

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 1V sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM Ensikei Kupang
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa kinerja pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pada UMKM Ensikei Kupang

#### **5.2 Implikasi Teoritis**

Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis dalam penelitian ini berdasarkan kerangka dasar penelitian ini.

Menurut Ira Setiawati (2017). Hubungan strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran adalah bahwa apabila pemasaran yang diberikan oleh UMKM dapat memuaskan sesuai dengan harapan yang diinginkan kinerja, maka akan menguntungkan UMKM yaitu dengan meningkatnya partisipasi kinerja dan meningkatnya kinerja pemasaran dalam UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung teori menurut Ira Setiawati (2017).

Penelitian terdahulu yang digunakan Satria tirtayasa, I.N (2021). Hasil penelitian saya juga sejalan dan memperkuat penelitian dari Satria tirtayasa, I.N (2021).

### **5.3 Implikasi Terapan**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan pada bagian-bagian 5.1 dalam penelitian:

1. Bagi para pelaku UMKM Ensikei kupang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis menyatakan bahwa strategi pemasaran dan kinerja pemasaran Ensikei kota kupang. Berdasarkan hasil penelitian masing-masing indikator dari 2 variabel terdapat nilai terendah pada indikator strategi pemasaran. Bagi UMKM Ensikei kota kupang sebaiknya lebih memperhatikan strategi pemasaran UMKM Ensikei sehingga dapat meningkatkan efisiensi usaha guna mendukung keberhasilan UMKM.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. mengingat penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu strategi pemasaran dan kinerja pemasaran UMKM.