

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. Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji Di Kecamatan Nanggalo Di Kota Padang.
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji Di Kecamatan Nanggalo Di Kota Padang.
3. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner Saji Di Kecamatan Nanggalo Di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran juga dapat mendorong peningkatan penjualan dan membantu perusahaan mencapai target penjualan. Strategi pemasaran juga memungkinkan perusahaan untuk memahami segmentasi pasar yang berbeda dan menargetkan mereka dengan cara yang lebih efektif, serta mampu mengembangkan produk dan juga layanan atau penyesuaian produk. Dengan strategi pemasaran mampu memberikan wawasan tentang saluran distribusi yang paling efektif untuk menjangkau konsumen dan juga membantu dalam

mengidentifikasi pola dan tren yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi penjualan.

Inovasi produk juga mampu meningkatkan penjualan dengan menciptakan produk semenarik mungkin sehingga pelanggan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dengan inovasi produk merupakan kunci bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan pasar, mengidentifikasi peluang, dan mengembangkan produk yang memenuhi harapan konsumen. Dengan memperhatikan inovasi produk, diharapkan perusahaan mampu meningkatkan peluang keberhasilan produk di pasar.

Keunggulan bersaing dapat mempertahankan perusahaan, seperti membaca situasi pasar dengan mengumpulkan data tentang pesaing, produk pesaing, strategi pemasaran, harga, kekuatan, dan juga kelemahannya. Dengan meningkatkan layanan kepada pelanggan dengan cara memahami pelanggan area mana yang harus ditingkatkan serta mengukur kinerja secara berkala dan melakukan evaluasi untuk mencapai efektivitas strategi yang diterapkan dan juga melakukan penyesuaian strategi untuk terus mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing.

Strategi pemasaran, inovasi produk, dan keunggulan bersaing secara signifikan dapat mendorong kinerja pemasaran bagi perusahaan dengan menciptakan dobrakan baru yang efektif dan efisien, strategi pemasaran dilakukan dengan mengikuti trend yang sedang berlangsung, inovasi produk yang diterapkan harus membuat pelanggan merasa produk berbeda dengan yang lainnya, keunggulan bersaing juga bisa menciptakan keunggulan produk

terhadap pesaing sehingga pelanggan merasa ingin membeli produk kita dibandingkan pesaing baik dari segi produk maupun pelayanan. Dengan ini mampu meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan dan meningkatkan perusahaan ke arah yang lebih baik maka kinerja pemasaran perusahaan akan berjalan dengan lancar.

5.3 Keterbatasan

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

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM Kuliner Saji Di Kecamatan Nanggalo Di Kota Padang, sehingga penelitian ini belum dapat berlaku pada daerah lain.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu strategi pemasaran, inovasi produk, dan keunggulan bersaing sehingga variabel lainnya yang mempengaruhi kinerja pemasaran masih terabaikan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 90 orang responden.

5.4 Saran

Bagi Perusahaan :

1. Sebaiknya UMKM Kuliner Saji meningkatkan strategi pemasaran, cara meningkatkan strategi pemasaran di zaman sekarang seperti memanfaatkan media social yang mengikuti perkembangannya membuat konten berkualitas serta melakukan kerjasama dengan influencer ataupun dengan melakukan promosi atau diskon yang menawarkan penawaran khusus.

Dengan mengikuti perkembangan di zaman sekarang yang serba modern sehingga mampu meningkatkan kinerja pada perusahaan

