

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh marketing syariah dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM kuliner di Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda yang dianalisis menggunakan software SPSS versi 26. Sebagaimana telah diuraikan pada Bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Marketing syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner. Penerapan prinsip kejujuran, transparansi, amanah, serta orientasi pada kepuasan konsumen terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hal ini berdampak pada pertumbuhan penjualan dan keberlanjutan usaha. Temuan ini memperkuat *Resource-Based View (RBV)* bahwa reputasi dan kepercayaan merupakan aset tidak berwujud yang menjadi keunggulan kompetitif.
2. Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner. Pengembangan variasi menu, peningkatan kualitas produk, perbaikan kemasan, serta adaptasi terhadap tren pasar mampu meningkatkan daya saing usaha. Inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan menjadi faktor penting dalam meningkatkan performa usaha, baik dari sisi pertumbuhan omzet maupun stabilitas usaha.

3. Marketing syariah dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner. Sinergi antara strategi pemasaran berbasis nilai-nilai syariah dan kemampuan inovasi produk terbukti memberikan kontribusi yang lebih kuat dibandingkan jika diterapkan secara terpisah. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara etika pemasaran dan kreativitas produk menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner di Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon.

B. Saran

1. Peningkatan konsistensi penerapan marketing syariah. Pelaku UMKM kuliner disarankan untuk terus memperkuat praktik pemasaran yang berlandaskan prinsip syariah, seperti kejujuran dalam promosi, transparansi harga, serta pelayanan yang amanah, guna membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.
2. Pengembangan inovasi produk secara berkelanjutan. Pelaku usaha perlu secara aktif melakukan pembaruan produk sesuai dengan kebutuhan dan selera pasar, baik melalui variasi menu, peningkatan kualitas bahan, maupun inovasi kemasan dan pemasaran digital.
3. Integrasi strategi pemasaran dan inovasi. UMKM kuliner disarankan untuk tidak hanya fokus pada satu aspek, tetapi mengintegrasikan marketing syariah dan inovasi produk sebagai strategi pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.
4. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, orientasi kewirausahaan, literasi digital, atau strategi promosi digital guna memperkaya analisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM kuliner.