

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian yang menguji hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan dari hipotesis tersebut. Kesimpulan mengenai hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara. Hasil tersebut berarti bahwa apabila orientasi pasar semakin baik, maka kinerja pemasaran akan semakin meningkat. Hasil ini dibuktikan dari hasil analisis data yang menunjukkan nilai  $t$  hitung  $3,509 > t$  tabel  $1,992$ , dan taraf signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Koefisien regresi bernilai  $0,354$  menunjukkan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran memiliki arah positif.
2. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara. Hasil tersebut berarti bahwa perbedaan orientasi kewirausahaan tidak mempengaruhi kinerja pemasaran UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara. Hasil ini dibuktikan dari hasil analisis data yang menunjukkan nilai  $t$  hitung  $1,833 < t$  tabel  $1,992$ , dan taraf signifikansi sebesar  $0,071 > 0,05$ . Artinya, faktor orientasi kewirausahaan tidak memberikan pengaruh yang berarti bagi kinerja pemasaran di UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara

3. Intensitas persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara. Hasil tersebut berarti bahwa apabila intensitas persaingan semakin tinggi, maka kinerja pemasaran akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis data yang menunjukkan nilai  $t$  hitung  $2,442 > t$  tabel  $1,992$ , dan taraf signifikansi sebesar  $0,017 < 0,05$ . Koefisien regresi bernilai  $0,254$  menunjukkan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran memiliki arah positif.
4. Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan intensitas persaingan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara. Hasil ini dibuktikan dari hasil analisis yang menunjukkan nilai  $F$  hitung  $14,492 > F$  tabel  $2,720$ , dan taraf signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Artinya, pengusaha yang memiliki orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang baik, serta ditunjang intensitas persaingan yang tinggi, maka kinerja pemasaran akan lebih meningkat.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan, maka berikut ini disajikan saran bagi perusahaan maupun bagi penelitian selanjutnya.

1. Temuan penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan faktor orientasi pasar yang memiliki nilai mean terendah adalah indikator informasi pasar. Oleh karena itu, bagi pelaku UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara, perlu usaha lebih keras untuk melakukan pencarian terhadap informasi terbaru mengenai perkembangan pasar mebel berskala ekspor.

2. Temuan penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan faktor orientasi kewirausahaan dengan nilai mean paling rendah adalah indikator keinovasian. Artinya, UKM mebel ekspor di Kabupaten Jepara masih kurang baik dalam hal keinovasian. Untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan, pelaku usaha dapat mencontoh dan mengembangkan produk terbaru yang banyak diminati konsumen.
3. Terkait dengan intensitas persaingan, berdasarkan temuan penelitian diketahui indikator tingkat pertumbuhan pasar menjadi indikator yang memiliki mean terendah. Tingkat pertumbuhan pasar dapat ditingkatkan melalui berbagai hal. Salah satunya yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen melalui penggunaan bahan yang berkualitas. Apabila konsumen merasa puas, maka diharapkan akan terjadi pembelian ulang, sehingga perusahaan tetap bertahan dalam persaingan pasar ekspor.
4. Bagi penelitian lebih lanjut. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas, yaitu variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan intensitas persaingan sebagai variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran. Sementara itu, masih terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran seperti kualitas pelayanan, inovasi produk baru dan lain sebagainya.