

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perencanaan bisnis yang telah disusun, berikut adalah kesimpulan utama dari pengembangan usaha King Pisangkoo:

1. Permasalahan utama konsumen yang diidentifikasi melalui survei adalah ketidakkonsistenan ukuran produk, *topping* yang tidak merata, visual promosi yang tidak sesuai dengan produk asli, serta tekstur isian yang tidak lumer. Permasalahan ini tidak hanya dialami konsumen King Pisangkoo, tetapi juga ditemukan pada dua pesaing utama, yaitu Bowbanana dan Pisang Gembul, melalui analisis dokumentasi testimoni dan ulasan *Marketplace*.
2. Solusi yang dikembangkan King Pisangkoo terbukti valid berdasarkan data dari survei lanjutan yang dilakukan kepada konsumen *repeat order*. Seluruh responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa King Pisangkoo telah menyajikan produk dengan ukuran konsisten, *topping* merata, visual promosi yang sesuai dengan produk asli, serta tekstur isian yang benar-benar lumer.
3. Model bisnis B2C yang digunakan terbukti relevan untuk skala usaha mikro dengan target pasar mahasiswa dan pekerja muda. Model ini difokuskan pada pemanfaatan bahan lokal, sistem *pre-order* untuk efisiensi, dan distribusi langsung melalui WhatsApp.
4. Strategi bisnis yang diterapkan mencakup pendekatan bauran pemasaran 4P, strategi operasional berbasis PO, manajemen SDM mandiri, serta strategi keuangan yang efisien tanpa ketergantungan pada pembiayaan eksternal.
5. Kinerja keuangan selama tahun 2024 menunjukkan struktur usaha yang sehat dan mandiri. Seluruh pendanaan berasal dari modal sendiri dengan pencapaian laba bersih Rp777.263. Proyeksi tahun berikutnya menunjukkan peningkatan laba hingga lebih dari Rp1 juta, seiring dengan ekspansi dan optimalisasi saluran digital.
6. Analisis SWOT dan rencana pengembangan disusun untuk menetapkan arah strategis usaha ke depan, baik dalam jangka pendek (<1 tahun) maupun jangka panjang (>3 tahun), termasuk perluasan distribusi, optimalisasi media sosial, dan inovasi produk berbasis tren.

5.2 Saran

Untuk pengembangan keilmuan, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi potensi inovasi produk camilan lokal lainnya berbasis pisang dengan metode survei yang lebih luas atau pendekatan kualitatif untuk memperkaya pemahaman terhadap persepsi konsumen.

