

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan temuan fakta dari penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang pengaruh antara kemitraan usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil binaan Bank BRI wilayah DKI Jakarta, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara kemitraan usaha dengan keberhasilan usaha. Hal ini berarti bahwa jika kemitraan usaha baik, maka keberhasilan usaha yang diperoleh akan meningkat, dan sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh positif antara strategi pemasaran dengan keberhasilan usaha. Hal ini berarti bahwa jika strategi pemasaran baik, maka keberhasilan usaha yang diperoleh akan meningkat, dan sebaliknya.
3. Terdapat pengaruh positif antara kemitraan usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha. Hal ini berarti bahwa semakin baik kemitraan usaha dan strategi pemasaran, maka semakin meningkat keberhasilan usaha, dan sebaliknya.

#### **B. Implikasi**

Setelah dilakukan penelitian mengenai pengaruh antara kemitraan usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil binaan Bank BRI wilayah DKI Jakarta, diketahui bahwa implikasinya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa indikator keberhasilan usaha paling tinggi adalah pada tingkat perluasan usaha pada sub volume penjualan. Ini berarti pelaku usaha mikro dan kecil berhasil meningkatkan perluasan usahanya dan membuat volume penjualannya meningkat. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah daya saing pada sub indikator kualitas produk. Ini berarti usaha mikro dan kecil binaan BRI tersebut masih belum mampu bersaing di pasaran dikarenakan oleh produk yang di hasilkan terlihat biasa saja dan membuat konsumen enggan untuk membeli.
2. Kemitraan usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa indikator kemitraan usaha paling tinggi adalah pada pengembangan usaha sub pinjaman usaha. Hal ini berarti kemitraan usaha yang paling sering dilakukan adalah pengembangan usaha dalam bidang peminjaman uang untuk mengembangkan usaha mitra binaanya. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah akses pasar sub persaingan pasar. Hal ini berarti kemitraan usaha yang paling rendah adalah akses pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha masih belum dapat akses pasar dari BRI dengan baik. Baik dalam melakukan dalam penjualan juga dalam pemberian fasilitas dalam memasarkan produk.
3. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa skor indikator paling tinggi adalah pada perencanaan harga pada sub indikator sesuai dengan produk. Sedangkan skor indikator paling

rendah adalah indikator promosi sub media promosi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki perencanaan harga yang baik dalam menentukan harga barang dan jasanya untuk di pasarkan. Namun pelaku usaha masih belum dapat mempromosikan barang dengan baik kepada konsumen, yang menjadikan konsumen masih belum merasa tertarik untuk membeli barang dalam melakukan kegiatan transaksi penjualan di usaha kecil dan menengah.

4. Kemitraan usaha dan strategi pemasaran merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Hubungan antara kedua faktor tersebut cukup besar yaitu sebesar 52,4%, dan sisanya merupakan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Faktor-faktor lain tersebut juga harus dimiliki oleh pelaku usaha disamping kedua faktor yang telah dibahas dalam penelitian ini agar pencapaian keberhasilan usaha lebih maksimal.

### C. Saran

Berdasarkan implikasi keberhasilan usaha yang dikemukakan di atas, saran –saran yang kiranaya dapat diberikan peneliti adalah:

1. Rendahnya daya saing yang terdapat pada usaha mikro dan kecil binaan Bank BRI dapat di tunjang dengan kemitraan yang baik. Kemitraan yang baik itu bisa di peroleh dengan meningkatkan akses pasar. Akses pasar itu di tempuh dengan memberikan fasilitas oleh Bank BRI kepada mitra binannya dengan begitu di harapkan daya saing usaha mikro dan kecil binaannya bisa meningkat. Selain pada kemitraan usaha untuk meningkatkan daya saing bisa di tempuh melalui strtategi pemasaran yang

efektif dan efisien. Strategi pemasaran yang efektif dan efisien itu bisa dilakukan dengan cara menggunakan media promosi melalui internet.

2. Untuk dapat meningkatkan keberhasilan usaha yang sifatnya daya saing sebaiknya di tunjang dengan produksi barang yang kompetitif. Barang yang di produksi bisa menarik perhatian konsumen. Barang yang menarik perhatian konsumen bisa di produksi dengan cara yang inovatif dan kreativitas.
3. Dengan rendahnya akses pasar yang di miliki oleh usaha mikro dan kecil dan menyebabkan daya saing yang rendah. Untuk dapat meningkatkan keberhasilan usaha yang sifatnya daya saing sebaiknya di tunjang dengan kemitraan usaha yang baik. Untuk memperoleh daya saing yang tinggi, salah satunya dengan melakukan kemitraan usaha yang berfokus pada akses pasar. Akses pasar itu dapat ditempuh dengan cara Bank BRI diharapkan untuk meningkatkan kemitraan usaha terutama yang terfokus pada akses pasar. Meningkatkan kemitraan usaha terutama pada akses pasar adalah yaitu Bank BRI dapat memberikan arahan kepada mitra binaanya agar dapat memasarkan produknya dengan sebaik-baiknya supaya memberikan manfaat yang lebih baik terhadap pelaku usaha itu sendiri. Pemberian fasilitas oleh Bank BRI untuk memasarkan produk mitra binaanya akan menjadikan hasil penjualan lebih terorganisir dan tidak terbuang dengan sia-sia. Selain itu, dengan memberikan fasilitas pada akses pasar akan menjadikan pelaku usaha lebih teratur dalam menjalani kegiatan penjualannya. Tentu setelah Bank BRI memberikan fasilitas dalam pemasaran yang sudah dilaksanakan, pelaku usaha harus

dapat menggunakan fasilitas yang diberikan Bank BRI dengan optimal agar kegiatan penjualan dapat terorganisir dengan baik dan tentu akan memberikan hasil yang maksimal. Dengan begitu diharapkan daya saing yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro dan kecil binaan Bank BRI tersebut dapat meningkat dan mampu bersaing di pasaran.

4. Dengan buruknya media promosi yang dilakukan oleh usaha mikro dan kecil serta menyebabkan daya saing yang rendah. Untuk dapat meningkatkan keberhasilan usaha yang sifatnya daya saing sebaiknya ditunjang dengan strategi pemasaran yang baik. Untuk memperoleh daya saing yang tinggi, salah satunya dengan melakukan strategi pemasaran yang berfokus pada aspek promosi. Aspek promosi itu dapat ditempuh dengan cara kegiatan promosi barang hendaknya lebih dibuat menarik para konsumen di pasaran. Dengan begitu, konsumen akan merasa tertarik untuk membeli barang yang dipasarkan. Kegiatan promosi seharusnya dilakukan lewat berbagai macam media. Promosi bisa dilakukan di media internet dan berbagai macam pameran. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan lewat media internet diharapkan lebih banyak lagi konsumen yang mengenal barang yang di pasarkan. Selain itu, seharusnya sering mengikuti kegiatan pameran dengan begitu penjualan akan meningkat. Promosi juga bisa dilakukan dengan berbagai diskon dengan begitu, diharapkan banyak konsumen yang tertarik untuk membeli barang pelaku usaha tersebut. Dengan banyaknya media promosi yang digunakan diharapkan daya saing yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro dan kecil

binaan Bank BRI tersebut dapat meningkat dan mampu bersaing di pasaran.