

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran (Studi usaha kecil menengah tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara)”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Hal ini menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 1,778 > t_{tabel} 1,99$ dan signifikansi $0,024 < 0,05$. Artinya semakin tinggi orientasi pasar ditingkatkan akan diikuti dengan kinerja pemasaran pada usaha kecil menengah (UKM) tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Hal ini menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 4,797 > t_{tabel} 1,99$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa dengan tingginya orientasi kewirausahaan maka akan lebih mudah meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha

kecil menengah (UKM) tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

3. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Hal ini menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 2,394 > t_{tabel} 1,99$ dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Artinya dengan adanya peningkatan inovasi produk maka akan dapat berpengaruh pada peningkatan kinerja pemasaran pada usaha kecil menengah (UKM) tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, masih ada beberapa factor yang diduga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan namun belum dapat dimasukkan oleh peneliti, oleh sebab itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain seperti orientasi pasar, *strategic leadership knowledge managemen*, lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan dan lain-lain yang juga merupakan beberapa faktor penentu dalam peningkatan kinerja pemasaran sehingga dapat memperkaya khasanah penelitian tentang ilmu manajemen.
2. Variabel Orientasi Pasar (X_1) merupakan nilai variabel terendah dalam mempengaruhi kinerja pemasaran tenun ikat di Desa Troso

Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, sehingga disarankan kepada UKM tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara orientasi pasar perlu diperhatikan dengan melihat apa yang menjadikan kebutuhan, keinginan dan kepuasan terhadap pelangganya. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X_2) merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja pemasaran tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Oleh karena itu, disarankan kepada UKM tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara harus senantiasa bersikap daya juang yang tinggi dalam berusaha inovatif, proaktif serta *Risk taking* (mengambil resiko). Variabel Inovasi Produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, sehingga disarankan kepada UKM tenun ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara inovasi produk juga perlu mendapatkan perhatian dengan membuat daya kreativitas perubahan inovasi desain produk dari pengraji tenun troso itu sendiri (ciri khas).