

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengembangan Home Industri. Berdasarkan rekapitulasi data kuisisioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata terbesar yaitu mampu menerima masukan dari pembeli atau konsultan UMKM dengan memperoleh nilai rata-rata 4,84. Adapun untuk indikator yang memperoleh nilai rata-rata terkecil ada 2 (dua) yaitu jumlah produk yang dihasilkan terus mengalami peningkatan setiap tahun dan produk yang dijual memiliki variasi ukuran dengan memperoleh nilai rata-rata 4,61. Selain itu, hasil uji pengaruh variabel kualitas sumber daya manusia (X_1) secara parsial mempengaruhi Pengembangan Home Industri (Y) sebesar 15,66%.
2. Variabel Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengembangan Home Industri. Berdasarkan rekapitulasi data kuisisioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata terbesar yaitu mengikuti pameran produk dengan memperoleh nilai rata-rata 4,81. Adapun untuk indikator yang memperoleh nilai rata-rata terkecil yaitu melakukan promosi lewat *E-Commers* (tokopedia, shopee, lazada, dll) dengan memperoleh nilai rata-rata 4,39. Selain itu, hasil uji pengaruh variabel Strategi Pemasaran (X_1) secara parsial mempengaruhi Pengembangan Home Industri (Y) sebesar 10,55 %.
3. Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengembangan Home Industri di Kelurahan Cigugur. Berdasarkan rekapitulasi data kuisisioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata terbesar yaitu menerapkan margin laba per produk yang lebih besar dari sebelumnya dengan memperoleh nilai rata-rata 4,81. Adapun untuk indikator yang

memperoleh nilai rata-rata terkecil ada 2 (dua) yaitu pendapatan meningkat dari inovasi produk yang diluncurkan dan setiap bulannya selalu mencapai target penjualan yang ditetapkan dengan memperoleh nilai rata-rata 4,58. Selain itu, hasil uji pengaruh variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) dan Strategi Pemasaran (X_1) secara simultan mempengaruhi Pengembangan Home Industri (Y) sebesar 58,2 %.

B. Saran

Adapun saran yang disampaikan dari hasil penelitian ini diantara lain adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Kualitas Sumber Daya Manusia diketahui indikator dengan rata-rata terendah adalah jumlah produk yang dihasilkan terus mengalami peningkatan setiap tahun dan produk yang dijual memiliki variasi ukuran. Dalam hal ini, Industri Kecil diharapkan dapat melakukan inovasi rasa, kemenarikan kemasan, kualitas kemasan maupun rasa. Agar konsumenpun tertarik dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Selain itu Industri Kecil diharapkan dapat memproduksi dalam ukuran kemasan yang bervariasi baik itu kemasan paling kecil (biasanya berukuran 50 gram) ataupun besar (biasanya berukuran 1-2 kilogram). Dengan melakukan hal itu maka konsumen atau pembeli bisa memilih ukuran kemasan mana yang sesuai dengan selera dan kebutuhan.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Strategi Pemasaran diketahui indikator dengan rata-rata terendah adalah melakukan promosi lewat *E-Commers* (tokopedia, shopee, lazada, dll). Dalam hal ini para pelaku Industri Kecil dapat memanfaatkan kondisi saat ini. Dengan adanya perkembangannya teknologi, maka Industri Kecil di haruskan untuk melakukan terobosan baru dengan melakukan promosi dan penjualan melalui *E-Commers* baik itu tokopedia, shopee, lazada, dll. Semakin luas jangkauan dalam melakukan promosi dan penjualan maka semakin banyak juga pembeli yang melakukan transaksi.

3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Pengembangan Home Industri diketahui indikator dengan rata-rata terendah adalah pendapatan meningkat dari inovasi produk yang diluncurkan dan setiap bulannya selalu mencapai target penjualan yang ditetapkan. Dalam hal ini para pelaku Industri Kecil perlu memperhatikan dan peka terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan usaha bisa dari permintaan konsumen ataupun yang lainnya yang dapat mempengaruhi pada target penjualan produk mereka. Untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan Industri Kecil harus tetap mempertahankan kualitas produk, melakukan inovasi produk, dan menggunakan media sosial untuk memperluas pangsa pasar.

