

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Manajemen hubungan pelanggan dan manajemen permintaan serta pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Hidroponik di Kota Padang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen hubungan pelanggan, manajemen permintaan dan pengembangan produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM hidroponik Di Kota Padang. Sehingga, semakin baik penerapan integrasi dalam manajemen hubungan pelanggan, manajemen permintaan serta pengembangan produk maka dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada pelaku UMKM hidroponik Di Kota Padang.
2. Manajemen hubungan pelanggan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM hidroponik Di Kota Padang. Sehingga, semakin tinggi manajemen hubungan pelanggan maka dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada pelaku UMKM hidroponik Di Kota Padang. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sebagian besar UMKM Hidroponik di kota padang menilai manajemen hubungan pelanggan sudah baik. Manajemen hubungan pelanggan yang efektif berperan penting dalam membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk hidroponik. Dengan komunikasi yang baik dan pelayanan yang responsif, UMKM dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini akan memperkuat posisi UMKM di pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam menghadapi banyaknya pelaku usaha hidroponik yang mulai bermunculan di Kota Padang.
3. Manajemen permintaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM hidroponik Di Kota Padang. Sehingga, semakin tinggi manajemen permintaan dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada pelaku UMKM hidroponik Di Kota Padang. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sebagian besar UMKM Hidroponik di kota Padang menilai manajemen

permintaan sudah baik. Pengelolaan permintaan yang baik memungkinkan UMKM untuk melakukan perencanaan produksi yang lebih efisien dan tepat sasaran. Dengan memahami pola permintaan pasar, UMKM dapat menghindari produksi berlebih yang menyebabkan pemborosan maupun kekurangan stok yang berpotensi kehilangan pelanggan. Hal ini sangat relevan mengingat kebutuhan sayuran hidroponik yang terus meningkat di Kota Padang, sementara kapasitas produksi masih perlu disesuaikan agar dapat memenuhi permintaan tersebut secara optimal. Manajemen permintaan yang terkelola dengan baik juga membantu dalam pengendalian biaya produksi dan distribusi sehingga meningkatkan daya saing produk UMKM.

4. Pengembangan produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM hidroponik Di Kota Padang. Sehingga, semakin tinggi pengembangan produk dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada pelaku UMKM hidroponik Di Kota Padang. Inovasi produk menjadi kunci dalam menarik minat konsumen dan memperluas pangsa pasar. UMKM hidroponik perlu mengembangkan variasi produk yang sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen, seperti sayuran organik, kemasan ramah lingkungan, atau produk siap saji berbasis hidroponik. Selain itu, pengembangan produk yang berkelanjutan juga penting untuk menjaga keberlangsungan usaha di tengah keterbatasan sumber daya dan lahan pertanian di Kota Padang. Penelitian mengindikasikan bahwa pengembangan produk berkontribusi signifikan dalam menciptakan keunggulan bersaing, sehingga inovasi terus-menerus harus menjadi fokus utama UMKM.

B. Saran

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih ada keterbatasan dalam melakukan penelitian. Berikut keterbatasan dalam melakukan penelitian. Berikut keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Populasi pada penelitian ini yaitu UMKM hidroponik yang berada di wilayah Kota Padang sehingga tidak dapat mencerminkan keseluruhan jumlah pelaku UMKM hidroponik yang berada di Sumatra Barat. Data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner sehingga penarikan kesimpulan hanya berdasarkan pada data kuesioner yang terkumpul.

2. Disarankan UMKM Hidroponik lebih aktif membangun komunikasi dengan pelanggan melalui media sosial, program loyalitas, layanan konsultasi. Sehingga dengan ini UMKM mampu dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan dan mengoptimalkan kemudahan proses transaksi bagi pelanggan, baik secara daring maupun luring, melalui penyederhanaan prosedur pembayaran, peningkatan responsivitas layanan pelanggan, dan pemanfaatan platform digital yang *user friendly* guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing.
3. UMKM Hidroponik di kota Padang disarankan untuk meningkatkan akurasi perencanaan permintaan melalui pemanfaatan data pasar yang lebih komprehensif serta meningkatkan kepatuhan terhadap praktik-praktik manajemen permintaan yang efektif dan terstandarisasi guna mengoptimalkan produksi dan mengurangi resiko kelebihan atau kekurangan pasokan.
4. UMKM Hidroponik di kota Padang disarankan untuk meningkatkan fokus pada evaluasi finansial di setiap tahapan pengembangan produk, termasuk analisis biaya produksi dan potensi pasar, dimana untuk memaksimalkan profitabilitas serta pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan.
5. UMKM Hidroponik di kota Padang perlu meningkatkan penerapan ketiga aspek (Manajemen Hubungan Pelanggan, Manajemen Permintaan dan Pengembangan produk) Secara terintegrasi untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan, UMKM tidak boleh hanya fokus pada salah satu aspek, tetapi harus mampu menyelaraskan dan mengoptimalkan ketiga aspek tersebut.