

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Basreng Ikan RIRIHHOREE” dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner khususnya cemilan Basreng Ikan RIRIHHOREE yang berjualan secara offline dan online ini memiliki prospek yang tinggi apabila lebih dikembangkan. Macam-macam keunggulan yang dimiliki yaitu tanpa bahan pengawet, rasa yang konsisten, packing/kemasan aman yang berbeda dengan basreng lain, ini dapat membuat konsumen lebih aman dalam mengonsumsi basreng. Usaha Basreng Ikan RIRIHHOREE ini juga menjawab permasalahan konsumen tentang racikan bumbu yang kurang pas, bentuk Basreng yang tidak utuh atau hancur, packing yang kurang aman.

Tentunya dengan menggunakan strategi marketing mix 4p, dan strategi analisa SWOT, penulis akan memaksimalkan cara-cara yang bisa digunakan sebagai solusi meningkatkan perusahaan Basreng Ikan RIRIHHOREE.

Pada proses strategi yang diambil menggunakan metode, TAM, SAM, dan SOM ini dapat diambil kesimpulan bahwa Tam Basreng Ikan RIRIHHOREE adalah **858.242,0** jiwa, sedangkan SAM mendapatkan hasil **82.550,0** jiwa, dan SOM yang akan diperoleh usaha Basreng Ikan RIRIHHOREE adalah **4.127,5** jiwa.

Permintaan konsumen yang selalu muncul juga membuat perusahaan Basreng Ikan RIRIHHOREE akan terus mengembangkan usaha ini lebih lanjut dengan rasa yang konsisten, jaminan produk yang rusak akan diganti serta juga membuka layanan pengaduan. Usaha Basreng Ikan RIRIHHOREE ini layak dikembangkan dan selalu berinovasi dengan menambah beberapa supplier, marketplace, e-commerce untuk mendukung pengembangan usaha basreng ini lebih lanjut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis serta evaluasi pada skripsi yang berjudul Analisis Pengembangan Usaha Basreng Ikan RIRIHHOREE terdapat saran dalam perkembangan usaha Basreng Ikan RIRIHHOREE yaitu dengan memiliki strategi yang tepat dalam menjangkau konsumen atau menentukan target pasar, pengambilan keputusan di setiap langkahnya di perusahaan dengan tepat, serta penting juga untuk terus selalu berinovasi dalam kemajuan perusahaan melalui pemasaran basreng dalam mencapai pasar yang luas.

