

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisa yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh *Marketing Capability* dan *Innovation Capability* terhadap Kinerja Pemasaran (Survey Pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan)”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan *marketing capability* dan *innovation capability* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan. Hal tersebut memiliki arti bahwa variabel *marketing capability* dan *innovation capability* memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan.
2. *Marketing Capability* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin baik *marketing capability* maka akan semakin meningkat kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan, begitu pula sebaliknya jika semakin rendah *marketing capability* maka akan semakin rendah pula kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan.
3. *Innovation Capability* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin baik *innovation capability* maka akan semakin meningkat kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan, begitu pula sebaliknya jika semakin rendah *innovation capability* maka akan semakin rendah pula kinerja pemasaran pada UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan maka terdapat beberapa rekomendasi saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil angket yang telah disebarakan kepada 83 responden, pada variabel *marketing capability* item 7 (tujuh) dengan indikator *promotion capability* merupakan indikator dengan skor rendah. Artinya berdasarkan nilai tersebut saran yang dapat penulis berikan terhadap pelaku UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan, harapannya perlu untuk lebih meningkatkan promosi dalam pemasaran produk dengan cara promosi dalam media sosial atau platform-platform digital seperti instagram, tiktok shopee dan juga bisa membuat konten-konten menarik mengikuti trend terkini.
2. Berdasarkan hasil angket yang telah disebarakan kepada 83 responden, pada variabel *innovation capability* item 4 (empat) dengan indikator inovasi pasar merupakan indikator dengan skor rendah. Artinya berdasarkan nilai tersebut saran yang dapat penulis berikan terhadap pelaku UMKM Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan, harapannya perlu untuk lebih meningkatkan dalam inovasi pasar yaitu dengan cara mencari tahu dan memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen, memperluas target pasar sehingga dapat menarik konsumen baru seperti menciptakan produk sesuai dengan trend atau kebaruan yang menjadi nilai tambah.
3. Bagi peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut dan luas mendalam menyangkut pengaruh *marketing capability* dan *innovation capability* terhadap kinerja pemasaran dengan menyertakan variabel-variabel lain seperti *digital marketing*, *branding*, *brand ambassador*, *brand image* yang belum diteliti dan dapat memilih objek penelitian yang berbeda dari penelitian ini, agar dapat mengkaji lebih luas mengenai pengaruh antar variabel, untuk meneliti *marketing capability* dan *innovation capability* pada konteks jenis usaha lain misalnya *coffee shop*, *clothing* dan jenis usaha lainnya.