

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **4.1 Kesimpulan Bisnis**

Keripik *Kranchips* merupakan salah satu bisnis makanan ringan atau cemilan yang ada di Bandung dengan segmentasi kelas menengah ke bawah. Keripik *Kranchips* untuk saat ini memiliki 3(tiga) varian rasa yakni original, balado pedas manis, dan keju manis. Bisnis yang diawali kelompok pada mata kuliah inisiasi bisnis ini menjadi peluang oleh penulis. Keripik *Kranchips* sendiri mengambil potensi dari penjualan untuk meningkatkan pendapatan. Tujuan lain dari Keripik *Kranchips* selain meluaskan produk dan selain meningkatkan pendapatan, tujuan lain pemilik (*owner*) adalah untuk belajar berbisnis dan memberikan keuntungan bagi penjual.

Secara umum, bisnis Keripik *Kranchips* mengalami peningkatan yang bisa dilihat dari target yang telah dicapai. Melihat kondisi yang sebenarnya, Keripik *Kranchips* masih membutuhkan banyak evaluasi dan pengembangan dalam banyak hal.

#### **4.2 Strategi Bisnis**

Bisnis tanpa strategi tidak akan berjalan dengan baik. Strategi menjadi alat utama untuk menentukan langkah bisnis yang diambil. Setiap bisnis memiliki strategi yang berbeda tergantung kepada tujuan dan target yang akan dicapai. Keripik *Kranchips* sendiri memiliki strategi bisnis yang dianggap mampu untuk menjalankan bisnis sesuai dengan target yang diharapkan. Strategi tersebut yaitu:

1. Promosi *online* dan *offline*

Promosi secara *online* dimaksudkan dengan promosi melalui media sosial seperti *line*, *Whatsapp*, dan *instagram*. Promosi secara *offline* dimaksudkan dengan promosi melalui media *mouth to mouth* atau *door to door* yang artinya masih secara lisan atau menawarkan langsung pada pemilik warung atau kantin. Untuk saat ini dengan cara *offline*, pemasaran ini memberikan dampak yang berpengaruh bagi penjualan Keripik *Kranchips*.

## 2. Penetapan harga jual di bawah rata-rata

Harga menjadi strategi penting yang berpengaruh pada proses penjualan. Salah dalam menetapkan harga membuat bisnis akan kalah bersaing. Keripik *Kranchips* mempunyai prinsip harga harus di bawah rata-rata kompetitor karena harga yang sama tidak akan memberikan poin lebih dan akan membuat konsumen tidak tertarik dan memilih membeli produk bahan bangunan pada toko bangunan terdekat secara langsung. Penentuan harga jual tidak sembarangan karena melihat dari harga pokok, keuntungan, dan harga jual rata-rata.

### 4.3 Evaluasi Bisnis

Evaluasi akhir dari bisnis Keripik *Kranchips* yang telah dilakukan adalah bisnis perlu pengembangan dan evaluasi baik secara strategi maupun proses bisnis yang dijalankan. Alasan perlunya pengembangan dan evaluasi adalah kinerja bisnis yang kurang maksimal selama proses bisnis dijalankan sehari-hari, masih banyak kekurangan dari bisnis Keripik *Kranchips*.

Secara keseluruhan, Keripik *Kranchips* sudah menjalankan bisnis dengan baik sesuai dengan target dan tujuan yang dicapai. Dilakukannya pengembangan dan juga evaluasi akan memberikan perubahan bisnis yang lebih maksimal dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Perencanaan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang dirancang juga dapat berjalan jika dilakukan evaluasi dan pengembangan. Kesimpulan akhir dari Keripik *Kranchips* adalah bisnis yang menurut penulis tidak terlalu rumit untuk dijalankan hanya pada persaingan dengan kompetitor, kuatnya pemasaran adalah kunci utama dalam menjualkan produk.

Pendapatan yang didapat dalam 5 (lima) bulan sudah mendapatkan keuntungan yang lumayan besar pada saat itu walaupun keuntungan dan kerugian masih fluktuatif.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, ANDI, Yogyakarta, 1997

Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian), Terjemahan Drs. Jaka Wasana MSM, Institut dan Pembinaan Manajemen, Jilid I, Edisi Kelima, Erlangga, Cetakan Ketujuh, Jakarta, 1996

Kotler Philip, Manajemen di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), terjemahan A.B Suasnto, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta, 2001

### WEBSITE

<http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-strategi-pemasaran-definisi.html>