BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh-pengaruh srategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing pada perusahaan kecap Segi Tiga Majalengka, dapat ditarik kesimpulan dan sekaligus saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Strategi inovasi berpengaruh terhadap daya saing pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka, dimana dengan strategi inovasi yang tepat dan baik membuat daya saing pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka juga menjadi baik. Hanya saja dalam penerapan inovasinya harus tepat dan mengikuti keinginan pasar sehingga daya saing produk lebih meningkat. Seperti yang di inginkan responden dalam pengisian kuesioner yang lebih melihat kemasan yang lebih menari yang akan meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk.
2. Pemanfaatan teknologi berpengaruh terhadap daya saing pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka. Dengan pemanfaatan teknologi yang baik dan tepat membuat daya saing produk pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka menjadi lebih bermutu. Namun pemanfaatan teknologi harus diimbangi dengan pengetahuan dan penerapan yang baik dan tepat, sehingga mampu meningkatkan daya saing. Indikator teknologi informasi sangat di inginkan oleh responden, seperti sistem online dan delivery order yang sangat membantu dalam peningkatan dan persaingan produk.

3. Daya saing pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka sudah cukup baik dalam segi pasar kecil (merk dalam kota Majalengka) namun belum mampu bersaing dengan merk kecap terkenal lain sehingga harus meningkatkan dan menerapkan kualitas produk yang sangat berpengaruh terhadap daya saing.
4. Strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi secara parsial maupun bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap daya saing produk pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka. Strategi inovasi yang tepat serta pemanfaatan teknologi yang baik akan membuat daya saing produk Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka juga semakin baik dan meningkat.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dari penulis kepada Perusahaan Kecap Segi Tiga Majalengka yaitu:

1. Meskipun tanggapan konsumen atas strategi inovasi produk cukup baik, tetapi akan lebih baik apabila strategi inovasi diterapkan dan ditingkatkan lagi, sehingga strategi inovasi 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 kecap Segi Tiga dengan melakukan promo-promo, sepeti potongan harga.
2. Meskipun tanggapan konsumen atas pemanfaatan teknologi dinilai cukup baik, namun dalam penerapannya harus memperhatikan biaya dan sumber daya manusia yang cukup baik agar mampu menjalankan pemanfaatan

teknologi dengan baik, karena teknologi sangat berpengaruh di zaman modern seperti sekarang ini.

3. Secara umum daya saing produk pada perusahaan Kecap Segi Tiga cukup baik, namun akan lebih baik jika keunggulan bersaing pada perusahaan ini lebih ditingkatkan dan diperluas sehingga produk kecap Segi Tiga Majalengka mampu bersaing dengan merek terkenal lain yang sudah menguasai pangsa pasar.
4. Alangkah baiknya apabila pihak perusahaan kecap Segi Tiga meningkatkan dan membangun kekuatan merek hingga menciptakan kesan kualitas yang baik, karena akan berpengaruh tinggi terhadap keunggulan bersaing produk kecap Segi Tiga Majalengka di mata konsumen.
5. Alangkah baiknya apabila pihak kecap Segi Tiga membangun strategi penempatan produknya menciptakan perbedaan dengan pesaing, karena akan berpengaruh tinggi terhadap keunggulan bersaing produk kecap Segi Tiga di mata konsumen.