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 di Kota Padang.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaingpada UMKM di Kota Padang.
3. Keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.
4. Keunggulan bersaing tidak memediasi hubungan antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi UMKM di Kota Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran UMKM Kota Padang masih tergolong sedang. Dengan demikian, masih pelu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori sedang bahkan mencapai tinggi. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningatkan kinerja pemasaran pada UMKM Kota Padang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan

orientasi pasar. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris menunjukan bahwa variabel orientasi pasar dapat mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM di Kota Padang.

Untuk meningkatkan orientasi pasar bisa di lakukan dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, diantaranya :

1. Pelaku UMKM di Kota Padang hendaknya lebih mencari pelanggan potensial untuk memiliki keunggulan kompetitif.
2. Semua bagian yang ada disuatu perusahaan UMKM di Kota Padang hendaknya lebih saling bekerja sama untuk berbagi informasi tentang strategi pesaing
3. Pelaku UMKM di Kota Padang hendaknya lebih cepat menanggapi tindakan persaingan yang dapat mengancam usaha.
4. Pelaku UMKM di Kota Padang hendaknya lebih teratur berdiskusi tentang kekuatan dan strategi pesaing.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan keterbatasan dan saran dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM yang ada di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada UMKM di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan

datang dapat mengujikan model penelitian ini pada UMKM di daerah lainnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu varibel orientasi pasar dan keunggulan bersaing,sehingga variabel variabel lain yang berpotensi dapat mempengaruhi kinerja pemasaran seperti orientasi kewirausahaan dan bauran pemasaran masih terbaikan.Dengan demikian bagi peneliti yang akan datang hendak nya menambahkan variabel variabel lain tersebut kedalam penelitian selanjutnya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 64 orang responden,sehingga disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Alrubaiee, L. (2013). An investigation on the Relationship between New Service Development , Market Orientation and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management*, *5*(5), 1–27.

Amin, M., Sudarwati, S., & Maryam, S. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *3*(02), 501–510. https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.664

Ani, L. N. (2020). … Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok …. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2005*, 2076–2086. http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/982

Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 56. https://doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077

Arikunto, A. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. PT. Rineka Cipta*.

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. https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397

Ernawati, Mahardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan keunggulan kompetitif umkm melalui strategi orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, *5*(2), 144–153.

Fadila, F., & Yuniarti, Y. (2021). Pengaruh Kinerja Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Ukm Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung. *Fadila Feni, Yuniarti Yuyun*, *3*(1), 1–19.

Fadli, M., Heriyanto, M., & Othman, L. (2022). *Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Olahan Ikan Patin di Kampung Patin , Desa Koto Mesjid ,*. *4*, 378–386.

Farchan, F. (2018). Strategi MSDM Sebuah Cara Menciptakan Kinerja Organisasi Dalam Mencapai Keunggulan BersaingFarchan, F. (2018). Strategi MSDM Sebuah Cara Menciptakan Kinerja Organisasi Dalam Mencapai Keunggulan

Bersaing. Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 4(1, Ma. *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, *4*(1, March), 42–52. https://doi.org/10.5281/zenodo.3551998

Fatonah, S. (2021). Peran Orientasi Pelanggan Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, *5*(1), 78–97. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4750

Fauziah, Y. N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UKM Batik Surabaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *8*(2), 1–16.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 3. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*

Ferdinand, A. (2018). Keunggulan Diferensiasif. In *Fakultas Ekonomi universitas di ponegoro* (Vol. 12, pp. 1–15).

Ghozali, I. & H. L. (2015). (2015). *Partial Least Aquares Konsep, , Teknik Dan Aplikasi Smart Pls 2.0. . Universitas Diponegoro.*

Ghozali, I., & Latan, H. (2019). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (S. Toni (ed.); 4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Rstedt, M. S. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Long Range Planning, 46(1–2), 184–185. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002*.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Pearson Education.

Hidayat, S., & Murwatiningsih. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Kapabilitas Pemasaran pada UMKM Lanting di Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen. *Management Analysis Journal*, *7*(1), 98–109.

Hudha, N., Rahadhini, M. D., & Sarwono, A. E. (2022). Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada UKM Tenun Lurik di Desa Mlese, Cawas, Klaten). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, *19*(1), 70. https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.11516

Indriantoro, Nur dan Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset, CV.*

Kencana, P. A. P., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Buletin Studi Ekonomi*, *26*(2), 177. https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i02.p03

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7, p. 1835).

