

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar, kreativitas organisasi dan Inovasi terhadap kinerja pemasaran. Responden dalam penelitian ini berjumlah 34 karyawan BMT MADE Demak. Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran di BMT MADE Demak ini dibuktikan dengan adanya hasil uji parsial atau uji t ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,526 > 1,697$). Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa BMT MADE Demak selalu mengontrol pasar, mencari apa yang diinginkan pelanggan, mempertahankan, pelayanan yang diinginkan pelanggan dengan baik maka pelanggan akan selalu berkomitmen pada BMT MADE Demak agar selalu menggunakan jasanya, BMT MADE demak juga selalu memperhatikan para kompetitor-kompetitornya agar selalu tetap unggul dalam bisnisnya, dan selalu kompak dalam organisasi seperti memberikan informasi yang didapat dari pelanggan.
2. Kreativitas organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran di BMT MADE Demak ini dibuktikan dengan adanya hasil uji parsial atau uji t ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($3,223 > 1,697$). Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa BMT MADE Demak memberikan kebebasan pada karyawan untuk melakukan kreativitas dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya agar nantinya dapat memiliki kinerja yang baik, terutama bagi pemasaran Islam. Sebab dalam pemasaran diperlukan adanya suatu kreativitas organisasi yang berbentuk kerja tim atau kerjasama antar karyawan dalam meningkatkan kinerjanya dengan baik.
3. Inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran di BMT MADE Demak ini dibuktikan dengan adanya hasil uji parsial atau uji t ternyata

nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($8,934 > 1,697$). Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa BMT MADE Demak melakukan inovasi pada produk, yaitu menambah produk simpanan untuk pelajar dengan tujuan melakukan inovasi dalam pemasaran karena mengingat banyaknya kompetitor-kompetitor yang banyak melakukan terobosan untuk menjadi yang unggul, maka BMT MADE Demak memberikan layanan tabungan untuk pelajar yang BMT MADE demak menjemput langsung tabungan ke sekolah-sekolah.

4. Secara simultan variabel Orientasi Pasar, kreativitas organisasi dan Inovasi bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja pemasaran di BMT MADE demak, karena berdasarkan uji statistik diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar F_{tabel} ($40,515 > 2,922$). Dalam penelitian hasil analisis regresi linier berganda yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan terlihat $adjusted R^2$ adalah 0,782. Dengan demikian 78,2% variasi perubahan variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel orientasi pasar, kreativitas organisasi dan inovasi. Sedangkan sisanya ($100\% - 78,2\% = 21,8\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab diluar model.

B. Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penelitian penulis memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini jumlah responden yang masing-masing berpartisipasi sangat terbatas sehingga hasil penelitian ini tidak maksimal.
2. Data yang dianalisis dalam penelitian ini menggunakan instrument yang berdasarkan pada persepsi jawaban responden. Persepsi saat ini bisa berbeda di lain waktu.
3. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga penelitian ini kurang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menambah objek penelitian, menambah jumlah responden, dan menambah variabel independen.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan tidak memisahkan variabel independen tersebut, karena dari hasil pengujian yang dilakukan secara bersama-sama (uji F) menghasilkan nilai yang lebih besar dibandingkan diuji secara parsial (uji t).
3. Pihak BMT MADE harus mewaspadaai ancaman dari pesaing karena di era ini banyaknya pesaing membuat persaingan yang cukup berat, sehingga perlu meningkatkan kinerja yang baik melalui orientasi pasar, kreativitas organisasi dan inovasi.
4. BMT MADE Demak untuk lebih meningkatkan orientasi pasar, kreativitas dalam organisasi lebih ditingkatkan karena kreativitas dalam organisasi sangatlah penting untuk menunjang inovasi didalam pemasaran di BMT MADE Demak.

D. Penutup

Syukur *Alhamdulillah* berkat nikmat, taufik dan hidayah Allah SWT, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal, tetapi tentunya masih ada kekurangan yang membutuhkan sumbangsih saran, kritik dari berbagai pihak di antaranya para pembaca.

Tidak lupa peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Akhirnya peneliti minta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.