

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran pada usaha kerajinan karawo di Kota Gorontalo, yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan orientasi kewirausahaan akan diikuti oleh kinerja pemasaran yang meningkat. Dalam penerapan orientasi kewirausahaan yang dilakukan oleh pengrajin Karawo di Kota Gorontalo kemampuan berinovasi dan proaktif merupakan indikator yang dominan pengaruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengrajin karawo selalu menggunakan peluang usaha yang ada dan selalu memunculkan ide-ide baru yang memberikan perubahan positif serta aktif mengikuti Pendidikan, pelatihan atau sosialisasi yang terkait dengan kemajuan usaha.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran pada usaha kerajinan karawo di Kota Gorontalo, yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan orientasi pasar maka akan diikuti peningkatan kinerja pemasaran usaha. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan orientasi pasar yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada kinerja pemasaran. Koordinasi

antar fungsi merupakan indicator yang paling dominan dalam penerapan orientasi pasar yang dilakukan oleh pengrajin karawo di Kota Gorontalo.

3. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada usaha kerajinan karawo di Kota Gorontalo. Adapun variabel yang paling dominan adalah orientasi pasar sebesar 78,7% dibandingkan dengan orientasi kewirausahaan sebesar 36,2%.

5.2 Saran

Berdasarkan pada simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk meningkatkan kinerja pengrajin karawo di Kota Gorontalo secara berkelanjutan, maka perlu memberikan perhatian khusus pada peningkatan penerapan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja pemasarannya.
2. Pengrajin Karawo di Kota Gorontalo untuk meningkatkan penerapan orientasi kewirausahaan, hal-hal yang perlu untuk diperhatikan adalah sebagai berikut:
 - a. Kemampuan berinovasi, yang perlu diperhatikan adalah membuat produk menyesuaikan dengan trend waktu, mengembangkan produk sehingga dapat memasuki semua segmen pasar pembeli, membuat produk baru dengan memberi manfaat tambahan dari produk sebelumnya.
 - b. Sikap proaktif, yang perlu diperhatikan adalah menggunakan peluang usaha yang ada, aktif mengikuti Pendidikan, pelatihan atau sosialisasi yang terkait dengan kemajuan usaha, senantiasa memunculkan ide-ide baru dan rajin

mengetahui factor-faktor yang terkait dengan kemajuan dan pengembangan usaha.

- c. Berani mengambil resiko, yang perlu diperhatikan adalah timing dalam membuat produk baru yang menyesuaikan dengan trend, keberanian dalam mengambil keputusan berdasarkan pangsa pasar.
3. Bagi Pengrajin Karawo di Kota Gorontalo untuk meningkatkan penerapan orientasi pasar, hal-hal yang perlu untuk diperhatikan adalah sebagai berikut:
 - a. Orientasi pelanggan, yang perlu diperhatikan adalah mencari informasi tentang produk apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan pada masa yang akan datang, memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengamati trend perkembangan pasar, mengamati perkembangan pesaing dan secara periodic menanyakan kepada konsumen tentang kualitas produk yang diberikan.
 - b. Orientasi pesaing, yang perlu diperhatikan adalah melakukan pengembangan produk untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pelanggan, melakukan strategi penjualan pada segmen pasar tertentu, merespon terhadap perubahan harga yang dilakukan oleh pesaing, merespon keluhan pelanggan atas kualitas produk dan segera mengambil tindakan untuk memperbaiki.
 - c. Koordinasi antar fungsi, yang perlu diperhatikan adalah pemilik usaha melakukan pembicaraan dan berdiskusi dengan karyawan menyangkut strategi terhadap perkembangan pesaing dan trend perkembangan pasar,

melakukan koordinasi yang baik kepada karyawan dan memberikan informasi tentang kepuasan pelanggan.

3. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 75,3%, sehingga masih ada 24,7% faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran, sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang didukung dengan teori dan isu-isu terbaru, Seperti Variabel Inovasi Produk, Kinerja Perusahaan, inovasi Usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhiri, A. (2014). mencaapai keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dalam rangka meningkatkan kineja bisnis. *Universitas Diponegoro*, 1–16. <http://eprints.undip.ac.id/49243/> DiAkses 4 Maret 2021
- Alfianto, E. A. (2012). Kewirausahaan : Sebuah Kajian pengabdian Kepada Masyarakat. *Dosen Fisip Universitas Yudharta Pasuruan*, 1(2), 33–42. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/837>. Diakses 4 Maret 2021
- Ayu, D., Fauji, S., & Ernestivita, G. (2014). Analisis Karakteristik Pelaku UM KM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kota Kediri. *Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 125–132. <https://digilib.mercubuana.ac.id/.pdf>. Di Akses 4 Marer 2021
- Esteban, Á., Millán, Á., Molina, A., & Martín-Consuegra, D. (2002). Market orientation in service. *European Journal of Marketing*, 36(9/10), 1003–1021. <https://doi.org/10.1108/03090560210437307>.Di Akses 5 Maret 2021
- Ferdinand. (2002). Marketing Strategy Making. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–22). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13916>. Di Akses 18 November 2021
- Fitrianda, M. I. (2013). Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository. *Universitas Universitas Jember*. <https://scholar.google.com/schola>. Di Akses 5 Maret 2021
- Frösén, J., Luoma, J., Jaakkola, M., Tikkanen, H., & Aspara, J. (2016). What counts versus what can be counted: The complex interplay of market orientation and marketing performance measurement. *Journal of Marketing*, 80(3), 60–78. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0153>. Di Akses 25 Februari 2021
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haji, S. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing. *Samsul Haji Arifin Rois*, 6(2), 83–95. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php>. Di Akses 4 Maret 2021
- Haryanti, S. S., & Nursusila, L. (2016). Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Prodk dan Keunggulan Bersaing (Studi empiris pada kerajinan gitar di Kabupaten Sukoharjo). *Aktual*, 2(1), 1–19. <https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php>. Di Akses 5 Maret 2021
- Hidayat, C. (2015). Pengukuran Orientasi Pasar pada Jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Binus Business Review*, 6(2), 250. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i2.974>. Di Akses 5 Maret 2021
- Indah M. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientansi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123. <https://doi.org/10.15294/jeec.v6i2.19297>. Di Akses 5

Maret 2021

- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592–611. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.003>. Di Akses 25 Februari 2021
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Armstrong Garry. 2004. *Prinsip-Prinsip Manajemen jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Narver & Slater. 1990. The Effect of a Marketing Orientation on Business Profitability. *Journal of Product Innovation Management*. 1-22. <http://doi.org/109744/jmk>. Di Akses 4 Maret 2021.
- Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13, 5–6. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php>. Di Akses 11 November 2021
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 1214–1224. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>. Di Akses 4 Maret 2021
- Rahayu P.A. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 11(1), 46-58–58. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.46-58>. Di Akses 4 Maret 2021
- Ranto, D. W. P. (2016). Pengaruh orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, III(2), 1–11. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php>. Di Akses 4 Maret 2021
- Renita & Farida, B. P. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Journal Of Social And Political Of Science*, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9360>. Di Akses 4 Maret 2021
- Santim E.P. (2003). Studi Mengenai Orientasi Strategi Dan Kinerja Pemasaran. In *Studi Mengenai Orientasi Strategi Dan Kinerja Pemasaran* (Vol. 2, Issue 1, pp. 93–110). <https://doi.org/10.14710/jspi.v2i1.93-110>. Di Akses 5 Maret 2021
- Setiawan, H. (2006). Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang). *Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya*.

<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php>. Di Akses 4 Maret 2021

- Setyawati, H. A. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Presepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 20–32. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis>. Di Akses 4 Maret 2021
- Silviasih, S., Slamet, F., & Iskandar, D. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik Ukm Sektor Manufaktur Garmien Di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 16(1), 98664. <https://www.neliti.com/publications>. Di Akses 5 Maret 2021
- Souisa, W. (2018). The effects of entrepreneurial orientation and market orientation on business performance. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(4), 280–284. <https://www.proquest.com/openview>. Di Akses 25 Februari 2021
- Sudana, W. (2019). Dinamika Perkembangan Seni Karawo Gorontalo. *Gelar : Jurnal Seni Budaya*, 17(1), 31–43. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6ey3g>. Di Akses 25 Februari 2021
- Sudarma, M., & Maskie, G. (2017). Penerapan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Ukm (Studi Pada Ukm Karawo Di Kota Gorontalo). *Fakultas Ekonomi, Universitas Ichsan Gorontalo*, 1–12. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6ey3g>. Di Akses 23 Maret 2021
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 153–165. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>. Di Akses 4 Maret 2021.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen cetakan ke enam*. Bandung: Alfabeta.
- Taan, H. (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keunggulan Bersaing usaha Karawo Dikota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan.*, 1–14. <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php>. Di Akses 5 Maret 2021
- Umar, Z. A. (2015). Peran Kemampuan Manajemen Dan Orientasi Pasar Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis. *Tesis*, 1–266. <https://repository.ung.ac.id/riset/show.html>. Di Akses 2 November 2021
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87. <https://media.neliti.com/media/publications>. Di Akses 5 Maret 2021
- Wardoyo, P. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Usaha dan Kinerja Bisnis UMKM di Desa Ujung-ujung, Kec.Pabelan, Kab.Semarang. *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 1983, 1–19. <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php>. Di Akses 5 Maret 2021.
- Welsa, H. (2006). Pengaruh Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Usaha Serta Kinerja

Usaha. *Universitas Taman Surya Yogyakarta*, 13(3), 371–387.

<https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/view/389>. Di Akses 4 Maret 2021

Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM batik di Kabupaten Jombang. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 5(1), 56.

<https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/view/389>. Di Akses 5 Maret 2021