

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat.
3. Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat.
4. Keunggulan bersaing terbukti mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat.

#### **1.2 Saran**

Diharapkan kepada para pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat untuk meningkatkan orientasi kewirausahaannya guna bisa bersaing dengan para pelaku usaha lainnya agar dapat menarik konsumen dengan meningkatkan nilai produk dan layanan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

Disarankan kepada pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulannya dengan lebih mengenal pelanggan dan menjalin hubungan yang lebih kuat melalui

pelanggan serta menawarkan nilai yang lebih unggul kepada konsumen dari pada tawaran pesaing.

### **1.3 Implikasi Praktis**

Hasil ini diharapkan dapat menjadi implikasi praktik dan pedoman serta masukan bagi para pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat masih tergolong kedalam kategori sedang atau belum dapat dikatakan tinggi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat di masa yang akan datang.

Upaya dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat sebagaimana dijelaskan sebelumnya, dapat dilakukan dengan cara lebih meningkatkan orientasi kewirausahaan. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel orientasi kewirausahaan merupakan variabel penting yang mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Meskipun saat penelitian ini berlangsung variabel orientasi kewirausahaan telah tergolong kedalam kategori cukup baik (rata-rata 3,80 dan TCR 76,1%), namun di masa yang akan datang para pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat hendaknya lebih mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan sehingga skor rata-rata akan berada diatas 3,80

Hal lainnya yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat adalah meningkatkan keunggulan bersaing. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel keunggulan bersaing merupakan variabel penting yang memperantarai pengaruh orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Meskipun saat penelitian ini berlangsung variabel keunggulan bersaing telah tergolong kedalam kategori sedang (rata-rata 3,84 dan TCR 76,92%), namun di masa yang akan datang para pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat hendaknya lebih mampu meningkatkan keunggulan bersaing sehingga skor rata-rata akan berada diatas 3,84.

#### **1.4 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka beberapa keterbatasan yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. 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 pemasan
2. Dalam penelitian ini populasi yang dipakai hanya tingkat kecamatan, diharapkan penelitian selanjutnya untuk memperluas daerah yang akan digunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afsharghasemi dan, Zain M dkk. (2013). Market Orientation, Government Regulation, Competitive Advantage and Internationalization of SMEs: A Study in Malaysia. *Journal of Business Administration Research*, 2(2). <https://doi.org/10.5430/jbar.v2n2p13>
- Akhiri. (2016). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Al-Saed. (2010). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Ananda & Susilowati. (2017). 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>
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Asashi dan Sukaatmadja. (2017). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4).
- Avlonitis dan Salavou. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566–575. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.01.001>
- Bakti, H. (2011). Effect Of Market Orientation and Customer Value On Marketing Performance Of Lion Airlines Corporation. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1). <http://www.jpnn.com/read/2011/07/14/98005/Lion-Air-Harus->
- Boehm. (2008). 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>
- Charles et al. (2012). Market Orientation and Firm Performance in the Manufacturing Sector in Kenya. In *European Journal of Business and Management* [www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN (Vol. 4, Issue 10). Online. [www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- Darwanto et al. (2018). 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>
- Davis et al. (2010). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).

- Djodjono dan Tawas. (2014). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Fatmawati et al. (2016). 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>
- Febrantara. (2020). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.311>
- Hair dkk. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered)
- Hajar. (2016). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Hajar dan Sukaatmadja. (2016). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar* (Vol. 8, Issue 1). [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Hajar dan Sukaatmadja. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).
- Hakala. (2011). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Hardani dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Haryanto et al. (2019). 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>
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Ibrahim et al. (2015). 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>
- kasmiruddin. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pengembangan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kerajinan Kecil Rotan Di Kecamatan Rumbai Pesisir. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1).
- Knight. (2000). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing. <http://maj.unnes.ac.id>

