

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan Penelitian

Tujuan pada penelitian telah tercapai dengan identifikasi dan dugaan masalah yang ditemukan dilapangan, menjelaskan bahwa tingkat kepentingan para pelaku UKM makanan dan minuman yang semakin mengarah pada inovasi, baik itu inovasi tentang pemasaran, proses, maupun inovasi tentang produk, demi mencapai kinerja pasar yang maksimal. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung *marketing innovation* terhadap kinerja pasar UKM pada sektor makanan dan minuman di Kota Padang, serta pengaruh tidak langsung ketika dimediasi oleh *product innovation*. Kemudian tujuan lain dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *process innovation* terhadap *product innovation*, serta *product innovation* pada kinerja pasar UKM makanan dan minuman di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan teknik purposive dalam pengambilan sampel, dengan kriteria usaha bukan *franchise* dan merupakan pelaku UKM makanan dan minuman di Kota Padang.

Penelitian ini merupakan jenis eksplanatory dengan pendekatan kuantitatif yang membagikan kuisioner secara online pada para pelaku usaha langsung atau perwakilan usaha yang memiliki kapasitas pada usaha, dan ketika data feedback kuisioner telah kembali pada penulis, data diolah menggunakan teknik SEM dari software PLS 3.3. Hasil yang kami temukan adalah bahwa pengaruh setiap hipotesis yang diusulkan dalam pengujian adalah signifikan dan positif. Ini mengindikasikan

ketepatan alat ukur dan pemilihan variabel dalam menyimpulkan fenomena dilapangan. Dengan rincian; *marketing innovation* berpengaruh positif dan signifikan pada *market performance*, dan ketika dimediasi oleh *product innovation*, hubungan *marketing innovation* pada *market performance* juga signifikan, dengan total efek mediasi sebesar 34,76%. Sementara itu, pengaruh positif dan signifikan juga diberikan oleh variabel *process innovation* terhadap *product innovation*, dan *product innovation* pada *market performance*.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki implikasi untuk diketahui oleh para praktisi serta lingkungan akademisi, untuk menjadi salah satu perbandingan dan referensi, dan hal tersebut dijelaskan pada bagian selanjutnya.

5.2.1 Implikasi Praktis

Beberapa implikasi dalam penelitian ini untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan ataupun perbandingan bagi para pelaku UKM sektor makanan dan minuman di Kota Padang, diantaranya:

1. Temuan studi ini dapat membantu pembuat kebijakan merancang strategi untuk mendorong *marketing innovation* di Kota Padang dalam upaya peningkatan dan pertumbuhan ekonomi. Jika tidak dilakukan maka kemungkinan terjadinya perlambatan *turnover* dan sendatnya *cashflow* usaha makanan dan minuman dimasa mendatang yang mana didasari oleh sempitnya cakupan pemasaran para pelaku.

2. Temuan kami mengenai *process innovation* dari para pelaku UKM sektor makanan dan minuman mengindikasikan bahwa kebanyakan mereka masih berada pada taraf mempelajari tentang inovasi dalam proses-proses operasi bisnis, yang mana mengindikasikan lemahnya kesiapan mereka untuk melakukan eksperimen dan memperkenalkan cara-cara yang inovatif dan berbeda dari yang sudah ada. Para pelaku perlu untuk melakukan percepatan dan lebih berani dalam mencoba cara-cara yang baru, jika tidak maka pelaku UKM sektor makanan dan minuman di Kota Padang akan terbiasa dengan proses-proses yang lama dan tertinggal daripada apa yang dilakukan oleh sektor yang sama pada tempat yang lain. Hal ini jelas akan berdampak pada kinerja pasar yang lemah dan beresiko kehilangan pangsa pasar dikemudian hari.

5.2.2 Implikasi Akademis

Beberapa implikasi penelitian ini diungkapkan berdasarkan temuan, sehubungan dengan hal itu implikasi ini dapat menjadi rujukan teoritis bagi pihak-pihak akademisi, diantaranya:

1. Temuan penelitian ini memberikan kejelasan bagi penelitian selanjutnya terkait pengaruh elemen-elemen inovasi pada kinerja pasar UKM sektor makanan dan minuman.
2. Perubahan pada lingkungan bisnis makanan dan minuman telah mempengaruhi para pelaku UKM dalam aktivitas inovasi, pertumbuhan ekpektasi soal kemasan, rasa, dan kemudahan menjadi tantangan untuk

kedepannya dan itu harus dilakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam, Hubungan signifikan dan positif antar variabel-variabel dapat dijadikan rujukan dan bahan perbandingan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

3. Dalam decade terakhir, banyak focus penelitian pada sektor UKM secara umum, temuan pada sektor makanan dan minuman ini akan memberikan pembaharuan dan penjelasan spesifik tentang pemahaman pada UKM makanan dan minuman.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang tidak dapat dilakukan atau bahkan tidak penulis temukan, diantaranya:

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel mediasi yaitu *product innovation*.
2. Keterbatasan literatur yang penulis temukan untuk sektor makanan dan minuman pada Usaha Kecil Menengah.
3. Pada proses data, penulis menemukan hambatan ketika membagikan kuisisioner, karena keterbatasan penulis dalam hal waktu dan biaya untuk turun lapangan, sehingga penelitian ini hanya mencapai 104 pelaku UKM makanan and minuman di Kota Padang.

5.4 Saran Penelitian

Sehubungan dengan temuan penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi salah satu referensi untuk pelaku UKM di Kota Padang terkhususnya pada sektor makanan dan minuman, diantaranya:

1. Perlunya kemudahan dan dukungan pemerintah Kota Padang untuk pemodalan dari aktivitas *marketing innovation* yang menuntut biaya tambahan, seperti tenaga ahli, jaringan internet, endorsement, kamera yang beresolusi tinggi, dll.
2. Disarankan bagi pelaku UKM sektor makanan dan minuman untuk menyesuaikan produk yang akan dikembangkan sesuai dengan ekpektasi pelanggan dan mengandung bahan-bahan yang sehat.
3. Disarankan bagi pelaku UKM makanan dan minuman untuk mempercepat proses pembelajaran terkait inovasi-*process innovation* yang sedang berkembang.
4. Disarankan untuk lebih berani untuk bereksperimen dalam *product innovation*, dan cara-cara dalam inovasi itu, karena lambatnya pergerakan pelaku UKM sektor makanan dan minuman di Kota Padang akan membuat ekonomi menjadi melemah dan menurunnya minat beli konsumen karena produk-produk yang ditawarkan tidak membuat mereka tertarik.
5. Disarankan untuk maksimalisasi digitalisasi ekonomi dalam operasi bisnis, seperti pembayaran, pemasaran, serta alat-alat operasi yang berbasis teknologi, karena lebih simple dan higienis, terutama untuk produk makanan.