

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan paparan data dan temuan penelitian pada bab-bab sebelumnya, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Inovasi yang dilakukan di Sasy Cook & Cake yaitu dengan melakukan pengembangan produk yang sudah ada menjadi lima jenis kue *tart* yaitu kue *tart* peringatan hari tertentu, *kue tart* pernikahan, *kue tart engagement*, *money cake*, dan *Korean cake*. Adapun inovasi yang dilakukan di Sasy Cook & Cake yaitu terkait jenis produk, varian bentuk, hiasan, dan juga *base cake* pada kue *tart*.
2. Untuk meningkatkan penjualan produk, Sasy Cook & Cake me beberapa aspek penting dalam melakukan inovasi produk yaitu harga jual, produk, biaya promosi, saluran distribusi, mutu dan kualitas barang.

Berdasarkan data penjualan Sasy Cook & Cake juga mengalami peningkatan dalam penjualan dari tahun ke tahunnya. Pada tahun 2020 omzet penjualan mencapai Rp. 14.650.000 dengan rata-rata sekitar Rp. 1.220.000, kemudian naik menjadi Rp. 60.480.000 di tahun 2021 dengan rata-rata omzet Rp. 5.040.000/bulannya. Di tahun

2022 omzet penjualan mencapai Rp. 107.280.000 dengan rata-rata Rp. 8.940.000 /bulan.

Dari penerapan inovasi produk yang dilakukan sangat berperan dalam meningkatkan penjualan Sasy Cook & Cake karena dengan adanya inovasi produk membuat konsumen ingin mencoba varian kue *tart* terbaru. Dengan adanya inovasi pada produk maka peran inovasi produk sangatlah penting, jika tidak melakukan inovasi pasti akan tertinggal dengan usaha lain yang sejenis.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang diajukan penulis sebagai berikut:

1. Bagi Sasy Cook & Cake
 - a. Perusahaan sebaiknya terus melakukan inovasi dan memenuhi permintaan pasar terhadap produk yang mempunyai kualitas tinggi yang dihasilkan oleh Sasy Cook & Cake.
 - b. Sasy Cook & Cake harus bisa mempertahankan atau meningkatkan keunggulan yang dimiliki agar dapat meningkatkan jumlah penjualan.
2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang tidak dipakai pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi volume penjualan.

Variabel-variabel tersebut seperti inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer, inovasi berbasis pengurangan upaya.