

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Aisuka Keripik Di Sleman, Yogyakarta” dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner khususnya cemilan Aisuka Keripik yang berjualan secara offline dan online ini memiliki prospek yang tinggi apabila dikembangkan. Aisuka keripik memiliki berbagai macam keunggulan yang dimiliki rasa dan tekstur dengan standarisasi takaran bumbu serta menggunakan proses penggorengan dengan suhu stabil, memberikan fleksibilitas pilihan konsumen dengan variasi ukuran kemasan, dan memiliki kemasan yang dirancang fungsional dengan bahan tebal standing pouch yang memungkinkan penutupan ulang sehingga mempertahankan kerenyahan produk pasca pembukaan kemasan dengan disertai informasi produk. Usaha Aisuka Keripik ini juga menjawab permasalahan konsumen tentang ketidakmerataan rasa dan tekstur keras yang melukai gusi, kemasan tidak efisien menyebabkan cepat mlemperm, harga yang tidak sebanding dengan kuantitas isi, serta minimnya informasi produk pada kemasan.

Dengan menggunakan Strategi marketing mix 7p dan strategi Analisa SWOT, penulis akan memaksimalkan cara-cara yang bisa digunakan sebagai solusi meningkatkan usaha Aisuka Keripik. Secara keseluruhan, Aisuka Keripik telah membangun fondasi bisnis UMKM yang berkelanjutan dari identifikasi masalah riil konsumen menjadi peluang pasar lokal yang kompetitif, dengan potensi pertumbuhan signifikan melalui optimalisasi inovasi, pemasaran digital-offline, dan pengelolaan keuangan terukur, siap menjadikan merek ini sebagai pilihan utama camilan keripik pedas berkualitas di Yogyakarta.

5.2 Saran

- a. Saran Bagi Pemilik Usaha

Pemilik usaha Aisuka Keripik disarankan untuk terus menjaga konsistensi kualitas produk khususnya cita rasa dan kerenyahan, agar kepercayaan konsumen tetap terjaga. Selain itu, pemilik usaha perlu meningkatkan kreativitas promosi digital untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan mengembangkan varian rasa atau inovasi produk sesuai dengan tren.

b. Saran Bagi Konsumen Aisuka Keripik

Konsumen Aisuka Keripik diharapkan dapat memberikan masukan dan ulasan yang konstruktif terhadap produk Aisuka Keripik, baik terkait rasa, kemasan, maupun pelayanan, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi pemilik usaha.

c. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam aspek lain dalam pengembangan usaha camilan, seperti analisis kepuasan konsumen, efektivitas strategi promosi digital atau pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan penjualan.