

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tempe Bray merupakan produk makanan ringan berupa keripik tempe yang diberi bumbu makanan khas Indonesia. Bisnis model dari usaha ini berfokuskan kepada penjualan eceran kepada retailer dan penjualan secara massal kepada para mitra yang akan bekerja sama dengan perusahaan seperti Indomaret, Alfamart, Shopee, Tokopedia, para pemilik warung dan lain-lain. Target pasar dari produk ini sangatlah luas dimana jika dikategorikan berdasarkan profil pembeli, maka target pasar dari tempe bray merupakan para pelajar, mahasiswa dan pekerja. Produk disajikan dalam bentuk 2 kemasan yaitu kemasan 60gr dan kemasan 120gr yang dikemas dengan warna kemasan yang menarik perhatian dan memiliki 3 varian rasa yaitu rendang sapi, soto betawi, dan sate padang. Ketiga varian rasa tersebut sangat identik dengan Indonesia. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan akan melakukan strategi pemasaran baik dengan strategi *Above the Line* dan *Through the Line*.

Perusahaan telah melakukan uji kelayakan bisnis dimana perusahaan menghitung proyeksi potensi pendapatan yang akan diperoleh. Berdasarkan proyeksi yang telah dilakukan, perusahaan memproyeksikan penjualan produk sebesar 594 buah perhari atau 18.057 buah per bulannya. Dengan adanya kerja sama perusahaan dengan berbagai pihak yang telah mencapai penyebaran lebih dari 32.000 toko diseluruh Indonesia. Perusahaan percaya bahwa target penjualan produk akan tercapai. Dari hasil uji kelayakan diperoleh informasi bahwa bisnis ini akan mencapai titik *break event point* (BEP) pada tahun pertama serta *return on investment* (ROI) sebesar 156,3%.

5.2 Saran

Setelah menjalankan bisnis di tahun 2022, hal yang masih dapat perusahaan kembangkan adalah di bagian promosi dan distribusi dalam bentuk kerjasama. Untuk hal promosi, Tempe Bray masih dapat memperluas pembuatan iklan di sosial

media untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjangkau lebih jauh lagi seperti diluar kota Jabodetabek misalnya Surabaya, Medan atau Bali.

Peran pemerintah di bidang kuliner sangat dibutuhkan mengingat pentingnya kestabilan harga bahan baku makanan. Selain itu, menguatnya sistem ekonomi dapat juga menaikkan secara langsung tingkat konsumsi masyarakat. Saran yang dapat diberikan oleh Tempe Bray pada pebisnis kuliner lainnya adalah melakukan perencanaan yang bijaksana sebelum ingin memulai bisnis. Perencanaan yang matang akan membantu pebisnis untuk mencapai tujuan bisnis menjadi lebih efektif dan mudah untuk dilakukan.

Semua aspek yang ada di dalam kegiatan perusahaan seperti produksi, pemasaran dan penjualan adalah persoalan yang sangat penting untuk dibahas secara berskala sehingga kinerja dapat diukur dan direvaluasi.

