BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh inovasi produk dan kreativitas desain terhadap daya saing pada nazwa collection di kabupaten cirebon , maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Inovasi produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu, perubahan desain, inovasi teknis, pengembangan produk. Indikator yang memiliki tanggapan responden terbesar adalah indikator selalu melakukan perubaan desain produk dan indikator melakukan inovasi dalam teknik pembuatan produk memiliki tanggapan responden terendah. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan inovasi produk pada konveksi Nazwa Collection masih harus dibenahi agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk.
2. Kreativitas Desain yang ada ada di konveksi Nazwa Collectioan berada pada kategori cukup baik , terdiri dari 3 indikator yaitu keahlian, kemampuan, motivasi. Indikator yang memiliki tanggapan responden terbesar adalah indiaktor memiliki motivasi dalam membuat produk baru dan indikator yang memiliki tanggapan responden terendah adalah indikator memiliki pengalaman dalam membuat produk baru. Hal ini

dikarenakan karyawan yang kurang memiliki pengalaman, produk yang dihasilkan kurang bervariatif.

3. Dari 3 indikator daya saing, yaitu Harga bersaing Kualitas produk, dan Keunggulan produk. Indikator yang memiliki tanggapan responden terbesar adalah indikator Desain produk Nazwa Collection bervariatif dan indikator Nazwa Collection memberikan harga yang sesuai memiliki tanggapan responden terendah. Hal ini dapat dilihat dari sedikitnya konsumen yang datang ke Nazwa Collection tersebut dan konsumen cenderung kurang memprioritaskan Nazwa Collection karena desain produk kurang menarik.
4. Pengujian hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan kreativitas desain terhadap daya saing secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian besar pengaruh/kontribusi masing-masing variabel independen terhadap daya saing dapat diketahui bahwa diantara kedua variabel independen, kreativitas desain memberikan pengaruh yang paling besar terhadap daya saing.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Inovasi Produk dan Kreativitas Terhadap Daya SaingPada Konveksi Nazwa Collection di Cirebon, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh Konveksi Nazwa Collection sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya saing, maka perusahaan harus memperhatikan masalah inovasi produk karena memberikan pengaruh terkecil terutama dalam hal inovasi dalam teknik pembuatan produk.

2. Daya saing pada produk Nazwa Collection dinyatakan terbilang cukup tinggi, penulis menyarankan produk Nazwa Collection harus mempunyai diferensiasi produk dengan perusahaan sejenis lainnya dan produk Nazwa Collection harus mempunya ciri khas supaya mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya
3. Pada perusahaan agar mendukung karyawannya dapat berkreativitas dan berinovasi dalam menghasilkan sebuah produk didalam pekerjaannya.
4. Bagi karyawan, dituntut lebih meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam dirinya guna mengoptimalkan kinerja. Karena walaupun sudah didukung oleh lingkungan kerja yang baik, jika motivasi masing-masing karyawan kurang terdapat kreativitas dan inovasi maka hal tersebut tetap akan mempengaruhi hasil produknya.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang tertari melakukan penelitian yang serupa, agar menambahkan indikator pernaytaannya dan menambahkan jumlah sampelnya. Serta mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

Aris Mardiono: 2013, *Pengaruh Orientasi Pasar, Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran,* Vol.1ISSN 2302-495X

Djodjobo & Tawas: 2014, *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dab Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Naasi Kuning di Kota Manado,* Vol.2 No.3, 1214-1224.

Ellitan: 2005, *Strategi Inovasi dan Kinerja Operasional Perusahaan: Sebuah Review Aplikasi Intellectual Capital Managemen Dalam Era Baru Manufaktur,* ISSN 18582559.

Ernani Hadiyati: 2011, *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirusahaan Usaha Kecil,* ISSN 14570243.

Ginanjar, Suendo: 2013, *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan menengah Batik Pekalongan),* ISSN 13243754.

Hadiyati: 2011, *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaa Kecil,* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 8-16

Jasa Suatma: 2013, *Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pembelian Skuter Matik Merk Honda Vario di Kota Semarang.* Jurnal STIE Semarang Vol. 5 No 2 , Edisi Juni 2013: ISSN 2252-7826

Parulian Hutagalo & Ferianto: 2011, *Analisis Daya Saing Susu Murni Produksi Koperasi dan Formulasi Kebijakan Peningkatan Daya Saingnya di Pasar Dalam Negri: Studi Kasus Pada Koperasi Susu di Provinsi Jawa Barat.* Jurnal Ekonomi Vol. XXI No. 2 ISSN: 0215-8442, 60-184

Putu Sukarmen: 2013, *Analisa Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Vaiabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GULPAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO).* JEAM, Vol XII, 1

Umi Narimawati: 2008, *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: Agung Media