

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

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

- 1) Secara persial Variabel perilaku kewirausahaan (X1) diketahui berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y) UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang
- 2) Secara persial Variabel pemasaran (X2) diketahui tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y), UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

#### **5.2. Implikasi Teoritis**

Implikasi teoritis dapat diambil dari peneliti skripsi ini memuat teori pendukung sebagai berikut:

Perilaku kewirausahaan dapat diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan dari seorang wirausaha yang dibina oleh enam ciri utama yaitu percaya diri, berani mengambil resiko, berorientasi tugas hasil, kepemimpinan, serta berorientasi ke masa depan untuk tercapainya tujuan. Menurut Suryana (2003 : 12) bahwa seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan ditandai oleh pola-pola tingkah laku antara lain inovatif, keberanian menghadapi resiko, ambisi mencari peluang.

Kita semua selalu akan terlibat dalam kegiatan pemasaran bisnis yang beraneka ragam jenisnya sebanyak ragam atau jenis kebutuhan kita. Semakin banyak ragam jenis kebutuhan kita maka sebanyak itu pulalah jenis kegiatan pemasaran itu adanya. Hal ini disebabkan karena pada

hakikatnya pemasaran adalah suatu kegiatan bisnis yang merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas, (Indriyo, 2012 : 10).

Tujuan pokok didakannya usaha adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. pendapatan adalah suatu jumlah yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu usaha ( Sukirno dan Sadono, 2033:8.

### **5.3. Implikasi Terapan**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh maka saran yang dapat menjadi bahan masukan yaitu:

- 1) Pada variabel (X1) perilaku kewirausahaan, pelaku usaha UMKM perlu lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan usahanya sehingga dapat menambah pendapatan usaha yang dijalankan sehingga kebutuhan usaha dan kesejahteraan keluarga tetap terjamin.
- 2) Pada variabel X2) pemasaran, pelaku UMKM seharusnya secara tepat melakukan promosi usaha dari mulut ke mulut Sehingga bisa mencapai penjualan maksimal yang akan menambah pendapatan usaha.
- 3) Melalui penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat membantu pihak Pelaku UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang : Disarankan agar Pelaku UMKM di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang harus mempertahankan pendapatan bahkan lebih ditingkatkan lagi dengan memperbaiki strategi pemasaran sebagai pelaku usaha yang inovatif dan kreatif yang selalu berusaha melakukan inovasi usaha sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkat menjadi kategori sangat baik kedepannya.