

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Alfco.nat adalah perusahaan yang bergerak di industri makanan dengan fokus utama pada penjualan donat kentang dengan harga terjangkau. Perusahaan ini hadir untuk memberikan solusi atas berbagai masalah yang sering dihadapi konsumen, seperti rasa donat yang tidak konsisten, variasi topping yang terbatas, kemasan yang kurang aman, serta pelayanan yang kurang memuaskan. Melalui inovasi produk, Alfco.nat berupaya mengatasi masalah tersebut dengan menawarkan variasi produk yang lebih beragam, mempertahankan cita rasa khas donat Alfco.nat, meningkatkan keamanan kemasan, serta terus berusaha memperbaiki kualitas pelayanan yang lebih baik dan ramah guna menciptakan loyalitas pelanggan serta memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan survei dan analisis yang telah dilakukan, Alfco.nat telah menetapkan sejumlah strategi untuk mencapai target yang telah ditentukan. Strategi tersebut mencakup penetapan harga yang kompetitif, penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, dan pemasaran yang konsisten melalui media sosial. Dengan pendekatan ini, Alfco.nat memiliki potensi besar untuk terus berkembang di masa depan, baik melalui ekspansi pasar maupun diversifikasi produk. Alfco.nat berkomitmen untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan, dengan tujuan menjadi salah satu toko donat terkemuka yang mampu bersaing dengan merek-merek donat lain yang lebih dikenal di pasar.

5.2 Saran

Penulis menyarankan agar para pembaca terus melakukan perencanaan bisnis yang lebih baik dan matang, dengan fokus pada pengambilan keputusan strategis yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dalam merancang pengembangan

bisnis, diperlukan strategi yang tepat dan konsisten serta adaptif terhadap perubahan, mengingat pentingnya strategi yang matang untuk memastikan eksekusi yang efektif dan efisien. Selain itu, penulis juga mendorong agar pelaku bisnis terus menggali potensi produk untuk pengembangan lebih lanjut, baik melalui inovasi produk turunan maupun diversifikasi produk, guna memperluas pasar dan mencapai target konsumen yang diinginkan.

Disarankan kepada konsumen untuk memilih produk yang menawarkan nilai tambah, baik dari segi kualitas produk, pelayanan, maupun harga yang ditawarkan. Sebelum melakukan pembelian, penting untuk tidak hanya terpaku pada iklan yang disajikan, tetapi juga mempertimbangkan ulasan dan pengalaman dari konsumen lain yang telah menggunakan produk tersebut. Pendekatan ini akan membantu konsumen membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari potensi kekecewaan.

