

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi bubuk Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar memiliki inovasi produk yang baik, promosi yang efektif, serta kinerja pemasaran yang baik, meskipun strategi lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.
2. Inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM kopi di Sungai Tarab. UMKM yang terus mengembangkan produk baru dan unik, seperti varian rasa eksklusif atau metode pemrosesan inovatif, mampu menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Penerapan teknologi baru dalam produksi juga meningkatkan efisiensi dan daya saing. Oleh karena itu, inovasi produk sangat penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM kopi tradisional di Sungai Tarab. Namun, strategi lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM kopi di Sungai Tarab. Meskipun lokasi strategis bisa memberikan aksesibilitas dan eksposur yang lebih baik kepada calon pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha bukanlah faktor yang menentukan keberhasilan kinerja pemasaran UMKM kopi di wilayah tersebut. Di sisi lain, promosi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kinerja pemasaran UMKM kopi tradisional di Sungai Tarab. Kegiatan promosi yang efektif, seperti melalui media sosial, pameran produk, atau kerja sama dengan kafe lokal, meningkatkan visibilitas merek dan kesadaran produk. Program promosi seperti diskon dan penawaran spesial juga menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan serta loyalitas. Oleh karena itu, strategi promosi yang efektif sangat penting untuk kinerja pemasaran UMKM kopi tradisional di Sungai Tarab.

B. Saran

Saran untuk penelitian berikutnya berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan adalah:

1. Menggali Lebih Dalam tentang Faktor-faktor Inovasi Produk

Penelitian selanjutnya dapat berkonsentrasi pada analisis lebih mendalam tentang elemen-elemen inovasi produk yang paling berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kopi tradisional di Sungai Tarab. Ini dapat mencakup jenis inovasi produk yang paling efektif, metode implementasi inovasi, dan dampak inovasi terhadap pertumbuhan bisnis dan kepuasan pelanggan.

2. Studi Komparatif tentang Strategi Promosi

Studi lanjutan dapat membandingkan berbagai strategi promosi yang digunakan oleh UMKM kopi tradisional Sungai Tarab. Ini dapat mencakup evaluasi program promosi tertentu, membandingkan promosi online dan offline, dan menemukan tren promosi yang paling efektif untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

3. Pengaruh Variabel Eksternal

Penelitian masa depan dapat melihat faktor eksternal seperti faktor ekonomi, sosial, atau lingkungan yang dapat memengaruhi permintaan pasar atau kondisi persaingan. Faktor-faktor ini termasuk faktor-faktor ekonomi, sosial, atau lingkungan yang dapat memengaruhi kinerja pemasaran UMKM kopi tradisional di Sungai Tarab.

