

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Camilan dengan citarasa pedas merupakan salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Diantaranya camilan pedas tersebut yakni kerupuk dan keripik, namun kerupuk dan keripik sendiri rentan remuk atau rusak dan apabila terkena udara terlalu lama maka kerupuk dan keripik akan mlemperm, sehingga mengurangi kualitas dari kerupuk dan keripik tersebut.

Sriping sebagai salah satu usaha yang menjual camilan pedas seperti kerupuk dan keripik mengambil peluang tersebut dengan berinovasi menawarkan camilan yang menjamin produk selalu renyah dan tidak remuk. Adapun proses pengembangan usaha sriping yakni : (1) Melakukan riset kebutuhan konsumen, ketersediaan pasar dan pengelolaan BMC; (2) Melakukan riset untuk menentukan resep, bahan baku dan kemasan; (3) Penyempurnaan produk untuk siap dipasarkan meliputi perhitungan biaya produksi serta harga jual dan perizinan legalitas produk; (4) Penyusunan strategi manajemen pemasaran, strategi manajemen operasional, strategi manajemen SDM, dan strategi manajemen keuangan yang saling berkoordinasi; (5) Merencanakan pengembangan jangka pendek dan jangka panjang didasarkan pada matriks SWOT.

Hasil analisis strategi pengembangan ini kemudian diterapkan langsung pada usaha Sriping sehingga menghasilkan produk camilan pedas pilus cikur pedas daun jeruk dan keripik cimol pedas daun jeruk serta produk repacking yang masih dipertahankan sebagai produk pendukung.

Tujuan pengembangan usaha ini yakni agar usaha Sriping dapat bersaing dengan usaha camilan-camilan yang sudah ada lebih dulu.

## 5.2 Saran

Demi keberlanjutan usaha Sriping dalam jangka waktu panjang, penulis melakukan evaluasi berkala agar usaha Sriping dapat bertahan dan mengikuti perubahan yang ada serta memaksimalkan pengembangan dibidang produksi terkait ketersediaan produk melalui peningkatan jumlah produksi.

Selain faktor ketersediaan produk, banyaknya *kompetitor* usaha sejenis, membuat usaha Sriping harus berusaha lebih keras untuk membangun branding produk melalui promosi pemasaran dengan memaksimalkan semua media dan merencanakan strategi yang matang.

