

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Orientasi pasar berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UKM Laundry di Kota Padang.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap strategi kepemimpinan biaya pada UKM Laundry di Kota Padang.
3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UKM Laundry di Kota Padang.
4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi kepemimpinan biaya pada UKM Laundry di Kota Padang.
5. Strategi kepemimpinan biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UKM Laundry di Kota Padang.
6. Strategi kepemimpinan biaya tidak memediasi hubungan antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada UKM Laundry di Kota Padang.
7. Strategi kepemimpinan biaya tidak memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada UKM Laundry di Kota Padang.

5.2 Implikasi

Dilihat dari hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar tidak mempengaruhi kinerja pemasaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya hasil analisis dari penyebaran kuisisioner kepada responden membuktikan bahwa orientasi pasar tergolong kedalam kategori cukup, dan hal ini tidak mampu mempengaruhi kinerja

pemasaran oleh perusahaan itu sendiri. Begitu pula pada variabel orientasi pasar terhadap strategi kepemimpinan biaya.

5.3 Saran Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang disampaikan penulis untuk peneliti dan pembaca selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini disarankan bagi pihak pelaku usaha kecil menengah khususnya pada bidang jasa laundry untuk lebih memperhatikan dari segi aspek orientasi pasar, orientasi kewirausahaah, strategi kepemimpinan biaya serta kinerja pemasaran yang di terapkan pelaku usaha kecil menengah.
2. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pelanggan produk lain.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiyanto, F dan Sufian, M. S. (n.d.). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus). 1-20.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing. *Management Research Review*, Vol. 40, 1-28.
- Djodjobo, T. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3*, 1214-1224.
- Dutse, M. S. (2018). Cost Leadership, Market Orientation and Business Performance: An Empirical Investigation. *Journal of Quantitative Methods*, 18-42.
- Daly Rustamblin, A. T. (2013). Pengaruh Strategi Generik terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Bank Umum). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Volume 11, Nomor 1*, 115-121.
- Elia Quantananda, B. H. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Surabaya. *Agora Vol. 3, No. 1*, 706-715.
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP VOL. 4 NO. 1*, 46-55.
- Ghozali, I. (2013). Partial Least Square. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hatta, I. H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Junral Aplikasi Manajemen (JAM), Vol.13, No.4*, 653-661.
- Hoque, A. S. (2018). The effect of entrepreneurial orientation on Bangladeshi SME performance: Role of organizational culture. *International Journal of Data and Network Science*, 1-14.
- Izabela, K. S. (2003). The impact of market orientation on product innovativeness and business performance. *Intern. J. of Research in Marketing* 20, 355-376.
- Ismawanti, E. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran dengan Faktor Lingkungan Sebagai Variabel Moderat (Studi pada Industri Kerajinan Batik di Pekalongan). Semarang: Tesis Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

- Krisna, G. (2020). Peran Strategi Kepemimpinan Biaya Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 11, 3427-3447.
- Kurniawan, I. S. (2013). Kualitas sebagai Pemediasi Pengaruh Strategi Kompetitif Kepemimpinan Biaya. *Widya Warta No. 02*, 198-217.
- Mustikowati, Rita Indah, dan Tyasari, I (2014). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang). *Modernisasi, Volume 10, Nomor 1*, 23-37.
- Narver, J., & Slater, S. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54 (4), 20 – 35.
- Narver, Jhon C., & Slater, Stanley F. (2000). The Positive Effects of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Business Research* 48, 69–73 (2000)
- Nuvriasari, W. S. (2015). Peran Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM dengan Strategi Bisnis sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.19, No.2, 1-19.
- Primadhita, A. P. (2021). Model Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Kinerja Wirausaha Perempuan di Bogor. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 23 No. 01*, 1-12.
- Purwianti, L. (2018). Analisa Pengaruh Cost Leadership, Differentiation Strategy Dan Market Orientation Terhadap Kinerja Perusahaan. *JGBMR*, 33-44.
- Setiawan, H. (n.d.). Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang). *Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya*.
- Silviasih, F. S. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik Ukm Sektor Manufaktur Garmen Di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, VOL. 16, NO. 1, 13-24.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib. 2010. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Suryaningsih, I. P. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar. *Juima Vol. 8 No. 1*, 50-67.

- Susila, S. (2018). Peran Strategi Kepemimpinan Biaya Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Laundry di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 5, 2481-2507.
- Wardoyo, Paulus, E. R. (n.d.). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Usaha Dan Kinerja Bisnis Umkm Di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang.
- Wu, D. (2009). "Measuring Performance in Small and Medium Enterprises in the Information & Communication Technology Industries," *Working paper*, RMIT University.
- Zahra dan Covin (1995). Contextual Influences On The Corporate Entrepreneurship Performance Relationship A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing* 10, 43-58
- Zaini, D. H. (2014). Effect Of Competitive Advantage As A Mediator Variable Of Entrepreneurship Orientation To Marketing Performance. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) Volume 16, Issue 5. Ver. I*, 5-10.