanggan, diharapkan para pelaku UMKM Kuliner Saji di Kota Padang meningkatkan orientasi pasarnya.

Disarankan agar pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kota Padang tetap mempertahankan keunggulannya dan mengembangkannya dengan mengenal pelanggan lebih baik, membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka, dan memberikan pelanggan nilai yang lebih baik dari apa yang ditawarkan pesaing.

#### **5.3 Implikasi Praktis**

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha UMKM kuliner Padang sekaligus pedoman praktis. Berdasarkan temuan penelitian ini, kinerja pemasaran UMKM di Padang termasuk dalam kategori

belum baik. Akibatnya, diperlukan berbagai inisiatif untuk meningkatkan kinerja pemasaran ke depan bagi UMKM kuliner di Kota Padang.

Peningkatan orientasi pasar dapat digunakan untuk melakukan upaya peningkatan kinerja pemasaran di Kota Padang untuk melayani UMKM di industri kuliner seperti yang telah dijelaskan di atas. Hal ini karena temuan penelitian ini menunjukkan secara empiris bahwa variabel orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM. Walaupun pada saat penelitian ini variabel orientasi pasar dinilai cukup baik (skor rata-rata 3,67 dan TCR 73,39%), pelaku UMKM harus dapat meningkatkan orientasi pasar di masa mendatang sehingga skor rata-rata akan naik di atas 3,67.

Dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran UMKM Kuliner saji di Kota Padang, pelaku UMKM juga harus mempertimbangkan untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya. Hal ini karena temuan penelitian ini telah menunjukkan secara empiris bahwa kinerja pemasaran UMKM dipengaruhi oleh keunggulan bersaing. Meskipun variabel keunggulan bersaing pada saat penelitian ini dinilai cukup tinggi (skor rata-rata 3,85 dan TCR 77 %), pelaku usaha UMKM harus lebih mampu mendongkrak keunggulan bersaingnya di masa mendatang sehingga menghasilkan skor rata-rata yang lebih tinggi dari 3,845. Dengan memperhatikan dan memperbanyak item pernyataan pada variabel keunggulan bersaing dengan skor rata-rata yang relatif rendah, pelaku UMKM dapat memaksimalkan keunggulan bersaingnya. Akibatnya, pelaku UMKM dianggap penting untuk meningkatkan keunggulan bersaing bisnis mereka.

#### **5.4 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada UMKM kuliner saji, sehingga penelitian tidak sama dengan jenis UMKM lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti UMKM kuliner kemasan, UMKM kerajinan, UMKM jasa, dll.
2. Peneliti selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran maupun variabel yang menjadi akibat dari kinerja pemasaran.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 pelaku usaha UMKM atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Djamila. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar, *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 2597-6990, 95-111.
- Ariantini, P. W., Eka, I. G. A. N. G., Kusuma, T., & Rihayana, G. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Kerajinan Keramik di Badung. *VALUES*, 1(3).
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ar, I. M. (2012). *The impact of green product innovation on firm performance and competitive capability: the moderating role of managerial environmental concern*. *Ilker Murat Ar / Procedia - Social and Behavioral Sciences* 62 ( 2012 ), 854-864.
- Cacciolatti, L. a. (2016). *Revisiting the relationship between marketing capabilities and firm performance: The moderating role of market orientation, marketing strategy and organisational power*. *WestminsterResearch*, 1-18.
- Cynthia Vanessa Djodjobo, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014 ISSN 2303-1174*, 1214-1224.
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1), 2020.
- Erni Jayaningrum, B. S. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 54 No. 1 Januari 2018*, 149-158.
- Ferdinand. 2000. *Manajemen Pemasaran: Sebuah pendekatan Strategi*. Research paperseries, Semarang
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno, N. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351-362.
- Goyal, S.K dan Cardenas-Barron, L.E 2001. *Note on : An Optimal Batch Size for a Production System Operating Under a Just In Time Deivery System*, *International Journal of Production Economics*
- Gunisto dan Hanfan. (2019) *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran UMKM*. Semarang: Indonesia Research Society (IRS).
- Hajar, Siti dan Sukaatmadja, I Putu Gde. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580-6609 ISSN: 2302-8912.
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market Orientation and

## Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link

- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hatta, I. H. (2015).. Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(4), 653-661.
- Hendri Herman, H. H. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention ISSN: 2455-4286 Volume 04, Issue 08 August 2018*, 8-21.
- Ibrahim, R., & Primiana, I. (2015). Influence of strategic competitive advantage on cooperation performance. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(4), 1-18.
- Kadarningsih, A. (2013). Keunggulan Bersaing; Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja Selling-In (Studi pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang). *MEDIA*, 21(1).
- Kotler dan Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kesembilan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Mardiyono, Aris. (2018). Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 82-90, 2302-2752
- Mardiyono, A. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar, Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Tinjauan Teoritis). *Serat Acitya*, 4(1), 48.
- Methasari, M., Kurniawan, G., & Sidik, A. R. (2018). Analisis orientasi pasar, inovasi dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kabupaten Madiun. *Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 8(2).
- Mulyani. (2015). Inovasi sebagai variabel intervening (Studi Empiris pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 4, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Naninsih, N., Alam, S., & Indriasari, D. P. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 479-490.
- Narver, J., & Slater, S. 1990. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol.54.
- Narver, Jhon C., & Stanley F. Slatter. 1990. The Effects of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54 (4), 20 – 35
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., dan Wright, P. 2003. *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (4th ed.). MC Graw Hill,

Boston

- Nofrizal, N. (2021). Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pengrajin rotan Pekanbaru. *Journal of Business and Banking*.
- 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.
- Priatin, Y., Surya, D., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gerabah di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*.1(1)
- Puspitasari. (2015). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1). [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Rahadhini, M. D., & Lamidi, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing di Kota Solo. *J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 4(2), 81-91.
- Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Usaha Kerajinan Kayu di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Situro). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 447-457.
- Saraswati dan Santika. (2019). Peran inovasi produk memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran produsen makanan oleh-oleh khas bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 6992.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p05>
- Sari, W. R., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 933-944.
- Sefnedi. (2017). The Market Orientation and Performance Relationship: The Empirical Link in Private Universities, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 1411-1438, 28-37.
- Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Suryaningsih, L. P., Putu, I., Sukaatmadja, G., Nyoman, N., & Yasa, K. (2018).

Peran keunggulan bersaing memediasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran umkm produk endek di denpasar (Vol. 8, Issue 1).  
[www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)

- Usmara, Usi. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara, *Media ekonomi dan manajemen*, 31(2).
- Wachjuni. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*. 2 (1):1-23.
- Wahyono, (2002), Orientasi Pasar dan Inovasinya: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1 N0.1. Hal 23-40.
- Wu, D. (2009). “*Measuring Performance in Small and Medium Enterprises in the Information & Communication Technology Industries*,” Working paper, RMIT University.