

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk yang dilakukan pelaku usaha, maka semakin tinggi pula kemampuan UMKM dalam bersaing di pasar. Inovasi produk yang dilakukan melalui variasi produk, peningkatan kualitas produk, serta desain dan kemasan produk mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Kondisi tersebut memberikan pengaruh terhadap kemampuan UMKM dalam memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mempertahankan posisi usaha di tengah persaingan pasar. Pelaku UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka telah menunjukkan upaya pengembangan usaha melalui berbagai bentuk inovasi produk. Upaya tersebut terlihat dari keberagaman jenis produk, penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan konsumen. Inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka.

5.2 Saran

1. Pelaku UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka perlu meningkatkan inovasi produk secara berkelanjutan melalui pengembangan variasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, serta penggunaan desain dan kemasan yang lebih menarik. Pengembangan inovasi produk dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar usaha.
2. Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan kepada pelaku UMKM melalui pelatihan, pendampingan usaha, serta program pengembangan inovasi produk. Dukungan tersebut dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan produk yang lebih kompetitif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi daya saing UMKM, seperti strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, modal usaha, dan kualitas pelayanan. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar serta wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai daya saing UMKM.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang digunakan, yaitu sebanyak 41 responden, sehingga hasil penelitian belum

sepenuhnya menggambarkan seluruh kondisi UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka.

2. Penelitian ini hanya membahas pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM. Faktor lain yang dapat mempengaruhi daya saing usaha, seperti pemasaran, teknologi digital, modal usaha, dan kualitas pelayanan belum dianalisis dalam penelitian ini.
3. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sehingga jawaban responden bergantung pada persepsi dan pemahaman masing-masing responden terhadap pernyataan yang diberikan. Kondisi tersebut memungkinkan adanya perbedaan penafsiran dalam pengisian kuesioner

DAFTAR PUSTAKA

- AA Putri, M. M.-. (2022). *Pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kopi kenangan*. 01(2), 226–236.
- Asy, U., Anandri, S., Prasetyo, D. Y., Indragiri, U. I., Hukum, I., Hukum, F., Indragiri, U. I., Pancung, K., Bisnis, M., Digital, I., & Tradisional, P. (2025). *ANALISIS MODEL BISNIS INOVATIF KUE PANCUNG KELILING UNTUK*. 3(6), 204–212.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). *Peran Inovasi Produk , Strategi Pemasaran , dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan*. 2(2), 72–81.
- Darwis, E., Mite, Y., & Dince, M. N. (2023). *Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM di Kecamatan Alok Kabupaten Sikka)*.
- Dewi, F., Anggraini, P., Ana, V., Setyawati, V., Dian, U., & Semarang, N. (2022). *Jurnal basicedu*. 6(4), 6491–6504.
- Diamond, P., & Michael, M. (2020). *Daya Saing Usaha Mikro Kecil : 22(2)*. Dwi, T. I. B. R. (2023). *KAJIAN ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM*. 4(3), 5596–5600.
- Fakhriyyah, D. D., Susanti, Y., & Laili, S. S. (2022). *PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK DAN PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING*. 3(1), 9–16.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). *Pengaruh orientasi pasar , kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM*. 6(1), 67–82.
- Hasanah, W., Nasution, Z., Harahap, N. J., & Labuhanbatu, U. (2025). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Rasa Terhadap Meningkatkan Daya Saing Umkm Dengan Variabel Moderasi Merek (Studi Kasus Usaha Bolu Karamel Pasundan di Kota Rantauprapat)*. 5(3), 24635–24646.
- Helena, M., Madyoratri, P., Respati, I., Sari, K., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2024). *Menuju Kemasan Produk UMKM yang Menarik dan Informatif : Pelatihan Desain Kemasan di Desa Galendowo*. 2(3), 30–35.
- Hia, A. M., Ali, H., Dwikotjo, F., & Sumartyo, S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan : Analisis Kualitas Pelayanan , Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review)*. 1(2), 368–379.

- Ilyas, Y., & Putri, E. A. (2025). *Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital*. November.
- Jocelyn, N., & Christiarini, R. (2024). *Peningkatan Daya Saing UMKM Aneka Rasa melalui Inovasi SOP, Kemasan Berkelanjutan dan Branding*. 6(2), 121–129.
- Juminawati, S., & Harsono, I. (2024). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia*. 3(01), 1–10.
- Komalasari, N. D., Puspaningtyas, A., Widodo, J., & Pemerintah, P. (2022). *Pengembangan umkm sentra kuliner desa pekarungan melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi ekonomi lokal*. 06(01), 35–50.
- Kotler, P. (2023). *jenis inovasi produk*.
- Lerian, N. A., & Astuti, D. (2025). *Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing Di Pasar Global* *Journal of Business Economics and Management*. 01(03), 230–234.
- Maria, V., & Nurkhalida, L. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Inovasi Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. 2.
- Nona, E. Y., Mitan, W., & Lamawitak, P. L. (2025). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TENUN IKAT MELALUI PROGRAM TECHNOPRENEURSHIP (Studi Kasus Pada Galeri Akusikka Kabupaten Sikka)*. 4, 57–75.
- Pratama, B. P. (2025). *Efektivitas Social Media Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness Gojek*. 4(4), 4423–4432.
- Putti, A. R. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kreatif All Craftsupply Kota Jambi*. 8(4), 141–152.
- Ramdani, S. N., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2024). *Pengaruh Kemampuan Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Siti*. 10(November), 1231–1240.
- SARMILA. (2025). *Pengaruh inovasi, teknologi dan daya saing terhadap pendapatan pelaku umkm di lapangan pancasila kota palopo*.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). *Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan, Indonesia*. April.

Sugiyono. (2022). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif danR & D* (sutopo spd (ed.)). Alfabeta.

Yunita, N. R., Dani, I. M., & Vicky, F. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran , Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pempek di Tengah Persaingan Pasar. 1*(3), 20–31.