

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai efisiensi dan efektivitas bisnis Crunchy Kita melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa usaha Crunchy Kita telah melakukan analisis terhadap permasalahan konsumen guna mengukur tingkat kepuasan pasar terhadap produk yang ditawarkan. Analisis tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, yang menghasilkan temuan utama terkait konsistensi rasa, kerenyahan produk, kualitas kemasan, serta kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Crunchy Kita menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk memvisualisasikan model bisnis secara menyeluruh, sehingga memudahkan dalam mengidentifikasi kesesuaian antara nilai produk yang ditawarkan dengan segmentasi pasar yang dituju. Selain itu, penerapan analisis SWOT membantu usaha ini dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam menjalankan bisnis camilan lokal.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Crunchy Kita memiliki kekuatan pada cita rasa khas bumbu rujak, harga yang terjangkau, serta sistem distribusi titik jual yang memudahkan produk menjangkau konsumen. Namun demikian, usaha ini masih perlu melakukan peningkatan dalam beberapa aspek, seperti menjaga konsistensi kualitas produk, mengembangkan variasi produk, serta meningkatkan keunikan dan daya tarik kemasan. Upaya tersebut diperlukan untuk meminimalisir persaingan dengan produk sejenis dan mendukung keberlanjutan serta pengembangan usaha Crunchy Kita di masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam pengembangan usaha Crunchy Kita maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi pemilik usaha

Saran untuk mempertimbangkan perluasan pasar baik secara geografis maupun demografis guna meningkatkan jangkauan konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan minat dan loyalitas konsumen, Crunchy Kita sangat disarankan untuk menambah jumlah varian produk dengan memaksimalkan inovasi rasa yang disesuaikan dengan selera pasar, tanpa mengabaikan kualitas bahan baku dan cita rasa produk. Upaya peningkatan segmentasi pasar juga dapat dilakukan melalui strategi promosi digital serta menjalin kemitraan atau kolaborasi dengan pelaku usaha lain, reseller, maupun platform penjualan daring guna memperkuat daya saing usaha.

5.2.2 Saran bagi konsumen Crunchy Kita

Saran bagi konsumen Crunchy Kita yaitu agar tetap menjaga kualitas produk dengan memperhatikan cara penyimpanan yang tepat, seperti menyimpan produk di tempat yang kering, tertutup rapat, dan terhindar dari paparan sinar matahari langsung. Konsumen juga disarankan untuk memperhatikan tanggal kadaluwarsa serta menutup kembali kemasan dengan baik setelah dibuka agar kerenyahan dan cita rasa produk tetap terjaga. Dengan penerapan penyimpanan yang sesuai, kualitas Crunchy Kita dapat dipertahankan secara optimal.

5.2.3 Saran bagi peneliti selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas ruang lingkup kajian serta menerapkan metode penelitian lain yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti analisis perilaku konsumen, strategi pemasaran digital, maupun analisis kelayakan finansial secara mendalam guna memperoleh hasil penelitian yang lebih lengkap dan akurat.