

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data penelitian, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis aspek produk "Risol Bale", kandungan gizi dalam makanan selingan tersebut mampu memenuhi sekitar 10% dari kebutuhan gizi harian anak balita usia 3 hingga 5 tahun.
2. Berdasarkan analisis aspek finansial terhadap produk "Risol Bale", harga jual per *pieces* ditetapkan sebesar Rp 3.500 dengan margin keuntungan (*mark-up*) sebesar 15%, sehingga diperoleh laba sebesar Rp 27.555. Hasil analisis kelayakan usaha menggunakan metode R/C ratio menunjukkan nilai sebesar 1,15 ($R/C > 1$), yang mengindikasikan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.
3. Berdasarkan analisis SWOT terhadap produk "Risol Bale", kekuatan (*strength*) produk meliputi dapat dikonsumsi oleh semua usia, produk kaya akan gizi, menggunakan bahan berkualitas, mudah diperoleh, dan terjangkau. Kelemahan (*weakness*) mencakup daya simpan yang singkat serta tekstur yang kurang renyah saat tidak hangat. Peluang (*opportunities*) mencakup potensi penjualan fleksibel secara online melalui media sosial dan marketplace, serta sesuai dengan tren saat ini. Ancaman (*threats*) mencakup persaingan harga di pasar dan perubahan selera konsumen.

4. Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk “Risol Bale”, diperoleh respon positif terhadap aspek warna, aroma, rasa, tekstur, harga, dan kemasan. Hal ini ditunjukkan melalui penilaian menggunakan skala Likert yang berada pada kategori baik hingga sangat baik.

B. SARAN

1. Dalam rangka mendukung pencapaian target perluasan strategi penjualan dan pemasaran, selain melalui kegiatan sosialisasi dan penawaran produk "Risol Bale" dalam bentuk siap konsumsi yang dilakukan secara langsung di posyandu serta lembaga pendidikan anak usia dini seperti PAUD dan TK kepada ibu balita, diperlukan pengembangan saluran distribusi tambahan, salah satunya yaitu menitipkan produk pada toko *frozen food* dengan menjualnya dalam bentuk beku.
2. Untuk mencapai target pemasaran dan meningkatkan penjualan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat secara luas, diperlukan upaya perluasan strategi pemasaran dan penjualan yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi digital saat ini, yaitu melalui pemanfaatan media sosial dan platform online seperti WhatsApp, Instagram, serta *marketplace*.