

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Penerapan variabel pemasaran digital, inovasi produk, orientasi pasar dan kinerja pemasaran pada usaha mikro pangan olahan di wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya secara keseluruhan memiliki kriteria sangat baik.
2. Pemasaran digital dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada usaha mikro pangan olahan di wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. Sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada usaha mikro pangan olahan di wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya.
3. Implikasi dari hasil penelitian mencakup implikasi teoritis dan implikasi manajerial. Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini membenarkan dan memperkuat beberapa teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pemasaran digital, inovasi produk dan orientasi pasar. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh usaha mikro pangan olahan di wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya pada variabel pemasaran digital yaitu memperluas jangkauan konsumen dengan melakukan promosi melalui pemanfaatan dari berbagai media sosial. Variabel inovasi produk yaitu dengan meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan inovasi yang kreatif pada produk baru dengan sasaran pasar yang tepat sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan konsumen. Implikasi manajerial variabel orientasi pasar yaitu dengan melihat perkembangan pasar pada usaha mikro dibidang pangan olahan yang terkini dan bersikap terbuka

dalam menampung semua kritik ataupun komentar pelanggan yang dijadikan sebagai evaluasi usaha untuk kedepannya.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Usaha mikro pangan olahan di wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya perlu meningkatkan penerapan inovasi produk terkait dengan kemampuan mengembangkan inovasi yang kreatif yang salah satunya melalui perluasan lini yaitu dengan terus melakukan riset untuk dapat mengembangkan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.
2. Perlu adanya sosialisasi dan pelatihan bagi pelaku usaha mikro mengenai perkembangan teknologi pemasaran digital dari dinas terkait karena hal tersebut sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Selain itu sosialisasi dan pelatihan dari dinas terkait juga dapat mengasah kreatifitas bagi pelaku usaha mikro agar lebih berinovasi dalam menghasilkan suatu produk sehingga usaha yang dijalankan akan lebih berkembang.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain diluar dari variabel penelitian ini agar dapat mendukung penelitian ini secara lebih luas yang berkaitan dengan kinerja pemasaran serta menggunakan sampel yang lebih banyak.