

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM industri kuliner di Kota Padang tahun 2019. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap pelaku UMKM industri kuliner di Kota Padang sebanyak 150 responden. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product Innovation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi *Financial Performance*. Hal ini disebabkan karena penerapan *Product Innovation* yaitu berupa melakukan inovasi pada produk yang sudah ada menjadi kegiatan yang paling banyak diterapkan oleh para pelaku UMKM Industri Kuliner di Kota Padang
2. *Process Innovation* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi *Financial Performance*. Hal ini disebabkan karena *Process Innovation* cenderung mengadopsi teknologi dan membutuhkan dana yang mahal, sehingga efek terhadap *Financial Performance* lebih untuk waktu jangka panjang perusahaan. Selain itu, penerapan *Process Innovation* berupa melakukan pencatatan waktu yang dibutuhkan mulai dari pengumpulan bahan baku sampai memasarkan produk jadi belum banyak

dilakukan dan diterapkan oleh para pelaku UMKM Industri Kuliner di Kota Padang.

3. *Marketing Innovation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi *Financial Performance*. Hal ini disebabkan karena penerapan *Marketing Innovation* banyak dilakukan oleh pelaku UMKM Industri Kuliner di Kota Padang yaitu berupa menyediakan atribut produk, penggunaan dan harga produk yang dapat dilihat melalui sosial media perusahaan.

4. *Organisational Innovation* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi *Financial Performance*. Hal ini disebabkan karena terdapat banyak UMKM industri kuliner di Kota Padang yang belum menerapkan penyediaan intranet, pelatihan database dan lain-lain yang berfungsi untuk meningkatkan pengetahuan karyawan serta belum melakukan pemanfaatan tenaga kerja dari pihak ketiga untuk menyelesaikan pekerjaan yang merupakan indikator dari variabel *Organisational Innovation*.



5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih belum sempurna dan masih terdapat beberapa keterbatasan yang menyebabkan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan dapat diperbaiki dan tidak terjadi kembali untuk penelitian yang akan datang.

Adapun beberapa keterbatasan tersebut yaitu:

1. Peneliti hanya menggunakan variabel *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM industri kuliner, sehingga implikasinya hanya relevan untuk UMKM industri kuliner.
2. Wilayah cakupannya hanya berlaku di Kota Padang.
3. Jumlah responden yang masih terbatas yaitu sebanyak 150 pelaku UMKM industri kuliner di Kota Padang.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka peneliti memiliki beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti berikutnya, yaitu:

1. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM industri lainnya seperti industri kreatif, industri fashion, industri foto dan video, dan sebagainya.
2. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah wilayah cakupannya seperti provinsi Sumatera Barat bahkan untuk negara Indonesia.
3. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel untuk responden, sehingga hasil yang didapat lebih akurat.

5.4 Implikasi

1. Bagi pelaku UMKM industri kuliner

Bagi pelaku usaha UMKM khususnya pada industri kuliner hendaknya menyadari pentingnya penerapan *Innovation* berupa *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation* pada usaha mereka karena memiliki manfaat dan pengaruh dalam meningkatkan *Financial Performance* perusahaannya.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk tambahan informasi dan masukan dalam meneliti hal lain yang berhubungan dengan *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation*.

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah hendaknya melakukan sosialisasi dan program pembinaan kepada pelaku UMKM khususnya pada industri kuliner mengenai pentingnya *Process Innovation* dan *Organisational Innovation* yang mana dalam penelitian ini ditemukan bahwa kedua hal tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi *Financial Performance*, sedangkan menurut penelitian terdahulu *Process Innovation* dan *Organisational Innovation* memiliki pengaruh terhadap *Financial Performance* untuk jangka panjang perusahaan.