Mamengko, D., Tawas, H. N., Mamengko, D. G., Tawas, H. N., Ch Raintung, M., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2023). the Effect of Market Orientation and Product Innovation on Marketing Performance With Competitive Advantage As Intervening Variables (Case Study on Micro, Small and Medium Enterprises in Kawangkoan District). *Raintung. 486 Jurnal EMBA*, *11*(Januari), 486–499.

Manahera, M. M., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(4), 3603–3612.

Manambing, A., Mandey, S., & Tielung, M. V. . (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Kuliner Tinutuan Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(4), 3803–3812.

Manek, D. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, *8*(2), 51–61. http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juima/article/view/287%0Ahttp://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juima/article/download/287/278

Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *1*(2), 183–195. https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.29

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). https://doi.org/10.33005/jdg.v8i2.1192

Mufarikhah, D. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Demak. *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan*, *November*, 324–335.

Muhajirin, M., & Kamaluddin, K. (2019). ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK PENGARUHNYA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Pada UMKM Tenun Gedogan Kota Bima). *Jmm Unram - Master of Management Journal*, *8*(4), 407–418. https://doi.org/10.29303/jmm.v8i4.474

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

Nofrizal, N., Aznuryandi, A., N, A., Affandi, A., & Juju, U. (2021). Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pengrajin rotan Pekanbaru. *Journal of Business and Banking*, *10*(2), 279. https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2487

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. http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1612

Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, *7*(1), 66. https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78

Pertiwi, Y. D., & Siswoyo, B. B. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kripik Buah di Kota Batu. *Syariah Paper Accounting FEB UMS 3*, 231–238.

Putri, V. P., & Arifiani, R. S. (2022). Orientasi Pasar Dan Budaya Organisasi Dalam Mempengaruhi Inovasi Dan Kinerja Pemasaran. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(1), 11–21. https://doi.org/10.35829/magisma.v10i1.157

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. https://doi.org/10.26805/jmkli.v4i2.109

Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, *21*(2), 178. https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510

Sari, Y., & Gultom, A. W. (2019). Pengaruh bauran pemasaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada usaha waralaba di Kabupaten Oku.

Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen, *1*(1), 9–16. https://doi.org/10.35912/jakman.v1i1.2

Sefnedi, S. (2017). the Market Orientation and Performance Relationship: the Empirical Link in Private Universities. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *19*(1), 28–37. https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.28-37

Siahainenia et al. (2020). Analisis Pengaruh Orientasi Pesaing, Diferensiasi Produk, Positioning Produk Terhadap Kinerja Produk Gula Rendah Kalori Merek Tropicana Slim Di Kota Ambon. *Jurnal Masohi*, *01*(1), 43–57.

Sismanto, A., Ranidiah, F., & Tarisa, A. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam*, *4*(2), 361–370.

Slater, S. F., & Narver, J. C. (1998). Customer-led and market-oriented: Let's not confuse the two. *Strategic Management Journal*, *19*(10), 1001–1006. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199810)19:10<1001::AID-SMJ996>3.0.CO;2-4

Sophya Suciati, F., Deni Muhammad Danial, R., & Muhamad Ramdan, A. (2020). Kapabilitas Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Coffee Shop. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *8*(1), 37–45. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Taufik, M. M. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan UKM dimediasi keunggulan bersaing (studi pada UKM di smesco Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, *6*(2), 139–155.

Udriyah, Tham, J., & Ferdous Azam, S. M. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile smes. *Management Science Letters*, *9*(9), 1419–1428. https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009

Ulya, Z. (2019). Pengaruh orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran (Studi kasus pada industri kecil pengolahan pisang sale di Kabupaten Aceh Timur-Aceh). *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, *4*(2), 114–125.

Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Ukm Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *3*(3), 875. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13219

Wirawan, Y. R. (2017). 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

Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *13*(2), 69–77. https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77

Yakin, A. H., & Suhaeni, T. (2020). *Peranan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada UMKM Lampu Gentur Cianjur*. *6*(1), 15–22.

Yulia Aisyah Wulandari, Rini Kuswati, Nabila Ayu Wijayanti, Yusfina Sekar Qudsiyah, & L. K. A. (2022). *The Effect of Altruistic on Green Purchase: Mediated role of Eco-Social Attitudes.*

Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Strategi Diferensiasi sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *8*(1), 20. https://doi.org/10.23887/ekuitas.v8i1.24410

Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). *Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. Journal of Consumer Research, 3(7), 197– 206.*