

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *green innovation* terhadap kinerja pemasaran dengan *resource integration* sebagai variabel mediasi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. *Green Product Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk ramah lingkungan yang dilakukan, maka akan semakin meningkat kinerja pemasaran UMKM.
2. *Green Process Innovation* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi proses ramah lingkungan UMKM, tidak memberikan dampak signifikan terhadap kinerja pemasaran.
3. *Green Product Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Resource Integration*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk ramah lingkungan yang dilakukan UMKM, maka semakin baik juga kemampuan perusahaan dalam melakukan integrasi sumber daya.
4. *Green Process Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Resource Integration*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

baik inovasi proses yang ramah lingkungan pada UMKM, maka semakin baik juga kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan sumber dayanya.

5. *Resource Integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan integrasi sumber daya UMKM, maka akan berdampak dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM
6. *Resource Integration* dapat memediasi pengaruh *Green Product Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk ramah lingkungan yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan kemampuan integrasi sumber daya perusahaan yang nantinya dapat meningkatkan kinerja pemasaran UMKM.
7. *Resource Integration* dapat memediasi pengaruh *Green Process Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi proses yang ramah lingkungan oleh UMKM, dapat meningkatkan kemampuan integrasi sumber daya yang nantinya dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dan kesimpulan di atas, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk keputusan di masa yang akan datang sebagai berikut:

- a. *Green product innovation* atau inovasi produk ramah lingkungan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM melalui inovasi pada bahan baku alami yang digunakan dan kemudahan daur ulang produk. Maka dari itu, pelaku UMKM makanan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produknya. Selain itu, untuk memaksimalkan inovasi hijau, pelaku UMKM dapat melakukan inovasi pada kemasan (*packaging*) dengan menggunakan bahan yang *eco-friendly* sehingga dapat menambah nilai dan daya tarik produk. Dengan demikian, melalui inovasi hijau, pelaku UMKM diharapkan mampu menciptakan bisnis yang berkelanjutan
- b. *Resource integration* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa kemampuan UMKM dalam mengintegrasikan sumber dayanya dengan baik dapat meningkatkan kinerja UMKM. Dengan memiliki kemampuan integrasi sumber daya yang kuat dapat membantu UMKM memperoleh efisiensi bisnis dan dapat meningkatkan kualitas produk yang memiliki *value*

tersendiri sehingga dapat menarik minat konsumen dan tercipta kinerja pemasaran yang baik. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan kemampuan integrasi sumber daya serta memperkuat hubungan kerja sama dengan sumber daya yang dimiliki agar dapat menciptakan efisiensi bisnis yang berguna bagi kelanjutan bisnis dan kinerja UMKM.

- c. *Green Process Innovation* dapat memberikan dampak positif bagi kinerja pemasaran apabila melalui kemampuan UMKM dalam mengintegrasikan sumber dayanya. Oleh karena itu, pelaku UMKM makanan disarankan untuk terus melakukan inovasi proses yang ramah lingkungan dengan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak yang dapat memberikan keuntungan pada UMKM.

2. Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan menambah literatur serta pengetahuan lebih mengenai pengaruh *green innovation* terhadap kinerja pemasaran dengan mediasi *resource integration*.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas hanya pada objek UMKM makanan di Kabupaten Banyumas, dengan demikian disarankan pada penelitian yang akan datang dilakukan dengan menggunakan objek yang berbeda atau di tempat yang berbeda. Kemudian, data pada penelitian ini sebagian besar diperoleh dari hasil

sebar kuesioner melalui tautan *google form* secara *online* yang memungkinkan terjadinya bias dalam pengisiannya. Selain itu, model dalam penelitian ini masih berada pada kriteria yang *marginal fit* atau di bawah kriteria yang baik, serta pada penelitian ini juga menunjukkan adanya indikasi multikolinearitas dan singularitas, sehingga model belum bisa dikatakan model yang baik. Dengan demikian, pada penelitian di masa yang akan datang dapat dilakukan perbaikan. Peneliti dapat mengubah model penelitian dengan menambahkan variabel baru seperti *green awareness* sebagai variabel independen dan *competitive advantage* sebagai variabel dependen.

