

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini menyimpulkan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan terjemahan dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya yang terhubung dengan tujuan penelitian.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Didapatkan bahwa indikator-indikator dimensi inovasi untuk UMKM keripik sanjai sebanyak 16 indikator dengan rincian sebagai berikut :
 - a. Inovasi produk dengan 4 indikator inovasi
 - b. Inovasi proses dengan 4 indikator inovasi
 - c. Inovasi pemasaran dengan 5 indikator
 - d. Inovasi organisasi dengan 3 indikator
2. Didapatkan bahwa tingkat kepentingan dimensi inovasi secara berurutan yaitu dimensi inovasi pemasaran dengan tingkat kepentingan 0,3485, dimensi inovasi produk dengan tingkat kepentingan 0,3349, dimensi inovasi proses dengan tingkat kepentingan 0,1792 dan dimensi inovasi organisasi dengan tingkat kepentingan 0,1375.

Sedangkan tingkat kepentingan indikator-indikator inovasi memiliki tingkat kepentingan secara berurut yaitu indikator pengenalan barang dan layanan baru dengan tingkat kepentingan 0,1584, indikator lebih baik menangani kebutuhan pelanggan dengan tingkat kepentingan 0,1554, indikator secara signifikan meningkatkan karakteristik fungsional atau pengguna barang dan jasa (produk eksisting) dengan tingkat kepentingan 0,845, indikator mengurangi dampak lingkungan dan risiko keamanan dengan tingkat kepentingan 0,743, indikator memosisikan produk perusahaan baru di pasar, dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan dengan tingkat kepentingan 0,637, indikator membuka pasar baru dengan tingkat kepentingan 0,584,

indikator implementasi metode baru untuk mengatur rutinitas standar dan prosedur untuk pelaksanaan kerja dengan tingkat kepentingan 0,582, indikator perbaikan yang signifikan dalam cara mereka disediakan dengan tingkat kepentingan 0,560, indikator metode baru atau yang ditingkatkan secara signifikan untuk pembuatan dan penyediaan layanan dengan tingkat kepentingan 0,464, indikator inovasi dalam organisasi tempat kerja dengan tingkat kepentingan 0,451, indikator metode pemasaran baru dalam penempatan produk terutama melibatkan pengenalan saluran penjualan baru dengan tingkat kepentingan 0,391, indikator prosedur dan teknik yang digunakan untuk memberikan layanan dengan tingkat kepentingan 0,370, indikator menambahkan fitur atau karakteristik baru ke layanan yang ada dengan tingkat kepentingan 0,360, indikator penerapan cara-cara baru untuk mengatur hubungan dengan perusahaan lain atau lembaga public dengan tingkat kepentingan 0,341, indikator metode pemasaran baru dalam promosi produk dengan tingkat kepentingan 0,320 dan indikator teknik atau peralatan baru dan yang ditingkatkan secara signifikan dalam aktivitas pendukung tambahan, seperti pembelian, akuntansi, komputasi, dan pemeliharaan dengan tingkat kepentingan 0,214

3. Capaian penerapan inovasi di UMKM Keripik Sanjai Sumatera Barat berkategori sedang dengan persentase 65% UMKM, sangat rendah dengan persentase 32% UMKM dan tinggi dengan persentase 3% UMKM dalam penerapan inovasi. Secara keseluruhan capaian inovasi UMKM keripik sanjai bernilai 33,78%.

6.2 Saran

Berdasarkan batasan, hasil dan kesimpulan penelitian, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penilaian pencapaian tingkatan dimensi dan indikator-indikator inovasi pada UMKM berbeda menggunakan dimensi dan indikator-indikator penelitian ini.