

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi produk dan strategi harga dalam meningkatkan pendapatan pada Aza Souvenir Kota Kediri, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Produk di Aza Souvenir Kota Kediri, Aza Souvenir menerapkan berbagai strategi produk, antara lain positioning, inovasi produk baru, desain produk yang sesuai dengan permintaan konsumen, diferensiasi produk, serta overlapping produk. Produk yang ditawarkan selalu disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan pasar, baik dari segi jenis, kualitas, maupun desain. Dengan adanya strategi tersebut, Aza Souvenir mampu menjaga loyalitas konsumen, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan nilai tambah dibandingkan pesaing. Strategi produk yang tepat terbukti berperan penting dalam menjaga daya saing usaha serta meningkatkan minat beli konsumen.
2. Strategi Harga di Aza Souvenir Kota Kediri, Strategi harga yang diterapkan meliputi harga berbasis permintaan, strategi harga psikologis, penerapan odd price, serta metode penetapan harga berbasis biaya dan kondisi pasar. Penetapan harga dilakukan dengan memperhatikan daya beli konsumen, tingkat kesulitan produksi, nilai estetika produk, serta harga pesaing. Strategi ini memberikan fleksibilitas harga yang mampu menjangkau berbagai segmen konsumen, mulai dari kelas bawah hingga

kelas atas, tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian, strategi harga yang diterapkan Aza Souvenir berhasil meningkatkan daya tarik pembeli sekaligus menjaga keberlangsungan keuntungan usaha.

3. Peran Strategi Produk dan Harga dalam Meningkatkan Pendapatan, Strategi produk dan harga secara sinergis memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan Aza Souvenir. Variasi produk yang inovatif dan sesuai kebutuhan pasar, ditambah dengan harga yang kompetitif dan fleksibel, terbukti mampu meningkatkan volume penjualan dan pendapatan setiap tahunnya. Meskipun terdapat fluktuasi pendapatan pada periode tertentu karena faktor musiman dan kondisi pasar, secara umum pendapatan Aza Souvenir menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2021 hingga 2023, sebelum mengalami sedikit penurunan pada 2024. Hal ini menegaskan bahwa strategi produk dan harga tidak hanya sekadar instrumen pemasaran, tetapi juga menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan usaha serta pertumbuhan ekonomi bisnis kecil menengah seperti Aza Souvenir..

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Aza Souvenir

Disarankan agar Aza Souvenir terus meningkatkan inovasi produk dengan menyesuaikan tren dan kebutuhan konsumen, serta memperluas strategi promosi digital melalui platform yang lebih variatif. Selain itu,

perlu memperhatikan efektivitas distribusi dan lokasi usaha, misalnya dengan memperkuat kerja sama dengan marketplace atau reseller, sehingga dapat meningkatkan jangkauan pasar dan menstabilkan pendapatan meskipun terjadi fluktuasi musiman.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian pemasaran, khususnya mengenai strategi produk dan harga pada sektor UMKM. Akademisi dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai bahan pembelajaran serta pengembangan teori pemasaran yang kontekstual dengan fenomena bisnis lokal.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada aspek strategi produk dan harga. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas fokus kajian dengan menambahkan variabel promosi, distribusi, atau pemanfaatan teknologi digital, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM