BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Deden Tasikmalaya. Maka dapat diambil bebrapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi produk UKM Batik Deden Tasikmalaya sebagian besar berada di kategori sering. Terdiri dari 3 indikator yaitu perluasan lini, produk baru dan produk benar-benar baru. Skor tertinggi terdapat pada indikator perluasan lini dan skor terendah terdapat pada indikator produk benar-benar. Secara umum semua ukuran masuk kedalam kategori sering. Dan inovasi produk yang dilakukan oleh UKM Batik Deden sudah baik.
2. Orientasi Pasar UKM Batik Deden Tasikmalaya berada dikategori selalu. dari 4 indikator yaitu orientasi produksi, orientasi penjualan, orientasi pemasaran, dan koordinasi antar fungsi Skor tertinggi terdapat pada indikator orientasi penjualan dan skor terendah terdapat pada indikator orientasi produksi. Namun secara umum semua ukuran orientasi pasar masuk ke dalam kategori selalu. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan orientasi pasar yang telah dilakukan oleh UKM Batik Deden sudah berjalan dengan baik.
3. Keunggulan bersaing pada UKM Batik Deden sudah cukup baik. Namun harus meningkatkan inovasi produk yang berpengaruh terhadap keungulan bersaing.
4. Secara simultan dan parsial menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang

signifikan antara Inovasi Produk dan Orientasi Pasar secara bersama-sama terhadap Keunggulan Bersaing.

5. Berdasarkan hasil Adjusted R Square yang diperoleh bahwa perubahan Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar .

5.2 Saran

Saran yang dapat di jadikan masukan kepada UKM Batuk Deden yaitu sebagai berikut:

1. Meskipun tanggapan konsumen atas inovasi produk cukup baik, tetapi akan lebih baik apabila inovasi produk diterapkan dan ditingkatkan lagi, sehingga inovasi produk mampu meningkatkan kesan kualitas produknya, membangun persepsi kualitasnya dan asosiasi mereknya, karena konsumen menilai sebuah produk yang memiliki kekuatan merek yang tinggi akan menciptakan loyalitas terhadap produk batik dengan melakukan inovasi-inovasi baru.
2. Orientasi pasar UKM Batik Deden Tasikmalaya pada umumnya sudah baik. Namun sebaiknya UKM Batik Deden Tasikmalaya melibatkan semua bagian semua dalam perusahaan, dalam merespon perubahan pasar, dengan pembagian tugas yang tepat sehingga perusahaan mampu merespon perubahan pasar dengan cepat ddan tepat sehingga perusahaan mampu berorientasi pasar dengan lebih baik.
3. Secara umum keunggulan bersaing pada UKM Batik Deden sudah tinggi. Keunikan produk, Kualitas produk dan Harga yang bersaing Skor tertinggi terdapat pada indikator harga bersaing dan skor terendah terdapat pada

indikator kualitas produk. Hal ini mengidentifikasikan bahwa keunggulan bersaing UKM Batik Deden Tasikmalaya sudah berjalan dengan baik.

4. Alangkah baiknya apabila pihak UKM Batik Deden meningkatkan dan membangun kekuatan merek hingga menciptakan kesan kualitas yang baik, karena akan berpengaruh tinggi terhadap keunggulan bersaing UKM Baik Deden di mata konsumen.
5. Alangkah baiknya apabila pihak UKM Batik Deden membangun strategi penempatan produknya menciptakan perbedaan dengan pesaing, karena akan berpengaruh tinggi terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Deden di mata konsumen.