2. Sebaiknya UMKM Kuliner Saji meningkatkan inovasi produk untuk mempertahankan daya saing dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, meningkatkan inovasi produk bisa dengan melakukan riset pasar dan konsumen seperti menganalisis tren pasar dan industry untuk mengidentifikasi peluang baru, melakukan kerjasama, membuat tim kreatif dan multidisiplin untuk membentuk latar belakang yang beragam untuk mendapatkan perspektif yang berbeda dan mendorong ide-ide baru dan kreatif.
3. Sebaiknya UMKM Kuliner Saji mampu bersaing dengan pesaing dengan meningkatkan diferensiasi produk yaitu membuat produk berkualitas unggul di banding pesaing, melakukan pelayanan yang luas biasa seperti respon cepat dan juga personalization atau interaksi dengan pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam, serta harga yang kompetitif dan pengembangan karyawan dengan melakukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan produktivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., Sudarwati, & Maryam, M. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan. *Edunomika*, 3(2).
- 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>
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo.
- Anggraini, N. (2022). Pengaruh Faktor Lingkungan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Di Lampung Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 151–157. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1403>
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Arumsari, D. T. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kompetensi Sdm Terhadap Kinerja Ukm Di Jawa Timur. *STIE Perbanas Surabaya*.
- Asashi, T., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4).
- Aslama Odilak Ma'arif, ida maftukhah. (2020). The Efforts to Improve Marketing Performance in Small and Medium Industries of Tofu. *Management Analysis Journal*, 9, 3. <https://journal.unnes.ac.id/sju/maj/article/view/39947>
- Darmanto, S. W. dan T. D. (2015). *Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi Dan Mediasi Dalam Penelitian Ilmiah*. Deepublish.
- Eddy, I. K. (2021). Keunggulan bersaing memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 10(12), 1347–1366.
- Elwisam, R. L. (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.
- erni yuningsih, endang silaningsih. (2020). *Manajemen Bisnis Dan Inovasi*.

<https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/328749-manajemen-bisnis-dan-inovasi-79da4f82.pdf>

- Fanreza, A., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Food and Beverage Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 78–86. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i3.290>
- Febrianti, F. A. (2021). Pengembangan Digital Book Berbasis Flip PDF Professional Untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Sains Siswa. *Caruban J. Ilm. Ilmu Pendidik. Dasar*, 4(2), 102.
- Gozali, I., & Nugraha, A. (2022). Keunggulan bersaing (Studi Pada Centra Industri Pakaian Batik Di Pekalongan. *SOSHUMDIK*, 1(1), 43–52.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (n.d.). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014a). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Hamdani, N.A dan Rhamdani, A. (2019). Creation for Making Business Compet Management Science Letters. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(1).
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>
- Harjadi, D. (2020). Market Orientation And Product Innovation To Increase Competitive Advantages And Its Impact On Marketing Performance, 12, 12–21. <https://doi.org/10.24235/amwal.v1i1.5457>
- 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>
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226–237. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>
- Jayaningrum, erni and brillyanes sanawiri. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar,

Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang).

Kandrio, K., & Muhdar, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran pada Industri Jambu Mete Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(2), 77–85. <https://doi.org/10.35326/jiam.v5i2.2654>

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.

Kotler dan Armstrong. (2016). indikator inovasi produk.

Kotler, P. (2009). manajemen pemasaran. Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson.

Kuspriyono, T. (2020). Strategi Pemasaran Komunitas Pedagang Berbasis Online Dan Personalisasi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 99–106. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8420>

Lestari, R., & Elwisam. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63), 7495–7520.

Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>

Malhotra. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation. (6th Ed). Pearson Education Inc.

miftakhul amin, sudarwati, siti maryam. (2019). analisi pengaruh inovasi produk, orientasi pasar, keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran di sentra industri mebel desa sembungan. *03(02)*, 501–510.

Moleong, L, J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.

Mustika, D. A., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 85. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10911>

Mutoharoh, U., Saryono, O., Setiawan, I., Ekonomi, F., & Ciamis, U. G. (2022).

Terhadap kinerja pemasaran (*Studi Kasus pada PT . Bahana Cahaya Sejati Cabang Ciamis*). 4, 35–48.

- Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.51544/jmm.v5i2.1614>
- Noor, H., Marjam, D. R., & Aris, E. (2022). Keunggulan Bersaing sebagai Mediator antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran. *BALANCE: Economic, Business, Management, And Accounting Journal*, XIX, 1, 70–80.
- Nur Naningsih, Syamsul Alam, D. P. I. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Journal of Management*, 5(2), 479–490. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>
- Nuraisiah, R. (2021). Pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha home industri di kota cilegon provinsi banten. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(01), 65–81.
- Nurudin, N., Fataron, Z. A., & Asyifa, L. N. (2022). Pengaruh Islamic Market Orientation Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2405. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6474>
- Oktavinus, O., Zaid, S., & Yusuf, H. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut Di Wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 5(2), 211–227. <https://doi.org/10.22487/jimut.v5i2.153>
- Padli. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro. *Jurnal Hipotesa*, 16(2), 21–35.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). novasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *JURNAL MANEKSI*, 7(1). <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>
- Prabowo, A., & Sukarno, G. (2019). Kontribusi Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Peran Keunggulan Bersaing. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(1). <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i1.50>
- Puter, C. P. A. (2021). pengaruh Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Agora*, 9, 2. file:///C:/Users/userR/Downloads/11731-22117-1-SM (1).pdf

- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi)*. CV Manhaji.
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopiah Resam Mentari Kota Pangkalpinang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 61–74. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v20i1.390>
- Saisaria Mandasari, I. C. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar). *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 56–62. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.2.1942.56-62>
- 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. <https://ideas.repec.org/p/hal/journal/hal-03760514.html>
- Setiabudi, Nugroho J. (2019). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. *Kencana Prenada Media Group*. https://www.researchgate.net/publication/258351820_Perilaku_Konsumen_Konsep_dan_Implikasi_untuk_Strategi_dan_Penelitian_Pemasaran
- Slovin, M. (1960). *Sampling*. Simon And Schuster Inc.
- Sri Harini, Endang Silaningsih, & Marwah Eka. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 2579–9312. <https://republika.co.id>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA. In *LITERASI (Jurnal Ilmu Pendidikan)*. [https://doi.org/10.21927/literasi.2013.4\(1\).19-32](https://doi.org/10.21927/literasi.2013.4(1).19-32)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (4th ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Syarofi, M., Agama, I., Al, I., Assunniyyah, F., & Jember, K. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Analisis SWOT pada Usaha Kecil Menengah Songkok “Udeng Bali” Genteng Banyuwangi. *Al-Tsaman: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(02), 114-124., 2(2), 112–122.

- Tjiptono, F. (2008). Pemasaran Strategik. Pemasaran Strategik.
- Tommy C. Efrata, Wirawan E.D Radianto, M. A. E. M. (2019). identification of Innovation Process on New Product Development in Small and Medium Enterprises. *Journal of Applied of Management*, 17(4), 662–667. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/1583/1205>
- Tri Kusuma, N. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Di Provinsi Yogyakarta. *UKM Dewantara*, 1(2), 51–56.
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., & Suryana, N. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Perspektif Teoritis dan Praktik(1st ed.). *Eureka Media Aksara: IKAPI Jawa Tengah*.
- Winarso, W. (2020). Bisnis Kreatif dan InovasiI. Yayasan Barcode.
- Wirasto Tune, M. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Sumber Daya Manusia pada Perusahaan Pangan. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(2), 151–159. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v4i2.1229>
- 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>
- Yasa, N. N. K., Ketut Giantari, I. G. A., Setini, M., & Rahmayanti, P. L. D. (2020). the Role Of Competitive Advantage In Mediating The Effect Of Promotional StrategyOn Marketing Performance. *Management Science Letters*, 10(12), 2845–2848. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.024>
- Yulianti, F., Lamsah, P. (2019). pengertian strategi pemasaran. 8.
- 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>
- Zaini, M., Satibi, & Lazuardi, L. (2014). Analisis Niat Konsumen Dalam Pemanfaatan Pelayanan Apotek. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 4(1), 17–24.

