

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, baik dari segi teori maupun pengamatan langsung pada objek, peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi inovasi produk yang diterapkan oleh UD. Rista dengan menggunakan meningkatkan kualitas produk, menambah varian produk, serta memperbaiki gaya dan desain produk. Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas dengan memiliki standar kebersihannya yang terjamin, serta memiliki banyak varian, dari makanan kering dan sambel-sambelan. Untuk desain dari produknya juga modern dan tidak pasaran dan dengan kemasan yang bagus supaya produk tidak mudah basi.
2. Peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Rista dengan melalui beberapa faktor yang meliputi harga, produk, promosi, dan saluran distribusi. Dengan adanya inovasi produk, penjualan pada UD. Rista meningkat, meskipun meningkatnya tidak sampai setengahnya, tapi peningkatan selalu ada. Melalui penerapan inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan, usaha dapat terus berkembang dan mencapai peningkatan penjualan. Hal tersebut terlihat dari adanya hubungan yang erat antara pengembangan produk yang dilakukan oleh UD. Rista melalui inovasi produk dengan tingkat

penjualan yang diperoleh. Dengan memperhatikan aspek harga, promosi, kualitas produk, serta saluran distribusi, UD. Rista mampu meningkatkan volume penjualannya dan tidak lupa selalu mengutamakan kepuasannya pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Rista di Desa Pabeyan, Kecamatan Tambakboyo, Kabupaten Tuban, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UD. Rista

UD. Rista diharapkan mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan strategi inovasi produk yang telah diterapkan selama ini, terutama dalam menjaga kualitas produk, menambah variasi produk, serta melakukan pembaruan desain dan kemasan agar lebih menarik dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan diharapkan dapat mengoptimalkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan berbagai platform digital lainnya, seperti Instagram, TikTok, dan marketplace, sehingga jangkauan pemasaran dapat semakin luas jangkauannya.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan akademisi yang ingin mengkaji topik serupa, baik terkait strategi inovasi produk, pemasaran, maupun peningkatan volume

penjualan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan, acuan, serta dasar bagi penelitian selanjutnya sehingga mampu mengembangkan kajian yang lebih luas dan mendalam mengenai inovasi produk pada UMKM.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi inovasi produk dengan memasukkan variabel lain yang diduga memengaruhi peningkatan volume penjualan, seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, pemasaran digital, maupun daya saing usaha. Selain itu, penelitian berikutnya dapat dilakukan pada objek yang berbeda atau menggunakan pendekatan kuantitatif maupun metode campuran (*mixed methods*) sehingga dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif serta memperkaya kajian mengenai peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan.