

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menguji pengaruh keterampilan pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan terhadap intensitas persaingan serta pengaruh keterampilan pemasaran, manajemen hubungan pelanggan, dan intensitas persaingan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM industri fashion di Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 240 UMKM industri fashion di Jakarta.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan hasil pengujian yang dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterampilan pemasaran berpengaruh terhadap intensitas persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pemilik UMKM fashion di Jakarta mampu menciptakan atau merancang iklan yang menarik akan membuat pelanggan tertarik dengan iklan yang dilihat, sehingga akan menimbulkan rasa penasaran atau ingin tahu di benak pelanggan untuk membuktikan bahwa iklan yang diberikan atau ditampilkan sesuai atau tidak. Oleh karena itu akan meningkatkan intensitas persaingan dengan para kompetitornya.
2. Manajemen hubungan pelanggan tidak berpengaruh terhadap intensitas persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pemilik UMKM industri fashion di Jakarta mampu berhubungan baik kepada pelanggan tentunya tidak akan menciptakan intensitas persaingan kepada kompetitor, karena pada dasarnya pelanggan ingin membeli suatu produk bukan karena berhubungan baik dengan pedagang akan tetapi pelanggan membeli suatu produk karena menginginkan produk tersebut atau butuh. Sehingga hal tersebut tentunya tidak akan dapat mempengaruhi pelanggan ingin membeli atau tidak dan tidak akan mempengaruhi intensitas persaingan dengan kompetitor.

3. Keterampilan pemasaran tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Keterampilan pemasaran tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran diindikasikan karena strategi yang dilakukan kurang efektif, meskipun para pemilik UMKM industri fashion memiliki keterampilan yang baik, jika strategi pemasaran yang diterapkan secara keseluruhan kurang efektif atau tidak sesuai dengan kondisi pasar tentu saja tidak akan mencapai hasil yang diinginkan.
4. Manajemen hubungan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM industri fashion di Jakarta tentunya para pemilik UMKM lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan sehingga dapat menyediakan layanan yang lebih personal serta responsive, karena peningkatan kepuasan pelanggan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang akan berdampak positif pada kinerja pemasaran.
5. Intensitas persaingan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pemilik UMKM industri fashion di Jakarta mampu mengevaluasi rasio biaya secara rutin tentunya para pemilik UMKM dapat mengidentifikasi di mana biaya mungkin akan meningkat atau tidak efisien. Hal ini tentunya memungkinkan para pemilik UMKM untuk segera mengambil sebuah tindakan, seperti negosiasi ulang, kontrak dengan pemasok, atau bahkan perbaikan proses produksi, karena hal-hal tersebut dapat mengurangi biaya-biaya yang terlalu tinggi.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya.
2. Terdapat responden yang memiliki keterbatasan interpretasi dikarenakan masing masing responden melakukan pengisian kuisisioner secara mandiri tanpa penjelasan sebelumnya.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya anatar lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian di tempat atau fenomena yang sama, disarankan unutm melakukan penelitian dengan metode yang berbeda.
2. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan UMKM, ada baiknya dengan meningkatkan keterampilan pemasaran serta customer relationship management.
3. Pelaku UMKM menerapkan keterampilan pemasaran yang didorong dengan pertimbangan factor intensitas persaingan di UMKM industry fashion agar kinerja pemasaran dalam hal ini berkaitan dengan penjualan produk dapat meningkat.