BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai diversifikasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada Witjaya *Bakery* dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis SWOT usaha Witjaya *Bakery* diatas berada pada kuadran I yang merupakan situasi menguntungkan yaitu strategi agresif. Dengan strategi agresif ini memungkinkan perusahaan terus bergerak dalam memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada pada perusahaan.
2. Alternatif strategi yang akan diterapkan oleh Usaha Witjaya *Bakery* yaitu strategi S-O dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal (kekuatan) seperti melakukan diversifikasii produk, mempertahankan rasa produk, dan menjual dengan harga yang relatif terjangkau. Selain itu perusahaan juga dapat memanfaatkan strategi eksternal (peluang) seperti menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, memanfaatkan loyalitas pelanggan, dan melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial/internet yang sedang menjadi tren bisnis sekarang ini.
3. Penerapan diversifikasi produk menggunakan *Business Model Canvas* dapat disimpulkan :

- Dilihat dari sisi *Customer Segments* Witjaya *Bakery* telah memiliki target dan segmentasi yang jelas yaitu menargetkan segmen anak kecil, remaja, dewasa, dan orang tua.
- Dilihat dari sisi *value preposition* nilai yang diberikan oleh Witjaya *Bakery* adalah memberikan produk kue dan snack dengan kualitas bahan-bahan kue dan snack yang bagus dengan harga yang terjangkau. Serta pelayanan yang baik kepada para konsumennya,
- Dilihat dari sisi *channels* Witjaya *Bakery* dalam melakukan kegiata usahanya dirumah pemilik langsung. Jadi apabila ada konsumen yang ingin memesan kue dan snack bisa langsung datang ke rumah pemilik atau bisa mewati media sosial yaitu *WhatsApp*.
- Dilihat dari sisi *customer relationship* pemilik Witjaya *Bakery* memiliki hubungan yang baik dengan konsumennya, dikatakan baik karena pemilik sering mengajak konsumen berkomunikasi. Hal ini dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen serta agar konsumen melakukan repeat order.
- Dilihat dari sisi *revenue streams* pendapatan dari Witjaya *Bakery* di dapat dari penjualan kue dan snack, *Black forest*, Brownis panggang ,*Cake* tape brownis kukus, soes fla, cake zebra.
- Dilihat dari sisi *key resources* karyawan yang bekerja di Witjaya *Bakery* yaitu tetangga-tetangga terdekat dari rumah pemilik. Saat ini Witjaya bakery memiliki 4 karyawan.

- Dilihat dari sisi *key activites* aktivitas yang di lakukan oleh Witjaya *Bakery* yaitu menerima orderan dari konsumen, melakukan produksi kue dan snack, menjual produk sesuai dengan pesanan tetapi kadang menitipkan kue dan snack ke toko-toko seperti Toko Bintang Makmur dan Pasar Bonpolo. Selain itu Witjaya *Bakery* selalu mengadakan bazar atau *event-event* tertentu.
- Dilihat dari sisi *key partner* Witjaya *Bakery* memiliki partner kerja PT. Sriboga Flur Mills dan Pra koperasi Selaras Rasa.
- Dilihat dari sisi *Cost Structure* Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Witjaya *Bakery* dimulai dari bahan-bahan membuat produk kue dan snack, kemasan produk, biaya promosi, biaya transportasi, biaya membayar gaji pegawai, biaya listrik dan telepon, serta biaya merawat peralatan produksi.

4. Dilihat Menurut Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2015 pasal 3,4 dan 5 tentang Kelembagaan koperasi, Pra Koperasi selaras rasa untuk menjadi koperasi harus menambah anggotanya minimal 20 orang. Selain itu nama koperasi harus 3 kata minimal sehingga Pra koperasi Selaras Rasa harus menambah satu kata lagi untuk menjadi koperasi. Dalam pendirian juga Pra Koperasi Selaras Rasa harus mempersiapkan anggaran dasar serta rutin melaksanakan Rapat Anggota setiap 1 tahun sekali. Hal –hal yan telah disebutkan tadi merupakan persyaratan yang belum dipenuhi oleh Pra

koperasi Selaras Rasa untuk menjadi anggota koperasi. Dilihat dari Peran Pra Koperasi Selaras Rasa banyak membantu para anggotanya dalam hal pengembangan usaha anggota antara lain peminjaman modal, pelatihan, dan bantuan peralatan usaha.

5. Dilihat dari permintaan terhadap produk baru Witjaya *Bakery* dari tahun ke tahun mengalami kenaikan 1,09% kenaikannya per tahun maka laba bersih Witjaya *Bakery* akan ikut mengalami kenaikan.

5.2 Saran

Usaha Witjaya *Bakery* harus mampu memanfaatkan kekuatan perusahaan dan peluang yang ada agar perusahaan dapat memenangkan persaingan. Masalah pemasaran dan pengenalan produk menjadi kunci utama yang harus diperhatikan karena metode pemasaran untuk menjual produk dengan harga yang relatif terjangkau serta diversifikasi produk Witjaya *Bakery* yang digunakan masih baru dan berbeda sehingga perlu adanya keseriusan pelaksanaan agar volume penjualan meningkat terus tiap tahunnya.

IKOPIN