

BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Dari hasil kegiatan IbM Keripik Singkong menggambarkan bahwa pelaku bisnis makanan ringan (keripik singkong) termasuk bisnis yang sederhana, mudah, dan fleksibel dalam sisi permodalan, dalam arti-an dengan modal sedikit atau besar pun bisnis ini bisa dimulai dan dijalankan. Dengan semakin banyaknya pelaku dalam bisnis ini maka dapat disimpulkan:

- a) Semakin banyak pelaku pada bisnis keripik singkong ini berarti semakin ketat dalam hal kompetisinya.
- b) Semakin banyak pelaku bisnis keripik singkong berarti target market bisnis ini memang sangat luas dan masih terbuka peluangnya.
- c) Keripik singkong merupakan makanan yang sudah familyer dikalangan masyarakat tentu saja sudah banyak orang yang memproduksinya yang artinya banyak pesaing dalam bisnis ini.
- d) Cara pemasaran juga penting untuk diperhatikan karena ini yang mempengaruhi konsumen untuk memilih dan membelinya. Dengan rasa yang enak ,kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau tentu akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil yang dicapai kegiatan IbM keripik singkong ini maka dapat disarankan sebagai kebijakan manajemen sebagai berikut:

- a) Kemasan dan logo branding keripik singkong yang menarik akan selalu menarik pelanggan baru berdatangan dan memudahkan produk tersebut untuk diingat oleh konsumen.
- b) Cara Sukses Bisnis keripik singkong yaitu merancang desain kemasan. Apalagi bila gambar produk kemasan mampu membuat konsumen penasaran ingin segera mencicipinya.
- c) Dibutuhkan kreatifitas yang tinggi untuk membuat kemasan atau logo serta gambar pada kemasan. Bahkan bagi produsen besar yang telah memiliki brand kuat di masyarakat, mereka berani mengeluarkan dana besar hanya untuk membuat desain, logo, dan slogan untuk produk baru yang akan diluncurkan.

d) Setiap wirausaha keripik singkong selalu bersaing pada “rasa”, rasa enak merupakan acuan pertama pada bisnis makanan, dan kebanyakan yang terjadi, bahwa rasa enak tersebut adalah hasil dari duplikasi rasa pada produk produk yang telah umum beredar. Tidak heran apabila produk keripik singkong yang umum beredar memiliki persamaan atau kemiripan rasa satu dengan lainnya, mungkin lebih jarang ditemui yang memiliki rasa lebih unik.

