

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah.
2. *Digital Marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah.
3. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah.

5.2 Implikasi Praktis

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka terdapat sejumlah implikasi yang harus diambil oleh UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran:

1. Diharapkan pihak UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah memberikan inovasi produk yang sesuai agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah.
2. Diharapkan UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah dalam penyusunan strategi pasar menggunakan digital marketing dapat memunculkan ide-ide baru dalam perencanaan pasar agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah.

3. Diharapkan UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah dalam menciptakan usaha kecil dari perkembangan orientasi pasar dapat memberikan kontribusi secara positif dan signifikan terhadap meningkatnya kinerja pemasaran secara keseluruhan pada pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah Saran-saran tersebut adalah :

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Koto Tangah saja, sehingga hasil penelitian tidak bisa dibandingkan dengan UMKM di kota lainnya. Dengan demikian disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti di Kota Bukittinggi, Padang Panjang dll.
2. Penelitian 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 140 UMKM atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, N. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.5(1).
- Andhyka, B., Yustisiana, R., & Widayadi, W. (2023). The Use Of Digital Marketing In Msmes In Supporting Business Continuity In Indonesia. *Asian Journal Of Entrepreneurship*, 4(1), 24–34.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.
- 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, A. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Arini (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Persaingan Pada Industri Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas. *Prosiding Isbn: 978-602-361067-9*. Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017.
- Augustinah, F. and Widayati (2019) 'Produk-Produk Yang Ditawarkan', *Jurnal Dialektika*, 4(2), pp. 1–20.
- Ayu Pratiwi, W., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Social Media Marketing Terhadap Sales Performance Pada Ikm Batik Gedog Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 681–687.
- Baker, William E., and James M. Sinkula. —Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in Small Businesses. *Journal of Small Business Management* 47, no. 4 (2009).
- Bala, M., & Verma, D. J. M. B., D. Verma . A Critical Review of Digital Marketing. (2018). A critical review of digital marketing. *International Journal of Management, IT Engineering*, 8(10), 321-339.
- Chaffey, D. Dan F. E. C. 2016. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. Sixth Edition. United Kingdom. Pearson.
- Clement, E. U. (2022). The Influence of Online Marketing on Marketing Performance of Small and Medium Scale Businesses in Akwa Ibom State Nigeria. *International Journal of Multidisciplinary Research Analysis*.
- Dewanto, Wawan. (2014). *Manajemen Inovasi, Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.

- Dewi, N. M. P., & Ekawati, N. W. (2017). *Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Diugwu, I. (2011). Knowledge Acquisition And Sharing: A Sustainable Source Of Competitive Advantage In Supply Chains. *Proceedings Of The International Conference On Intellectual Capital, Knowledge Management & Organizational Learning*, 157–163.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(2), 277-286.
- Etuk, S., Udoh, I. S., & Eke, C. U. J. B. J. o. M. S. (2021). Electronic Marketing and Marketing Performance of Small and Medium Scale Enterprises in Akwa Ibom State. 9(4), 1-17.
- 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.
- Ferdinand. 2000. *Manajemen Pemasaran: Sebuah pendekatan Strategi*. Research paperseries, Semarang.
- Florita, A., Jumiati, J., & Mubarak, A. (2019). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (Jmiap)*, 1(1), 143-153.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Gunawan, G., & Sulaeman, M. (2020). Determining Factors In The Use Of Digital Marketing And Its Effect On Marketing Performance In The Creative Industries In Tasikmalaya. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 3(3), 2543–2550.
- Gunisto Dan Hanfan. (2019) *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran Umkm*. Semarang: Indonesia Research Society (Irs).
- Hadiyati, E. (2011). Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- 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 53 Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link.

- Handika, M. R., & Darma, G. S. J. J. M. B. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram. *15(2)*, 192-203.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hendrawan, A., Suchayowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Asti Gauri Di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, *4(1)*, 53–60.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (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*, *4(08)*, 08-to.
- Homburg, C., Krohmer, H., & Workman Jr, J. P. (2004). A strategy implementation perspective of market orientation. *Journal of business research*, *57(12)*, 13311340.
- Hudha, N., Rahadhini, M.D. and 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)*, p. 70. doi:10.30651/blc.v19i1.11516.
- Islami, N. N., Wahyuni, S., & Tiara, T. (2020). The Effect Of Digital Marketing On Organizational Performance Through Intellectual Capital And Perceived Quality In Micro, Small And Medium Enterprises. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, *16(1)*, 59–70.
- 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>
- Killa, M. F. (2014). Effect Of Entrepreneurial Innovativeness Orientation , Product Innovation, And Value Co-Creation On Marketing Performance. *Journal Of Research In Marketing*, *Vol.2(No.3)*, 198–204.
- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2021). Artificial intelligence and business strategy towards digital transformation: A research agenda. *Sustainability*, *13(4)*, 2025.
- Kohli Ajay K., And Jaworski, Bernard J., 1993, “Market Orientation: The Construct, Research Proposition And Managerial Implication,” *Journal Of Marketing*, *54* (April).
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*, *54(2)*, 1-18.

- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kumar, K., Subramanian, R., Dan Strandholm, K. 2002. "Market Orientation And Performance: Does Organizational Strategy Matter?", *Journal Of Applied Business Research*, Vol. 18 No. 1, Pp. 37–50.
- Lapian, A. M. O. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. *Emba*, 4(1), 1330–1339.
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. BPR Prisma Dana Amurang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Latifah, S. N., Wijayanti, W., & Utami, E. M. (2021). The Effect Of The Application Of Total Quality Management, Supply Chain Management, And Entrepreneurship Orientation On Operational Performance. *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry*, 3(1), 63–72.
<https://doi.org/10.21580/Jdmhi.2021.3.1.7441>.
- Liesander, I. and Dharmayanti, D. (2017) 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada ...', *Jurnal Strategi Pemasaran*, pp. 1–13.
- Luh, Komang, Candra, Dewi. (2020) Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing terhadap Keputusan Wisatawan dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi. *Ekuitas Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(2), 243–270.
- Majava, J., Isoherranen, V., & Kess, P. (2013). Business collaboration concepts and implications for companies. *International Journal of Synergy Research*, 2(1–2).
- Manek, D. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Pengolahan Di Kota Semarang. *Juima*, 8(2), 51–61.
- Manik, C. (2021). Dampak Covid-19, Pedagang Souvenir Di Kawasan Danau Toba Keluhkan Omzet. *Bisnis Sumatra*.
- Masitoh, S., & Adjid, M. W. M. J. C.-C. J. I. E. M. A. d. B. (2022). Pengaruh influencer marketing terhadap kinerja pemasaran. 1(1), 12-17.
- Mazaira, A., González, E., & Avendaño, R. (2003). Peran Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Pengembangan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan: Kasus Inditex-Zara. *Intelijen & Perencanaan Pemasaran*, 21 (4), 220-229.

- 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](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr)
- Munir, A., Kadir, N., & Umar, F. (2023). The impact of digital marketing and brand articulating capability for enhancing marketing capability. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 65–72.
- Nadanyiova, M., Gajanova, L., Majerova, J., & Lizbetinova, L. (2020). Influencer marketing and its impact on consumer lifestyles. Paper presented at the Forum Scientiae Oeconomia.
- Narver, J., & Slater, S. 1990. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol.54.
- Narver, J. C., Slater, S. F., & MacLachlan, D. L. (2000). *Total market orientation, business performance, and innovation* (Vol. 116). Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Narver, John C. And Stanley F. Slater., 1990, “The Effect Of A Market Orientation On Business Profitability,” *Juima* Vol. 8 No. 2, September 2018 61 *Journal Of Marketing*, Oktober.
- Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021, December). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 51-65).
- O’cass, A., & Sok, P. (2014). The Role Of Intellectual Resources, Product Innovation Capability, Reputational Resources And Marketing Capability Combinations In Firm Growth. *International Small Business Journal*, 32(8), 996-1018.
- Panigyrakis, G., Panopoulos, A., & Koronaki, E. J. I. J. o. A. (2020). All we have is words: Applying rhetoric to examine how social media marketing activities strengthen the connection between the brand and the self. 39(5), 699-718.
- Papriani, Y. (2014). Membangun Kinerja Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Mebel Di Kabupaten Jepara (Studi Kasus Pada Umkm Mebel Di Kabupaten Jepara). *Diponegoro Journal Of Management*, Pp. 2337–3792.
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram* Vol, 8(3), 21-25.
- Pérez-Luño, A., Saporito, P., & Gopalakrishnan, S. (2016). Small And Medium Sized Enterprise's Entrepreneurial Versus Market Orientation And The Creation Of Tacit Knowledge. *Journal Of Small Business Management*, 54(1), 262-278.

- Phiri, M. (2020). Exploring Digital Marketing Resources, Capabilities And Market Performance Of Small To Medium Agro-Processors. A Conceptual Model. *Journal Of Business And Retail Management Research*, 14(2)
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/Jpmm.001.1.01>
- Pradiani, T. (2018) ‘Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan’, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), pp. 46–53.
- Satria, Y., & Irda, I. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Di Kota Padang (Studi Kasus Pada Umkm Kuliner Saji Di Kota Padang). *Abstract Of Undergraduate Research, Faculty Of Economics, Bung Hatta University*, 22(2), 1-2.
- 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>
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business) Buku 1 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35. <https://doi.org/10.31603/Ce.V5i2.3514>
- Suryaningsih, L. P., Putu, I., Sukaatmadja, G., Nyoman, N., & Yasa, K. (2018). 56 Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1). www.kemenperin.go.id
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Stratejik Edisi 2*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tsai, M. C. (2017). Linking Service Innovation To Firm Performance The Roles Of Ambidextrous Innovation And Market Orientation Capability. *Chinese Management Studies*, Vol. 11(4).
- Usmara, Usi. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books

- Voss, G.B., & Voss Z.G. (2000). Strategic Orientation And Firm Performance In An Artistic Environment. *Journal Of Marketing*. Diakses Pada Tanggal 31 Maret 2022.
- Wahyono, (2002), Orientasi Pasar dan Inovasinya: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1 N0.1. Hal 23-40.
- Wardaya, A., Sasmoko, S., So, I. G., & Bandur, A. (2019). Mediating Effects Of Digital Marketing On Dynamic Capability And Firm Performance: Evidence From Small And Medium-Sized Enterprises (Smes) In Indonesia. *International Journal Of Recent Technology And Engineering*, 8, 461–464.
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis kreatif dan inovasi*. Malang: *Yayasan Barcode*.