

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis data yang dilakukan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan sara-saran yang dapat diberikan untuk penelitian yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM Makanan Khas Minang di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *market orientation* dan *learning orientation* dan menguji pengaruhnya terhadap variabel kinerja apakah variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh positif atau negatif, apakah hubungan variabel-variabel tersebut signifikan atau tidak signifikan. Terdapat empat hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini, berikut hasil analisis penelitian yang diperoleh:

1. *Market orientation* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM Makanan Khas Minang di Kota Padang. Pengaruh positif dilihat dari nilai *original sample* yang bernilai positif sebesar 0,075 dan hubungan yang tidak signifikan dilihat dari nilai T-Statistik 0,500 yang lebih kecil dari T-Tabel sebesar 1.96
2. *Learning orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Makanan Khas Minang di Kota Padang. Pengaruh positif dilihat dari nilai *original sample* yang bernilai positif sebesar 0,513 dan

hubungan yang signifikan dilihat dari nilai T-Statistik 3,454 yang lebih besar dari T-Tabel sebesar 1,96.

3. *Market Orientation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Learning Orientation* pada UMKM Makanan Khas Minang di Kota Padang. Pengaruh positif dilihat dari perolehan nilai *original sample* yang bernilai positif sebesar 0,867 dan hubungan yang signifikan dilihat dari nilai T-Statistik 36.922 yang lebih besar dari T-Tabel sebesar 1,96.
4. *Market Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja melalui *Learning Orientation* pada UMKM Makanan Khas Minang di Kota Padang. Pengaruh positif dilihat dari perolehan nilai *original sample* yang bernilai positif sebesar 0,445 dan hubungan yang signifikan dapat dilihat dari perolehan nilai T-Statistik sebesar 3,398 yang lebih besar dari T-Tabel 1,96.

5.2 Implikasi Penelitian

Setelah melakukan penelitian dengan variabel *market orientation* dan *learning orientation* terhadap kinerja terdapat temuan yang dapat diimpikasikan, bagi perusahaan atau pemilik usaha UMKM makanan khas minang hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pembelajaran bagi karyawannya sebagai investasi jangka panjang perusahaan karena karyawan merupakan aset yang penting bagi suatu perusahaan. Dalam meningkatkan pembelajaran bagi karyawan, perusahaan atau pemilik usaha dapat melibatkan karyawan dalam mengambil keputusan atau melibatkan karyawan dalam memberikan ide sehingga

karyawan merasa bertanggungjawab terhadap tujuan perusahaan. Dengan demikian, kinerja dari perusahaan meningkat dari waktu ke waktu.

Pemilik UMKM makanan khas minang di Kota Padang juga seharusnya memperhatikan para pesaingnya sebagai perbandingan baik dalam harga, variasi produk, strategi pemasaran yang digunakan dan lainnya. Hal ini bermanfaat bagi perusahaan dalam mengembangkan produknya agar lebih baik lagi, lebih banyak variasi maupun adanya inovasi produk baru yang sesuai dengan konsumen. Pemilik UMKM makanan khas minang juga harus memperhatikan konsumen, setiap masukan dan saran dari konsumen ada baiknya diberikan *feedback* yang cepat dan positif agar konsumen tersebut tidak lari ke pesaing.

Untuk meningkatkan kinerja UMKM khususnya makanan khas minang, pemilik harus memperhatikan saling keterkaitan dan saling mendukung satu sama lainnya antara *learning orientation* dan *market orientation*. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, perusahaan yang berorientasi pasar (*market orientation*) harus mampu mengumpulkan informasi, menggunakan informasi pasar untuk dikembangkan menjadi sebuah strategi pemasaran, hal ini secara positif mempengaruhi komitmen, visi bersama, keterbukaan pikiran dan berbagi pengetahuan dalam *learning orientation*. Misalnya jika perusahaan berencana akan membuat produk baru, maka perusahaan terlebih dahulu mengumpulkan informasi terkait produk apa yang akan dibuat, target pasar seperti apa yang diinginkan perusahaan, siapa pasar sasaran, bagaimana teknik promosi yang akan digunakan. Untuk melakukan semua itu, perusahaan dan segala sumber daya yang ada dalam perusahaan harus mampu menyamakan visi perusahaan, dan antar

komponen perusahaan harus mau terbuka dengan ide-ide baru dalam upaya pengembangan produk baru tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, Peneliti menyadari bahwa masih banyak kelemahan-kelemahan dalam penelitian ini karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang antara lain:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari dua variabel independen yaitu *market orientation* dan *learning orientation* terhadap variabel dependen yaitu kinerja
2. Objek penelitian yang diteliti hanya pada UMKM makanan khas minang di Kota Padang saja
3. Penelitian ini belum bisa menggambarkan UMKM makanan khas minang di kota Padang secara rinci sehingga tidak menggambarkan masing-masing kondisi dari Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Penelitian ini hanya menggambarkan UMKM makanan khas minang di Kota Padang secara umum saja.
4. Penelitian ini hanya mengambil sampel sangat sedikit yaitu sebanyak 100 sampel saja
5. Hasil penelitian ini meneliti variabel *market orientation* dan *learning orientation* mempengaruhi kinerja hanya sebanyak 33,4% sedangkan faktor lainnya memiliki pengaruh lebih besar terhadap variabel dependen.

5.4 Saran

Adapun saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya agar:

1. Penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi kinerja, misalnya seperti variabel *entrepreneur orientation*, *co-preneur*, *innovativeness*, keunggulan bersaing dan variabel lainnya
2. Penelitian selanjutnya hendaknya dalam menyebarkan kuesioner penelitian mengambil sampel yang cukup besar sehingga dapat menggambarkan kondisi populasi lebih akurat dan fleksibel
3. Penelitian selanjutnya dapat memetakan jumlah Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah sehingga jumlah sampel yang diambil menggambarkan masing-masing Usaha UMKM tersebut
4. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang serupa pada jenis populasi lainnya, misalnya seperti pada UMKM Jasa, UMKM Industri Kerajinan Tangan atau populasi lainnya yang layak untuk diteliti
5. Penelitian selanjutnya hendaknya melakukan penelitian pada objek penelitian yang lain yang cakupannya lebih luas misal kawasan Sumatera Barat