

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan penjelasan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan mengenai penerapan orientasi pasar UMKM bandol di Pasir Kidul dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran sebagai berikut:

1. Penerapan orientasi pasar sudah dilakukan oleh UMKM bandol di Pasir Kidul, namun dalam penerapannya memang belum dilakukan secara maksimal. Dikatakan belum maksimal karena pelaku UMKM bandol di Pasir Kidul masih kurang aktif dalam pencarian informasi pelanggan, selain itu belum adanya upaya atau alat sistematis untuk mengukur kepuasan pelanggan. Hal tersebut bisa terjadi karena pelaku UMKM bandol kurang paham mengenai orientasi pelanggan dan merasa nyaman dengan kondisi mereka saat ini, sehingga pelaku UMKM bandol kurang aktif dalam mencari informasi pelanggan dan hanya fokus kepada pelanggan tetap saja.
2. Penerapan orientasi pesaing pada UMKM bandol di Pasir Kidul dirasa masih sangat kurang. Hal tersebut terlihat dari minimnya kegiatan pemantauan aktivitas pesaing yang dilakukan dan apabila dilakukan juga masih bersifat sederhana. Selain itu juga UMKM bandol di Pasir Kidul terlihat belum memiliki upaya dan keinginan untuk meningkatkan keunggulan bersaing, serta masih hanya berfokus pada sisi produknya saja, sehingga sisi lain seperti pemasaran, teknologi, SDM, dan lain sebagainya belum diperhatikan. Hal tersebut dikarenakan pelaku UMKM bandol kurang paham mengenai pemasaran dan persaingan bisnis, sehingga pelaku UMKM hanya fokus terhadap usaha yang sedang dijalankan saja dan cenderung pasrah mengenai pesaing.
3. Penerapan koordinasi interfunksional pada UMKM bandol di Pasir Kidul juga belum diterapkan, hal itu dapat dilihat dari tidak ada pembagian departemen seperti pemasaran, keuangan, dan SDM. Selain

itu juga karena kepedulian karyawan terhadap keberlangsungan usaha kurang. Koordinasi interfunksional belum diterapkan karena dari pemilik UMKM bandol sendiri belum memperhatikan aspek-aspek dalam manajemen seperti manajemen sumberdaya manusia, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen strategis, dan lain sebagainya. Sehingga sumberdaya yang dimiliki pelaku UMKM bandol belum dimanfaatkan secara maksimal

4. Kinerja pemasaran yang ada di UMKM bandol di Pasir Kidul cenderung menurun dari tahun ke tahun. Hal tersebut disebabkan salah satunya karena kurangnya penerapan orientasi pasar yang dilakukan oleh UMKM bandol di Pasir Kidul. Seperti UMKM bandol di Pasir Kidul hanya berfokus pada keinginan pelanggan tetap saja, tidak mencari informasi mengenai keinginan atau kebutuhan pelanggan secara umum, serta kurang dalam melakukan pemasaran produk karena pelaku UMKM bandol di Pasir Kidul cenderung hanya mengandalkan pelanggan tetap yang sudah ada saja.
5. Terkait dukungan dari pihak luar, dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, belum ada dukungan atau bantuan yang dirasakan oleh pelaku UMKM bandol di Pasir Kidul. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh pihak Kelurahan Pasir Kidul yang mengatakan bahwa belum ada dukungan atau bantuan yang diberikan karena minimnya anggaran.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan orientasi pasar pada UMKM belum dilakukan secara maksimal. Secara teoretis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur dalam bidang manajemen pemasaran, terutama mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penerapan orientasi pasar dan kinerja pemasaran. sebagai salah satu sumber pengetahuan tambahan dan sumber literatur bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Implikasi Manajerial

