

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mochinda adalah Perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan camilan dengan fokus utama pada penjualan mochi dengan harga terjangkau. Perusahaan ini hadir untuk memberikan solusi atas berbagai masalah yang dihadapi konsumen, seperti konsumen yang merasa belum puas dengan porsi mochi yang ditawarkan, tekstur mochi yang masih cenderung lengket, packaging yang digunakan belum sesuai, dan promo yang ditawarkan belum sesuai dengan harapan konsumen. Melalui inovasi produk, Mochinda berupaya mengatasi masalah tersebut dengan berusaha mempertimbangkan dan memperbaiki porsi mochi, lebih berhati-hati dan konsisten dalam proses produksi serta mengutamakan kualitas, mengembangkan desain kemasan pada produk mochi, dan membuat strategi penjualan.

Berdasarkan survei dan analisis yang telah dilakukan, Mochinda telah menetapkan strategi untuk mencapai target yang telah ditentukan. Strategi tersebut mencakup penetapan harga yang kompetitif, dan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi. Dengan pendekatan ini, Mochinda memiliki potensi besar untuk terus berkembang di masa depan, baik melalui ekspansi pasar maupun diversifikasi produk. Mochinda berkomitmen untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan, dengan tujuan menjadi salah satu usaha mochi yang mampu bersaing dengan produk mochi lain yang lebih dikenal lebih dulu.

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.