- Kotler. (2010). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Pada Outlet Kosmetik Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 8(1), 107–116. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Kraus et al. (2012). Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). In *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1). <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>
- Kuncoro. (2006). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1).
- Kuratko. (2016). *Entrepreneurship*.
- Kusuma dan Rastini. (2017). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1). [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Lakhal. (2009). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).
- Lee dan Chu dkk. (2011). *Entrepreneurial orientation and competitive advantage: The mediation of resource value and rareness*. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12797–12809. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1179>
- Lisnini dkk. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). In *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1). <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>
- Liu, B. dan, & Fu, Z. (2011). *Relationship between Strategic Orientation and Organizational Performance in Born Global: A Critical Review*. In *International Journal of Business and Management* (Vol. 6, Issue 3). [www.ccsenet.org/ijbm](http://www.ccsenet.org/ijbm)
- Lumpkin dan Dess. (1996). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance*. In *Source: The Academy of Management Review* (Vol. 21, Issue 1).
- Lumpkin dan Dess. (2001). Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). In *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1). <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>
- madani. (2020, April 20). Melirik Rekam Jejak Sejarah di Kota Tua Padang. [Brisik.Id. https://brisik.id/read/53749/melirik-rekam-jejak-sejarah-di-kota-tua-padang](https://brisik.id/read/53749/melirik-rekam-jejak-sejarah-di-kota-tua-padang)
- Mahmood dan Hanafi. (2013). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).

- Mardiyono. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1), 2020.
- Maria Ulpah dkk. (2022). Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2).
- Masa'deh et al. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Muecke dan Hofer. (2013). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Mustakimah dan Samuel. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Tahu Jawa. *Musamus Journal of Business & Management*, 04(02).
- O'Sullivan dan Abela. (2007). *Marketing performance measurement ability and firm performance. Journal of Marketing*, 71(2), 79–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.2.79>
- Pamungkas dkk. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Pemasaran, dan Kapabilitas TIK Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku UMKM di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 4(2).
- Pantai Padang - Pariwisata Kota Padang*. (2019). Pariwisata Padang. <https://pariwisata.padang.go.id/pantai-padang>
- Pardi et al. (2014). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).
- Paulus. (2013). Analisis Pengaruh ERP dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Serta Pegaaruh Lingkungan Industri Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Strategi Pemasaran (Studi Pada UMKM Di Kota Semarang). Diponegoro *Journal of Management*, 8(2), 52–67. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Porter. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.
- Pril Ranto. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner di Yogyakarta *Jbma, III* (2).
- Puspitasari. (2015). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1). [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Rahadhini dan Lamidi. (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>

- Rasyidi. (2016). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Salindeho, A. E., & Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab.Malalayang). *Jurnal EMBA*, 6(4), 3348–3357.
- Setiawan. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1).
- Setyawati dan Rosiana. (2015). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1). [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Sholekhuddin dan Marlina. (2017). Analisis Penerapan Inovasi Produk Pada Kinerja Pemasaran. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 03(03).
- Sirivanh et al. (2014). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sukaatmadja et al. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 05(10).
- Sumiati. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1).
- Supranoto. (2009). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing. <http://maj.unnes.ac.id>
- Supranoto. (2009). Peran Kunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8).
- Suryaningsih et al. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Produk Endek Di Denpasar (Vol. 8, Issue 1).
- Syamsuri dan Siregar. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1).
- Titahena. (2012). Analisis Pengaruh ERP Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Serta Pagaruh Lingkungan Industri Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Strategi Pemasaran (Studi Pada UMKM Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(2), 52–67. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>



- Trihudiyatmanto. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Sentra Industri Gula Merah Kecamatan Kawunganten Kabupaten Cilacap). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 2022.
- Venkatraman. (1989). *Strategic Orientation of Business Enterprises: The Construct, Dimensionality, and Measurement*. *Management Science*, 35(8), 942–962. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.942>
- Witjaksono. (2014). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Internal Perusahaan Terhadap Kinerja Melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara). In *Jurnal Bisnis Strategi* (Vol. 8, Issue 2).
- Wiwoho, G. (2019). Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk, Serta Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan Pada Umkm: Sebuah Agenda Penelitian. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2). <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v%vi%i.340>
- Zaini et al. (2014). *Effect Of Competitive Advantage as A Mediator Variable of Entrepreneurship Orientation to Marketing Performance*. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(5), 05–10. <https://doi.org/10.9790/487X-16510510>
- Zainuddin Tahuman. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing.
- Zhao X., Lynch Jr, JG., Chen Q., (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediating Analsis. *Journal of Consumer Reseach*. Vol 37, pp197-206.