

## BAB 6

### KESIMPULAN

#### 6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini yaitu:

1. Pendapatan Cr:Sh hanya di peroleh dari penjualan perusahaan saja.
2. Strategi yang kini dilakukan Cr:Sh masih kurang hanya menggunakan media sosial Instagram, Whatsapp, dan Line.
3. Berdasarkan hasil survei, media pemasaran yang cocok untuk promosi adalah media sosial dan *market place*.
4. Berdasarkan hasil survei, pemasaran bisnis yang paling cocok digunakan adalah menggunakan media sosial Instagram.
5. Berdasarkan hasil survei, rekomendasi promosi di media sosial yaitu melalui mulut ke mulut, mempromosikan produk melalui akun jejaring pribadi dan teman terdekat.
6. Kondisi lingkungan internal dalam pemasaran, strategi yang digunakan oleh perusahaan masih kurang karena Cr:Sh hanya menggunakan media sosial Instagram saja.
7. Daya tawar konsumen cukup tinggi melihat dari hasil survei minat terhadap produk Cr:Sh.
8. Strategi SO yaitu dengan memperluas pasar, menjaga kualitas produk dan pelayanan.
9. Strategi WO yaitu dengan meningkatkan promosi pemasaran.

10. Strategi ST yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menambah varian rasa baru.
11. Strategi WT yaitu dengan membuka *workshop* dan *reseller*.

## **6.2 Saran**

1. Mendaftarkan produk Cr:Sh sertifikat halal dan BPOM.
2. Mendaftarkan Cr:Sh di *market place* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak dan *platform* seperti Gojek (Go-Food) dan Grab (Grab Express)
3. Untuk meningkatkan penjualan Cr:Sh dapat mencoba melakukan kerjasama seperti memasukan produk abon sayur di restoran, rumah makan atau di *coffee shop*.
4. Untuk meningkatkan promosi penjualan Cr:Sh harus memaksimalkan media sosial.
5. Menambah sumber daya untuk meningkatkan produksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, I. H. (2005). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu Yogyakarta.
- Borg, W. &. (1983). *Educational research: An introduction. Fourth Edition*. New York: Longman.
- Bukhori, A. (1993). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Jakarta: alfabetha.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategis: Konsep (Edisi 10)*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2010). Strategic Manajemen, Manajemen Strategis Konsep Buku 1, Edisi 12. In D. F. R, *Strategic Manajemen, Manajemen Strategis Konsep Buku 1, Edisi 12* (p. 328). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management, A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. South California: Pearson Education, Inc.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2013). *Analisis Riset Pasar 1*. Depok: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Food and Agriculture Organization. (2019). *Food and Agriculture Organization*. Roma: Creative.
- Freddy, R. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Glueck, William dan Jauch, Lawrence. (1991). *Manajemen Strategis dan Kebijakan*. Jakarta: Erlangga.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Kasali, & Rhenald. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson: Brunel University.
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Osterwalder, A. (2010). Bisnis Model Canvas. *Business Model Generation*, 288. Retrieved from 9 Elemen yang Harus Ada Dalam Bisnis Model Kanvas.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. New York: THE FREE PRESS.

- R, F. D. (2011). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*.
- Rahardjo, & Mudjia. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Riskesdas. (2018). *Laporan Nasional Riskesdas*. Jakarta: Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Seafast Center Institut Pertanian Bogor. (2018, April 28). *Konsumsi Sayuran dan Buah Warga Indonesia di Bawah Standar WHO*. Retrieved from [lifestyle.bisnis.com](https://lifestyle.bisnis.com/read/20180423/106/787737/konsumsi-sayuran-dan-buah-warga-indonesia-di-bawah-standar-who):  
<https://lifestyle.bisnis.com/read/20180423/106/787737/konsumsi-sayuran-dan-buah-warga-indonesia-di-bawah-standar-who>
- Sediaoetama, A. D. (2008). Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi. In A. D. Sediaoetama, *Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi* (pp. 1-318). Jakarta: Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2010). *Teori Pengantar Makroekonomi*. Jakarta: PT. Grasindo Perseda.
- Telaumbanua, M. (2019, February 24). *medium.com*. Retrieved from 5 Tahap Design Thinking menurut Stanford (d.school):  
<https://medium.com/@murnitelaumbanua98/5-tahap-design-thinking-menurut-stanford-d-school-e06f871c45c9>
- World Health Organization. (2003). *Fruits And Vegetables Intake In A Sample Of 11-Year-Old Children In 9 European Countries: The Pro Children Cross-Sectional Survey*. Geneva: Annals.
- Yin, & K, R. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Yuli. (2017, June 22). *5 Bidang Manajemen, Tugas dan Penjelasmnya*. Retrieved from [dosenekonomi.com](https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/manajemen/bidang-bidang-manajemen):  
<https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/manajemen/bidang-bidang-manajemen>