

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mendalam yang telah dilakukan mengenai “Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Ngejamu Ang Kekinian Desa Bujel Kecamatan Mojoroto Kota Kediri”, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM Ngejamu Ang Kekinian telah menunjukkan kemampuan beradaptasi yang luar biasa melalui penerapan strategi inovasi produk yang berfokus pada kebutuhan pasar dan perubahan selera konsumen. Perubahan besar mulai terlihat sejak tahun 2019 ketika usaha ini melakukan rebranding dengan menghadirkan varian rasa baru seperti Sinom Series dan BTS Series yang menghadirkan sentuhan modern pada cita rasa jamu tradisional. Inovasi tersebut didukung oleh kemasan yang lebih menarik, penggunaan warna cerah, serta desain logo yang sederhana namun mudah diingat. Tak hanya berhenti pada produk, inovasi juga dilakukan pada strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan kegiatan promosi lokal. Langkah-langkah ini berhasil menjadikan jamu yang sebelumnya dianggap kuno menjadi minuman sehat yang selaras dengan gaya hidup generasi muda masa kini.
2. Penerapan inovasi produk terbukti memberikan pengaruh nyata terhadap peningkatan penjualan Ngejamu Ang Kekinian dari tahun ke tahun. Berdasarkan data penjualan periode 2017 hingga 2024, terjadi pertumbuhan yang sangat signifikan, bahkan mencapai peningkatan

lebih dari lima kali lipat. Kenaikan paling tinggi tercatat pada tahun 2022–2023, yang dipicu oleh keberhasilan inovasi varian rasa dan promosi digital yang gencar. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi bukan hanya soal memperbarui tampilan atau menambah rasa baru, tetapi juga menjadi strategi penting untuk memperluas pasar dan membangun citra merek yang kuat. Melalui upaya tersebut, jamu yang dulu hanya dikenal di kalangan tertentu kini berhasil diterima sebagai minuman modern yang diminati berbagai lapisan usia, sekaligus memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan industri minuman kekinian.

B. Saran

1. Bagi UMKM Ngejamu Ang Kekinian, diharapkan dapat terus menjaga konsistensi dalam melakukan inovasi produk, baik dari segi cita rasa, kemasan, maupun strategi pemasaran digital. UMKM juga disarankan untuk memperluas jaringan distribusi melalui platform daring (*online marketplace*) agar jangkauan pasar semakin luas, serta terus mempertahankan kualitas bahan baku alami sebagai ciri khas produk jamu tradisional.
2. Bagi Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, diharapkan dapat memberikan pendampingan dan pelatihan berkelanjutan bagi pelaku UMKM agar mampu mengembangkan inovasi berbasis riset pasar dan teknologi digital. Dukungan dalam bentuk akses permodalan dan promosi juga akan membantu memperkuat daya saing UMKM di sektor minuman tradisional modern.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan studi lanjutan terkait strategi inovasi produk pada sektor UMKM tradisional lainnya. Peneliti berikutnya disarankan untuk meneliti lebih dalam hubungan antara inovasi digital, perilaku konsumen, dan pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adindo, Apri Winge. *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- Anggraini, D. *Peran Inovasi Produk Sekam Giling dalam Meningkatkan Profit (Studi pada CV. Bimantara Jaya di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021.
- Antara. 2024. "Kementerian UMKM Sebut 65,5 Juta UMKM Serap 119 Juta Tenaga Kerja." *Antara News*, 5 Januari 2024.
<https://www.antaranews.com/berita/4968741/kementerian-umkm-sebut-655-juta-umkm-serap-119-juta-tenaga-kerja>.
- Ardhana, Putri Alifia. *Peran Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Dolphin Bakery Kota Kediri)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024.
- Arifah, Umi. *Manajemen Strategi*. Jepara: Unisnu Press, 2023.
- Asari, Andi, Rosyida Nurul Anwar, Thoat Stiawan, Mohamad Anwar, Siti Inayatul Faizah, H. Moh Syaf, Muhammad Sholahuddin, et al. *Ekonomi Islam*. 2023.
- Basu Swastha, Hani Handoko, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2020.
- Chen, J., Y. Xu, and K. Zhou. "Product Innovation and Customer Orientation." *Industrial Marketing Management* 93 (2021): 79–91.