

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pada IKM Pia Putra Kusuma di Kota Gorontalo. Hasil positif menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing IKM Pia Putra Kusuma di Kota Gorontalo. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,327. Nilai ini berarti bahwa sebesar 32,70% daya saing pada IKM Pia Putra Kusuma di Kota Gorontalo dipengaruhi oleh strategi diversifikasi produk. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap daya saing sebesar 67,30% yakni variabel promosi, distribusi pemasaran produk, kualitas produk dan harga yang bersaing.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya IKM Pia Putra Kusuma di Kota Gorontalo menjaga efisiensi biaya produksi dalam melakukan diversifikasi produk karena kegiatan diversifikasi produk merupakan strategi optimalisasi produksi yang akan berdampak pada tingginya biaya overhead dan biaya pendukung lainnya karena semakin banyak cita rasa yang dibuat.
2. Upaya dan strategi diversifikasi produk harus dibarengi dengan tingkat penjualan dan pemasaran yang tinggi karena akan berdampak pada laba usaha

yang kemudian hasil pemasaran ini menjadi evaluasi untuk menentukan produk mana yang memiliki permintaan tinggi agar diproduksi lebih banyak dibandingkan produk lainnya.

3. Peningkatan daya saing perlu dilakukan dengan mengoptimalkan diversifikasi produk yang kemudian dikombinasikan dengan strategi harga, promosi serta kerja sama dengan berbagai pihak (reseler) agar hasil untuk penjualan bisa sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. 2011. *Peran Strategis Manajer Dalam Manajemen SDM*
- Anwardin, K., Saufi, A., & Athar, H. S. 2021. Pengaruh Daya Saing, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keberlangsungan Usaha. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 6–10. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.29>
- Arikunto. 2010. Metodologi Penelitian. Universitas ciputra. <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1266/BAB%20III.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Bambang Haryadi. 2003. Pengertian, Tujuan dan Proses Manajemen Strategi". Muchlisin Riadi. <https://www.kajianpustaka.com> diunduh 13 November 2021
- Bulan, T. 2017. Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 679–687.
- Effendi. 1996. Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk Elektronik Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Moferator Pada UD Sabar Mnanti DI Gerung Lombok Barat". Feb Universitas Mataram. Mataram.
- Fandy Tjiptono. 2002 Strategi Diversifikasi Produk Dan Penjualan. <http://digilib.uinsby.ac.id/1134/3/Bab%202.pdf>
- Fawaid, A. 2017. Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), 104. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia>.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2015. Manajemen Pemasaran. Bandung: Yrama Widya.
- J. Nijman. 1997. Strategi Diferensiasi Dan Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Umkm Digital I Sun Vera. Fransiskus Megi Susanto. Fatek. Universitas Tanjungpura Pontianak. Pontianak
- Kasus, S., Kabupaten, D. I., Wardani, I., & Solikah, N. 2019. *Formulation Of The Strategy For The Development Of Small Micro Business In The Efforts To Increase The Competitiveness Of Local Agriculture Products ( case study in sukoharjo district)*.

- Khamidi, Fauzi, Suyadi. 2008. *Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi "Faiza Bordir" Bangil – Pasuruan*. 3–5.
- Kotler dan Keller 2008. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian". Indra Nurrahman. UPI. Bandung
- Kotler dan Keller. 2009. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)". Fekon. Universitas Pasir Pengaraian. Riau
- Lauren. 2012. Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk Elektronik Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada UD Sabar Mnanti DI Gerung Lombok Barat". FEB Universitas Mataram. Mataram.
- Munandar, A. 2016. the Strategy Development and Competitive Advantages of Micro Small Medium Enterprise Business Institution Toward Regional Development. *AdBispreneur*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.24198>
- Novitasari dan Suyadi. 2013. Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Universitas Negeri Makassar". Fe. Unm. Makassar
- Nugroho, Y. A., Zaqi, A., Faritsy, A., & Sugiharto, A. 2019. PKM Diversifikasi Produk Olahan Tempe Dan Peningkatan Daya Saing Pada Kelompok Wanita Tani Rahayu Bantul. *Jurnal Anadara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 2657–0351.
- Rangkuti. 2009. Pengertian Strategi Menurut Para Ahli. Dosen Pendidikan. <https://www.dosenpendidikan.co.id/strategi>
- Ratri. 2015. Analisis pengaruh diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada toko pantes di kajen kecamatan Margoyoso kabupaten Pati). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Roida, H. Y., Sunarjanto, N. A., Sunarjanto, N. A., Jayaprana, W., & Jayaprana, W. 2010. Internasionalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Ditinjau Dari Tipe Kepemilikan: Studi Empiris Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 3(2), 158–170. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v3i2.2399>

- Sari Nur Laina 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah Pada Usaha Keripik Nugraha Food Tulungagung*, IAIN Tulungagung, Skripsi.
- Sari, P. N. 2017. Pengaruh Diversifikasi Terhadap Pertumbuhan Dan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 56–73.
- Satoto, S. H. 2009. Strategi Diversifikasi terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(2), 280–287. Retrieved from <http://jurkubank.files.wordpress.com/2012/01/pdf-vol-13-no-2-mei-0091.pdf>
- Statistik, B. P., & Gorontalo, P. 2019. Provinsi Gorontalo Triwulan III-2019 Indeks Tendensi Konsumen (ITK), 1–5.
- Sugiyono. 1997. Metodologi Penelitian. Universitas Ciputra. <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1266/BAB%20III.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Tjiptono. 2002. Tindakan ekonomi dalam dalam perspektif Islam, produksi, konsumsi dan distribusi”. Armina Susilo Wati. Stain. Tulungagung
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>
- Widiartini, K., Purnamawati, G. A., & .2020. Diversifikasi Produk, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan Akuntansi Sumber Daya Manusia
- Wilantara Rio F, Susilawati 2016. Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM, PT. Refika Aditama, Buku.