

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara.

5.2 Saran

Diharapkan kepada para pelaku UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara untuk meningkatkan orientasi pasarnya 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 Utara untuk mempertahankan dan meningkatkan orientasi kewirausahaan dengan lebih mengenal pelanggan dan menjalin hubungan yang lebih kuat melalui pelanggan serta menawarkan nilai yang lebih unggul kepada konsumen dari pada tawaran pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Asashi dan Sukaatmaja. (2017). Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4).
- Bakti dan Harun. (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-](http://www.jpnn.com/read/2011/07/14/98005/Lion-Air-Harus-)
- Becherer, Richard C. dan John G. Maurer, 1997, "The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation Of Entrepreneur-led Firms", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22 (1), p.47-58.
- Charles, L., Joel, C., & Samwel, K. C. (2012). Market Orientation and Firm Performance in the Manufacturing Sector in Kenya. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 4, Issue 10). Online. [Www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- Covin, J. G., & Slevin, D. P., 1991, "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, p.7-25.
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1), 2020.
- Falakhussyaifusoni, R., Purwanto, H., & Trihudyatmanto, M. (2022). 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.
- Gosselin Maurice, 2005, "An Empirical Study of Performance Measurement in Manufacturing Firm", *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 No.5/6.pp.419-437
- Hair dkk. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). *Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link*
- Hardani dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>

- Hartanty dan Ratnawati. (2013). Peningkatan kinerja pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing. In *ekobis* (Vol. 14, Issue 2).
- Humairoh. (2021). Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.35138/organu>
- Husein, Umar. 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Irawan. (2015). Dampak inovasi produk terhadap kinerja pemasaran (studi kasus pada peluncuran produk baru dalam industri rokok). *Agora*, 3(1).
- Julina dan Kusuma. (2017). Peran inovasi produk memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada fashion retail di kota Denpasar. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 5005–5031.
- Lekmat, Selvarajah, C., & Hewege, C. (2018). Relationship between Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Firm Performance in Thai smes: The Mediating Role of Marketing Capabilities. In *International Journal of Business and Economics* (Vol. 17, Issue 3).
- 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
- 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)
- Mardiyono. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1), 2020
- Moris, M.H. & Kuratko, D.F., 2002, Corporate Entrepreneurship, New York, Harcourt College Publisher.
- 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)
- Pattipeilohy. (2018). Inovasi produk dan keunggulan bersaing: pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran (studi pada usaha nasi kuning di kelurahan batu meja kota ambon). *Jurnal maneksi*, 7(1).

- Porter. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.
- Prambaudy dan Astuti. (2019). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja pemasaran umkm kuliner. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1).
- Prasetyo dan Wijaya. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Pada Bidang Kuliner Di Pasar Lama Tangerang*.
- Ranto. (2016). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja umkm bidang kuliner di yogyakarta. *JBMA, III*(2).
- Salindeho dan Mandey. (2018). Pengaruh inovasi produk, tempat dan promosi terhadap kinerja pemasaran motor suzuki (pada pt. Sinar galesong mandiri cab.malalayang) the effect of product innovation, place and promotion on marketing performance of suzuki motor (At PT. Sinar Galesong Mandiri branch Malalayang). *Pengaruh Inovasi Produk... 3348 Jurnal EMBA*, 6(4), 3348–3357.
- Saraswati dan Santika. (2019). Peran inovasi produk memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran produsen makanan oleh-oleh khas bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 6992. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p05>
- Sefnedi dan Yadewani. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Religiusitas terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah*.
- Sefnedi. (2017). The market orientation and performance relationship: the empirical link in private universitieS. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.28-37>
- Setiawan. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *JSHP*, 4(1).
- Soehadi, A.W., (2012). *A Value Creation Approach*. Jakarta
- Sofyan. (2017). *Orientasi kewirausahaan, kinerja inovasi dan kinerja pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah pada sentra industri tas desa kadugenep*. [Http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM](http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM)
- Sugiri. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*

- Sulaeman. (2018). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar)*.
- Sumiati. (2015). *Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya* (Vol. 1, Issue 1).
- Suryaningsih, L. P., Putu, I., Sukaatmadja, G., Nyoman, N., & Yasa, K. (2018). *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)
- Ulya. (2019). Pengaruh orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran studi kasus pada industri kecil pengolahan pisang sale di kabupaten aceh timuraceh. *J.Ebis*, 4. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v2i1>
- 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>
- Zaini, A., Hadiwidjojo, D., Rohman, F., & Maskie, G. (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>