

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah

1. Responden penelitian mayoritas berumur 31-40 tahun. Hal ini berarti pemilik usaha dagang pakaian di Semarang ada dalam usia produktif. Bahwa mayoritas UKM dagang pakaian berdiri sekitar 1 hingga 10 tahun dan mempunyai karyawan kurang dari 5
2. *Proactiveness* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM karena wirausahawan yang memiliki karakter ini cenderung kurang mengontrol sendiri setiap keputusan dan perilaku dalam bekerja dan tidak terpengaruh oleh situasi apapun dalam membuat keputusan.
3. *Innovativeness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM .
4. *Opportunity focus* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM .
5. *Resource leveraging* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM .
6. *Customer intensity* (CI) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM .
7. *Value creation* (VC) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM .
8. *Proactiveness, calculated risk-taking, innovativeness, opportunity focus, resource leveraging, customer intensity, value creation* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM .

#### **5.2 Saran**

Saran bagi penelitian ini adalah

- a. Bagi pelaku usaha UMKM, dalam hal *value creation* sebaiknya menjadikan penciptaan nilai sebagai hal yang terpenting dalam aktivitas usahanya serta bisa memastikan karyawan untuk berkontribusi dalam hal menciptakan nilai ke pelanggan. Perusahaan bisa mengirimkan karyawan mengalokasikan waktu secara

khusus untuk mengidentifikasi preferensi konsumen agar dapat menciptakan value tertentu sesuai dengan preferensi konsumen agar bisa menciptakan value. Dalam hal *innovativeness*, UMKM perlu melakukan inovasi baik dari produknya untuk dikembangkan maupun pelayanan atau jasanya. UMKM juga diharapkan bisa melakukan pengujian pasar dalam meluncurkan produk, bekerja sama dengan pihak lain sehingga bisa melakukan pemasaran produk dengan mengaplikasikan entrepreneurial marketing. Dengan mempunyai kemampuan entrepreneurial marketing perusahaan bisa meningkatkan kinerja UMKM nya.

- b. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel yang mungkin bisa mempengaruhi kinerja UMKM. Misalnya dengan menambahkan entrepreneurial marketing secara luas sehingga bisa memberikan pengaruh pada kinerja UMKM atau kelangsungan usaha.