a. Pelaku UMKM bandol

Pelaku UMKM dapat meningkatkan penerapan orientasi pelanggan yang telah dilakukan dengan cara lebih aktif lagi dalam mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan pelanggan, tidak hanya melalui pelanggan tetap dan lingkungan sekitar saja, namun juga bisa melalui media sosial, sehingga pelaku UMKM harus beradaptasi dengan teknologi saat ini untuk mengumpulkan informasi kebutuhan pelanggan, seperti melihat *trend* yang ada, baik *trend* produk maupun cara pemasarannya. Selain itu pelaku UMKM juga harus meningkatkan kegiatan pemantauan terhadap aktivitas pesaing agar bisa merespon tindakan dari pesaing, pelaku UMKM juga dapat mengambil hal-hal positif dari pelaku usaha lainnya untuk memperbaiki produk yang dihasilkan dan strategi yang dijalankan. Kegiatan pemantauan pesaing dapat dilakukan dengan cara membeli produk pesaing, mengikuti pameran usaha, dan bergabung dengan komunitas pelaku usaha. Kemudian mengenai koordinasi interfunksional, pelaku UMKM dapat memperhatikan aspek-aspek manajemen dan meningkatkan kualitas SDM atau karyawan agar karyawan dapat lebih peduli mengenai keberlangsungan usaha. Hal itu dapat dilakukan dengan cara memberikan edukasi atau pelatihan kepada karyawan, melakukan komunikasi yang jelas dan terbuka kepada karyawan, serta melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan agar kepedulian karyawan terhadap keberlangsungan usaha dapat meningkat. Serta, pelaku UMKM dapat mencari informasi dan mengikuti kelas pelatihan atau *intensive course* yang diadakan oleh pihak eksternal. Selanjutnya terkait kinerja pemasaran, pelaku UMKM dapat membuat target penjualan agar terdapat motivasi dalam menjalankan usahanya dan meningkatkan penerapan orientasi pasar seperti yang sudah disebutkan di atas.

b. Paguyuban

Pihak paguyuban diharapkan dapat meningkatkan keaktifannya dalam memberikan dukungan bagi pelaku UMKM bandol. Hal itu dapat dimulai dari menyebarkan informasi dan mengajak pelaku UMKM bandol untuk bergabung dengan paguyuban. Selanjutnya paguyuban dapat menyusun kegiatan yang akan dilakukan kedepannya, seperti membuat pelatihan, seminar, ataupun diskusi baik mengenai cara menghadapi persaingan bisnis, cara memasarkan produk, pencatatan keuangan, dan masih banyak lagi. Selain itu paguyuban juga bisa mengajak pelaku UMKM bandol di Pasir Kidul untuk *mere-branding* produk bandol sebagai warisan budaya sehingga produk bandol bukan hanya sekedar sandal atau kerajinan biasa. Dengan hal tersebut harapannya juga dapat meningkatkan kinerja pemasaran secara tidak langsung.

c. Regulator

Hal pertama yang dapat dilakukan oleh pihak Kelurahan Kidul adalah melakukan pencatatan secara *continue* mengenai pelaku UMKM bandol yang ada di Pasir Kidul. Dari pencatatan tersebut pihak kelurahan dapat mengumpulkan informasi mengenai kendala, kebutuhan atau keinginan dari pelaku UMKM bandol. Selanjutnya, Kelurahan Pasir Kidul dapat melakukan kerjasama dengan paguyuban maupun pihak eksternal lainnya untuk mengadakan pelatihan intensif atau seminar yang sudah disesuaikan dengan kendala, kebutuhan atau keinginan pelaku UMKM bandol.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya fokus mengkaji dua hal, yaitu kinerja pemasaran dan penerapan orientasi pasar yang dilakukan oleh UMKM. Keterbatasan ini dapat mengakibatkan kurangnya gambaran menyeluruh terhadap berbagai aspek lain yang mungkin mempengaruhi kinerja pemasaran pada UMKM. Sehingga untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini dapat dikembangkan dengan mengkaji variabel lain yang diduga mempengaruhi kinerja pemasaran

UMKM, seperti orientasi kewirausahaan yang dikemukakan oleh Lumpkin dan Dess pada tahun 1996, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Er & Mukti, 2023). Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah kesibukan dari para informan, sehingga proses wawancara menyesuaikan waktu senggang informan.

