

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan uraian pengujian hipotesis yang telah di jelaskan diatas maka dapat diajukan beberapa kesimpulan penting yaitu:

1. Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Solok.
2. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Solok.
3. Religiusitas berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Solok.
4. Religiusitas memperkuat hubungan antara orientasi pemasaran dengan kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Solok.
5. Religiusitas memperkuat hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Solok.

5.2 Implikasi Penelitian

Sejalan dengan hasil pengujian hipotesis diatas maka peneliti mengajukan beberapa impliksi penting sebagaimana hasil penelitian yang ditemukan kinerja pemasaran yang dimiliki UMKM di Kabupaten Solok berada pada kategori tinggi, sehingga dimasa mendatang diharapkan agar kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Solok meningkat ke sangat tinggi. Hal yang dapat dilakukan untuk mendorong meningkatkan religiusitas maka perlu ditingkat implementasi nilai-nilai religiusitas yang masih rendah yaitu meningkatkan rasa takut pada Allah dan selalu berlaku jujur dalam berusaha.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Peneliti menyadari bahwa tiada penelitian yang memiliki kesempurnaan yang mutlak, hal tersebut juga berlaku pada penelitian ini. Dimana penelitian ini, memiliki sejumlah keterbatasan yaitu:

1. Ukuran sampel yang digunakan relatif kecil, sehingga ikut mempengaruhi hasil penelitian yang diperoleh. Oleh sebab itu bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan memperluas ruang lingkup objek penelitian yang akan dilakukan, dimana memperluas wilayah penelitian yaitu tidak hanya di wilayah Kabupten Solok. Hal tersebut penting untuk mendorong meningkatnya kualitas hasil penelitian yang akan diperoleh oleh peneliti dimasa mendatang.
2. Masih terdeteksinya sejumlah variabel yang juga dapat mempengaruhi kinerja pemasaran yang tidak digunakan dalam penelitian ini, inovasi usaha, seperti citra merek, ekuitas merek dan sebagainya. Oleh sebab itu bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan memperluas ruang lingkup objek penelitian yang akan dilakukan, dimana memperluas wilayah penelitian yaitu tidak hanya di wilayah Kabupten Solok. Hal tersebut penting untuk mendorong meningkatnya kualitas hasil penelitian yang akan diperoleh oleh peneliti dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfariz, A. B., & Saloom, G. (2021). Religious Tolerance Measurement: Validity Test in Indonesia. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*, 10(1), 67–78. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v10i1.16482>
- Alhawiti, H. M., & Kamarudin, S. (2021). the Role of Culture in the Effects of Entrepreneurial Orientation and Religiosity on Business Performance Among Women Entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(5), 2021.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Asyhari, A., Pudjihastuti, S. H., & Kurdaningsih, D. M. (2018). Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(2), 111–131. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss2.art1>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On The Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74–94.
- DasGupta, R., & Pathak, R. (2021). Role of educational, regional and religious attributes of CEOs in performance of Indian family firms. *International Journal of Managerial Finance*. <https://doi.org/10.1108/IJMF-06-2021-0268>
- Desiyanti, R., & Kassim, A. A. M. (2020). Financial Literacy on Business Performance: The Moderating Effect of Religiosity Among SMEs In Sumatera, Indonesia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(2), 87–99. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v10-i2/7371>
- Djunaid, I. S. (2020). Historical and Cultural Studies on Martial Arts Tourism of Penca Silat Aliran Cimande At Tarikolot Village. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(1), 52–71. <http://ojs.sampoernauniversity.ac.id>
- Efendi, S., Sugiono, E., & Sigit, S. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Pengembangan Karir Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah (LLP-KUKM). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *Jshp*, 4(1), 46–55.
- Fatmawati, R. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fatmawati, R. A. (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), 351–352.
- Ferinaldy, F., Muslikh, M., & Huda, N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang

