

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Usaha pengolahan kopi Kabupaten Tanah Datar memiliki orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan manajemen pengetahuan yang baik, memiliki keunggulan bersaing yang tinggi, namun memiliki kinerja pemasaran yang rendah.
2. Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan manajemen pengetahuan usaha pengolah kopi Kabupaten Tanah Datar mempengaruhi kinerja pemasaran usaha. Keunggulan bersaing usaha pengolah kopi tidak mempengaruhi kinerja pemasaran usaha. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan usaha pengolah kopi tidak mempengaruhi keunggulan bersaing usaha. Manajemen pengetahuan pelaku usaha pengolah kopi memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keunggulan bersaing usaha. Keunggulan bersaing tidak memiliki pengaruh mediasi antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan manajemen pengetahuan dengan kinerja pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka penulis menyarankan beberapa hal yaitu :

1. Meningkatkan kinerja pemasaran perlu memiliki orientasi pasar yang kuat, orientasi kewirausahaan yang kuat, manajemen pengetahuan yang kuat, dan keunggulan bersaing yang kuat. Peningkatan kinerja pemasaran tidak hanya dari sisi pelaku usaha saja, namun juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak salah satunya pemerintah. Pemerintah sebagai lembaga yang mengelola UMKM perlu memberikan pendidikan kepada para pelaku usaha tentang pentingnya memiliki orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan, dan keunggulan bersaing sehingga kinerja pemasaran usaha dapat meningkat. Hal ini bisa dilakukan melalui pelatihan

dan juga penyuluhan kepada para pelaku usaha pengolah kopi di Kabupaten Tanah Datar.

2. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan pada kemampuan penulis. Model yang dibentuk dalam penelitian ini diambil dari model-model penelitian sebelumnya dan digunakan untuk memprediksi hubungan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan kinerja pemasaran. Oleh sebab itu disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk memasukkan variabel lain diluar variabel-variabel dalam penelitian ini yang mungkin juga mampu mempengaruhi kinerja pemasaran, misalnya variabel orientasi pembelajaran, dan karakteristik kewirausahaan yang berdasarkan penelitian terdahulu juga diduga mampu mempengaruhi kinerja pemasaran usaha.

