

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari pembahasan bab-bab sebelumnya yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dalam penelitian ini dapat ditarik sebuah kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Inovasi Produk yang digunakan oleh Bakso Cak Pitung terlihat melalui pengembangan produk dengan penambahan varian pada bakso Cak Pitung dengan berbagai jenis dan rasa, mempertahankan kualitas dan cita rasa yang tak pernah berubah, dan penerapan harga jual yang ramah di kantong. Terlihat dari kualitas dan rasa produk yang lebih unggul dan menarik mampu meningkatkan penjualan bakso tersebut.
2. Strategi inovasi produk yang diterapkan oleh Bakso Cak Pitung dalam meningkatkan volume penjualan tercermin pada setiap harinya penjualan yang selalu laris dan habis terjual. Volume penjualan selama 3 tahun terakhir terus mengalami peningkatan, dari tahun 2018 omzet per tahunnya adalah Rp. 529.000.000,- kemudian di tahun 2019 naik sebesar 16% menjadi Rp. 627.200.000,- hingga tahun terakhir yaitu 2020 naik sebesar 19% mencapai Rp. 751.000.000,-.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Sebaiknya penting diperhatikan oleh usaha pada bisnis Bakso Cak Pitung selain inovasi produk yang digunakan, namun juga inovasi

pemasaran untuk kemajuan bisnis. Inovasi pemasaran dapat melalui pembukaan cabang maupun promosi di sosial media, dan relokasi tempat yang lebih luas untuk antrian pembeli agar pembeli nyaman saat mengantre.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti hanya mengidentifikasi faktor inovasi produk yang ada di Bakso Cak Pitung. Bagi penelitian selanjutnya dapat ditambahkan faktor apa saja selain inovasi produk yang dapat meningkatkan volume penjualan.