

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Es Coklat Pak Uwo" ini dapat diambil kesimpulan bahwasannya usaha kuliner Es Coklat Pak Uwo yang berjualan secara offline di Sunday Morning Maguwoharjo setiap hari minggu ini memiliki prospek yang tinggi apabila dikembangkan lebih lanjut. Berbagai keunggulan yang dimilikinya salah satunya uniknya rasa yang berbeda dengan coklat lain dengan menggunakan gula alami ini membuat konsumen lebih aman dalam menghindari pemanis buatan. Bisnis Es Coklat Pak Uwo ini juga menjawab permasalahan konsumen mengenai mengonsumsi coklat namun dengan bahan baku higienis, dan pemanis alami yang berasal dari gula aren.

Tentunya dengan menggunakan strategi marketing mix 4P, dan strategi SWOT, penulis akan memaksimalkan point-point yang dapat digunakan sebagai upaya meningkatkan perusahaan Es Coklat Pak Uwo.

Pada konsep strategi yang diusung yakni menggunakan metode TAM, SAM, dan SOM ini dapat ditarik kesimpulan bahwa TAM Es Coklat Pak Uwo yakni **1.504.729** orang, sedangkan SAM didapat hasil **393.431** jiwa, dan SOM didapati hasil usaha Es Coklat Pak Uwo yang dapat menjual produk minimal 1990 pcs selama satu bulan dan dapat dilihat dari penjualan Es Coklat Pak Uwo.

Permintaan konsumen yang selalu ada membuat perusahaan Es Coklat Pak Uwo akan mengembangkan usaha ini lebih lanjut dengan konsistensi rasa, promosi, dan pelayanan kepada pelanggan. Dengan memilih tempat yang strategis dalam menjangkau konsumen potensial maka Es Coklat Pak Uwo ini layak untuk dikembangkan dan terus berinovasi dengan menggandeng beberapa stakeholder, investor, marketplace, dan ojek online dalam mendukung pengembangan usaha lebih lanjut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi pada skripsi yang berjudul Analisis Perkembangan Usaha Es Coklat Pak Uwo ini terdapat saran dalam perkembangan usaha Es Coklat Pak Uwo ini yakni harus memiliki strategi yang tepat dalam menjangkau konsumen atau target pasar, selain itu juga diperlukan pengambilan keputusan disetiap langkah dalam perusahaan dengan matang. Dan pentingnya inovasi dalam mendukung kemajuan perusahaan melalui pemasaran, produk turunan dalam mencapai pasar yang luas.

