BAB V

KESIMUPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh orientasi kewirausahaan, efisiensi pemasaran, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha cengkeh di Desa Gebugan, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha cengkeh yang tercermin dari sikap inovatif, keberanian mengambil risiko, dan perilaku proaktif maka semakin baik pula kinerja pemasaran yang dihasilkan. Pelaku usaha yang terbuka terhadap ide baru, berani mencoba strategi pemasaran baru, serta aktif mencari informasi pasar mampu meningkatkan volume penjualan, memperluas pelanggan, dan meningkatkan kemampulabaan usaha. Temuan ini menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan faktor internal strategis yang berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran usaha cengkeh.
2. Efisiensi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha cengkeh di Desa Gebugan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang efisien, harga yang diterima petani yang relatif adil, serta penggunaan saluran pemasaran yang mampu menekan biaya pemasaran berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja

pemasaran. Efisiensi pemasaran memungkinkan pelaku usaha memperoleh keuntungan yang lebih optimal tanpa harus meningkatkan biaya secara berlebihan. Dengan demikian, semakin efisien proses pemasaran yang dijalankan, maka semakin tinggi pula kinerja pemasaran usaha cengkeh.

3. Hasil peneliatan menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha cengkeh di Desa Gebugan. Keunggulan bersaing yang tercermin dari kualitas produk cengkeh yang stabil, harga yang kompetitif, serta akses pasar yang lebih luas terbukti mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Pelaku usaha yang memiliki mutu produk yang baik dan tidak hanya bergantung pada satu pembeli atau pengepul memiliki posisi tawar yang lebih kuat di pasar. Hal ini berdampak pada peningkatan volume penjualan, loyalitas pelanggan, serta keberlanjutan usaha cengkeh di Desa Gebugan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa temuan penelitian dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, efisiensi pemasaran, dan keunggulan kompetitif secara kolektif memberikan pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha cengkeh di Desa Gebugan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja pemasaran memerlukan pendekatan multifaset, yang melibatkan kemampuan inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dari pelaku bisnis, manajemen upaya pemasaran yang efisien, dan pembentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Ketika ketiga variabel ini digabungkan, para pemangku kepentingan bisnis cengkeh dapat

meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan, efisiensi pemasaran, dan keunggulan kompetitif merupakan elemen strategis yang secara signifikan memengaruhi peningkatan kinerja pemasaran usaha cengkeh di Desa Gebugan.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi Pelaku Usaha Cengkeh

1. Pelaku usaha cengkeh di Desa Gebugan disarankan untuk terus meningkatkan orientasi kewirausahaan, khususnya dalam hal inovasi dan keproaktifan. Pelaku usaha perlu lebih terbuka terhadap penerapan metode baru dalam pengelolaan usaha dan pemasaran, seperti perbaikan kualitas pascapanen, diversifikasi produk, serta pemanfaatan informasi pasar secara lebih aktif.
2. Dalam rangka meningkatkan efisiensi pemasaran, pelaku usaha disarankan untuk memilih saluran pemasaran yang lebih pendek dan efisien guna menekan biaya pemasaran serta meningkatkan bagian harga yang diterima. Pengelolaan biaya transportasi, penyimpanan, dan penjualan yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan keuntungan usaha secara berkelanjutan.
3. Pelaku usaha juga perlu memperkuat keunggulan bersaing dengan menjaga kualitas cengkeh secara konsisten, menetapkan harga yang

kompetitif, serta memperluas jaringan pemasaran. Upaya untuk tidak bergantung pada satu pembeli atau pengepul perlu ditingkatkan agar posisi tawar pelaku usaha menjadi lebih kuat.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya harus memperluas cakupan variabel dan metode yang digunakan untuk menganalisis kinerja pemasaran bisnis cengkeh dan komoditas pertanian lainnya. Variabel yang disarankan meliputi orientasi pasar, adopsi teknologi digital, lembaga pemasaran, akses pembiayaan, dan dukungan kebijakan pemerintah. Selain itu, perluasan penelitian ke berbagai wilayah dan jenis perkebunan dapat meningkatkan generalisasi. Penggunaan metode yang beragam, khususnya pendekatan kualitatif atau campuran, direkomendasikan untuk lebih memahami perilaku dan motivasi pelaku bisnis. Studi longitudinal juga dapat melacak perubahan kinerja dan strategi pemasaran dari waktu ke waktu, serta berkontribusi pada bidang manajemen pemasaran dan kewirausahaan agribisnis.