BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Inovasi Produk di ukur melalui 4 indikator, yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sinetesis. Untuk indikator duplikasi memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup, sedangkan indikator penemuan memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan Inovasi Produk pada Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar masih dinilai cukup, salah satunya terlihat dari peningkatan inovasi produknya dengan memodifikasi produk pesaing agar memiliki ciri khas.
2. Diferensiasi Produk pada Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar berada pada kategori cukup, terdiri dari 5 indikator yaitu bentuk, mutu kinerja, mutu kesesuaian, mutu keandalan dan gaya. Dengan mutu kesesuaian yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator mutu kinerja memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup. Terlihat dari diferensiasi produknya dengan belum mampu menciptakan ukuran kerupuk yang bervariasi dan juga dengan kemasan yang lebih menarik konsumen.

3. Dari 3 indikator Keunggulan Bersaing, yaitu keunikan produk, biaya/harga, dan kualitas produk. Indikator kualitas produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup, sedangkan indikator keunikan produk memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup. Secara keseluruhan rata-rata indikator keunggulan bersaing ini masuk kategori cukup baik, namun tetap harus diperhatikan agar dapat bersaing dipasaran.
4. Secara parsial maupun simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pembeli Kerupuk Kedelai di Rajawali Kota Banjar, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai inovasi produk pada indikator yang paling lemah yaitu penemuan atau kreasi suatu produk, maka disarankan pihak Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar menambahkan inovasi lainnya pada produknya, dengan menciptakan varian rasa baru dan juga untuk mempromosikan penjualannya dengan mengiklankan bahwa terciptanya

bumbu-bumbu baru serta membangun hubungan dengan konsumen terutama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai diferensiasi produk pada indikator yang paling lemah yaitu mutu kinerja, maka disarankan pihak Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar terus memperbaiki kualitas produknya, seperti mengubah jenis ketebalan plastik maupun dus kemasannya, dan memvariasikan bentuk kemasan dengan menambah kreasi perpaduan warna kemasan dan gambar kemasan, sehingga konsumen lebih tertarik pada kemasan yang baru diciptakan.
3. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing pada indikator yang paling lemah yaitu keunikan produk, maka disarankan pihak Kerupuk Kedelai Rajawali merubah harga yang lebih terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan terus memperoduksi barang dengan kualitas produk yang maksimal, serta menciptakan ukuran produk kerupuk yang lebih bervariasi dan menambahkan label yang berkualitas pada produknya agar terlihat lebih menarik dimata konsumen.
4. Pengaruh antara Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar sudah berjalan cukup baik, maka disarankan Pihak Kerupuk Kedelai Rajawali untuk tetap memberikan kepercayaan kepada konsumen dengan cara merubah dengan ide yang kreatif dalam inovasi produknya seperti terus meningkatkan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan produk lainnya, serta merubah

karakteristik di dalam diferensiasi produknya seperti permintaan untuk kemasan yang lebih menarik sesuai keinginan konsumen.