

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Lima indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel jaringan pemasaran dengan bentuk *sharing knowledge*, kepercayaan, kesepakatan atau komitmen, ketergantungan dan reputasi kemanfaatan. Empat indikator mendapatkan nilai yang tinggi sedangkan indikator *sharing knowledge* mendapatkan nilai yang cukup karena pelaku usaha dengan mitra pemasarannya tidak melakukan pertukaran pengetahuan atau pengalaman.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan kerja sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja pemasaran oleh UMKM. Penambahan satu unit mitra pemasaran akan menaikkan kinerja pemasaran sebesar 19,1%.

B. Saran

Keterbatasan- keterbatasan dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya untuk dikembangkan, maka saran yang dapat diluaskan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Para Pengusaha Makanan Ringan
 - a. Ditingkatkan *Sharing knowledge* dalam bentuk berbagi pengetahuan dan berbagi pengalaman antara pelaku usaha dengan mitra pemasarannya.
 - b. Para pelaku UMKM didorong untuk memperluas jaringan pemasarannya.
2. Bagi Peneliti selanjutnya

Selain melihat sumber dari literatur terkait untuk rumusan variabel penelitian, penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan kondisi sosial yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Pengaruh kondisi sosial seperti Pandemi Covid-19 dapat dijadikan indikator yang memengaruhi kinerja dari perusahaan atau unit usaha. Selain itu penelitian dapat diperluas bukan hanya dilakukan di saja karena mungkin daerah lainnya akan mempunyai kondisi sosial ekonomi yang berbeda.