- Elektronik. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 211–222. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v1i2.1531>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 3950.
- 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., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Hari Adi, P., & Adawiyah, W. R. (2018). The impact of religiosity, environmental marketing orientation and practices on performance: A case of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 841–862. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2016-0067>
- John Hulland. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195.
- Kajalo, S., & Lindblom, A. (2015). Market orientation, entrepreneurial orientation and business performance among small retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 43(7), 580–596. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2014-0044>
- Keller, K. L. (2016). Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity. In *Journal of Brand Management* (Fourth Edi). Pearson. <https://doi.org/10.1057/bm.1998.36>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). Marketing management 4th European edition. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).
- Kotler Philip, A. G. (2021). Principles of Marketing. In *Pearson Education* (18e Global). Pearson Education.
- Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 15–25. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554>
- Novrianda, H., Shar, A., & Arisandi, D. (2022). Increasing Marketing Performance through Development of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation (A Study on the Participation of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bengkulu Province). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(2), 15084–15097.
- Olanrewaju Kareem, Adi Anuar bin Azmin, T. S. T. A. (2017). The Effect of Islamic Work Ethics on he relationship between market orientation and SME performance in Nigeria. A PLZ SEM Analysis. *International Journal of*

Economics, Business and Management Research Vol., 1(04), 433–445.

- Palupi, M., & Tjahjono, H. K. (2016). A model of religiosity and organizational justice: The impact on commitment and dysfunctional behavior. *Proceedings of the 27th International Business Information Management Association Conference - Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, IBIMA 2016*, 1781–1790.
- Pearce, J. A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(1), 219–248. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00315.x>
- Putri, M., & Susanto, P. (2021). Entrepreneurial Orientation on Small and Medium Performance: The Role of Religiosity as Moderator. *Marketing Management Studies*, 1(3), 132–141. <https://doi.org/10.24036/jkmp.v1i1>
- Retnawati, B. B., & Retnaningsih, C. (2020). *Role of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Competitive Advantage Through Marketing Performance: The Study at Marine-Based Food Processing Industry in Central Java*. 135(Aicmb 2019), 66–71. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200410.011>
- Rochmawati, T. (2022). Peran budaya organisasi dan religiusitas terhadap kinerja usaha kecil dan menengah di kota pekan baru. *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research*, 1(1), 22–30.
- Sabil Hussein, A. (2019). Entrepreneurial Market Orientation and Marketing Performance: An Evidence from Malang Soybean Cracker Industry. *Jurnal Sosial Humaniora*, 75–82. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Sefnedi. (2018). Factors Associated Eith Participant's Satisfaction For Scientific Article Writing Traning. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(1), 1–7.
- Sefnedi. (2019). The Impact of Service Quality on Banking Customer Loyalty: the Role of Satisfaction and Switching Costs As Mediator. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.191>
- Sekaran, U. (2017). *Research Methods for Business A Skill Building Approach* (14th ed.). John Wiew & Sons Inc.
- Setyaningsih SU, E. W. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Moderasi. *Riset Fair*.
- Sudarmadji, C. F., Sidharta, H., & Wiryakusuma, I. G. B. Y. (2020). the Effect of Entrepreneurship Orientation and Market Orientation on Marketing Performance of Furniture Home Industry in Sawahan District. *Review of Management and Entrepreneurship*, 4(2), 95–116. <https://doi.org/10.37715/rme.v4i2.1239>
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono, P. (2011). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Alpabeta*.

- Sukma, T., & Yadewani, D. (2022). *Dampak Orientasi Pasar dan Kewirausahaan Orientasi Kinerja Pemasaran UKM*. 1(1), 12–20.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154–166. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>
- Sulistiyani, R., Hadiwidjojo, D., & Salim, U. (2021). Kapabilitas Inovasi Dan Kewirausahaan Pada Ukm Pasar Wisata: Studi Fenomenologi. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v2i1.176>
- Tjiptono, Fandy & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik* (Cetakan 2). Bayumedia.
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran, edisi kedua*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Utomo, H. S. (2020). The Effect of Muslim Religiosity and Innovation Capability on Firm Survival: A Study on Small Enterprises During the Covid-19 Pandemic. *Iqtishadia*, 13(2), 179. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i2.7626>
- Wiagustini, N. L. P., & Pertamawati, N. P. (2015). Pengaruh Risiko Bisnis dan Ukuran Perusahaan pada Struktur Modal dan Nilai perusahaan pada PERusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Universitas Udayana*, 9(2), 112–122.
- 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>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing. In *Services Marketing* (Issue November 2021). <https://doi.org/10.1142/y0024>