

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pengembangan produk dalam menghadapi persaingan UMKM ( Studi Kasus pada Pia Hikmah Gembleb Pogalan Trenggalek), maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Produk dalam Menghadapi Persaingan UMKM (Studi Kasus pada Pia Hikmah Gembleb Pogalan Trenggalek)

- a. Strategi Peningkatan Kualitas Produk

Strategi peningkatan kualitas dengan cara mempertahankan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan bakpia. Dalam peningkatan kualitasnya Pia Hikmah telah memiliki beberapa toko langganan untuk membeli bahan baku yang berkualitas. Hal itu dilakukan agar konsumen tetap menjadi langganan sehingga laju pengembangan produk semakin luas.

- b. Strategi Peningkatan Keistimewaan Produk

Peningkatan keistimewaan produk yang dilakukan oleh Pia Hikmah dengan memberikan beberapa varian rasa dari produk. Selain varian rasa keistimewaan lainya yaitu dari kemasanya yang memiliki 2 macam jenis yaitu mika dan kardus. Keistimewaan lainya dari tipe produk yang dijual yaitu bakpia basah dan bakpia kering. Dengan begitu produk Pia Hikmah memiliki keistimewaan tersendiri dan bisa bersaing dengan produk yang sejenis.

c. Strategi peningkatan gaya produk (*style improvement*)

Strategi peningkatan gaya produk yang dilakukan oleh Pia Hikmah yaitu dengan membuat desain kemasan yang menarik seperti gambar, warna dan tulisan menarik juga dan mempunyai ciri khas pada tampilan kemasannya. Dengan adanya ciri khas yang dimiliki pada Pia Hikmah ini akan memudahkan para pelanggan untuk mengetahui produk yang dihasilkan. Hal tersebut bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang kita jual.

d. Strategi Inovasi Produk

Strategi Inovasi yang dilakukan oleh Pia Hikmah adalah dengan menciptakan produk baru yaitu bolen pisang, yang diharapkan dengan adanya produk baru dapat menambah pilihan bagi pelanggan, pelanggan tidak bosan dengan produk yang dijual Pia Hikmah.

e. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh Pia Hikmah yaitu melakukan promosi yang awalnya hanya lewat toko ke toko dan juga mulut ke mulut sehingga jadi banyak yang semakin tau, serta juga menjadikan media sosial menjadi salah satu media untuk melakukan promosi, juga dengan mengikuti beberapa event seperti bazar dan pameran dengan begitu semakin lama semakin banyak orang yang mengetahui produk dari Pia Hikmah.

2. Faktor pendukung dan penghambat pengembangan produk Pia Hikmah dalam menghadapi persaingan UMKM

a. Faktor pendukung pengembangan produk Pia Hikmah dalam menghadapi persaingan UMKM

1) Adanya Produk Baru

Pengembangan produk Pia Hikmah adalah dengan adanya penciptaan produk baru berupa kue “Bolen Pisang”. Produk baru diciptakan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang dijual. Dengan menciptakan produk baru ini diharapkan dapat bersaing dengan para pesaing lainnya.

2) Perkembangan Teknologi

Adanya perkembangan teknologi pada Pia Hikmah dapat mempercepat proses produksi, dan hasil yang diciptakan lebih banyak sehingga efisien waktu juga. Teknologi yang digunakan dalam proses produksi antara lain adalah mixer besar dan oven yang jumlahnya cukup banyak

3) Adanya Sertifikasi Halal

Pada Pia Hikmah sudah terdapat sertifikasi halal atau label halalnya sehingga konsumen tidak khawatir atau ragu untuk membeli produk tersebut. Sertifikasi halal tidak cuma menguntungkan konsumen tetapi juga produsen. Dengan produk halal maka kepercayaan konsumen akan meningkat.

b. Faktor penghambat pengembangan produk Pia Hikmah dalam menghadapi persaingan UMKM

### 1) Sumber Daya Manusia

Kemampuan sumber daya manusia masih rendah, sehingga hasil produksi dalam kegiatan bisnisnya kurang maksimal. Sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam Pia Hikmah lumayan banyak, tetapi kenyataannya kekurangan sumber daya manusia apalagi pada waktu pesanan membludak atau banyak, para karyawan kurang cekatan dalam mencapai target pesanan produk.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan atau bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi terkait strategi pengembangan produk dalam menghadapi persaingan UMKM.

### 2. Bagi Pia Hikmah

Dari hasil penelitian ini diharapkan Pia Hikmah dapat terus mengembangkan produknya sehingga dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu juga memperhatikan beberapa faktor pendukung agar perusahaan dapat bersaing secara maksimal.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih mengembangkan tentang strategi pengembangan produk. Dapat dijadikan bahan referensi maupun kajian lanjutan yang berkaitan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah peneliti tulis.