

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, penulis menyimpulkan bahwa:

- 1) Strategi bisnis yang tepat pada produk *cold pressed juice* MoodBooster dalam meningkatkan pangsa pasar dengan memasarkan produk melalui media sosial, dengan memanfaatkan segala objek yang terdapat pada outlet agar memberikan kesan yang menarik bagi konsumen. Menambah berbagai inovasi dan kekreativitasan dari produk MoodBooster.
- 2) Pada masa pemasaran produk bisnis ini menyediakan sistem *reward* dengan memberikan kupon pada konsumen ketika pembelian 2 kali mendapat kupon sebesar 10%, atau dengan pembelian 2 produk dengan varian yang berbeda mendapat promo seharga Rp. 35.000. Dalam proyeksi ini MoodBooster menerapkan promo pembelian 2 produk akan mendapat *free* 1 produk dari MoodBooster selama promo masih berlaku.
- 3) Perancangan produk dengan bekerja sama dengan mitra bisnis yaitu menitipkan produk di tempat olahraga seperti tempat *Gym* dan tempat futsal. Produk ini juga dapat mejadi dampak bagi mitra bisnis lainnya seperti penjual buah dan penjual sayur.
- 4) Cara pemasaran MoodBooster tergolong lebih efektif dengan memanfaatkan *marketplace* seperti

memperkenalkan produk melalui Gofood, Grabfood serta Shopeefood. Dalam pemanfaatan program ini guna produk MoodBooster dapat lebih efektif dan dapat cepat dikenal masyarakat luas, tidak hanya itu sistem ini menjadi trend sistem pemasaran yang paling dicari oleh para pedagang untuk memasarkan produknya. Maka dari itu MoodBooster memanfaatkan situasi tersebut agar bisnisnya dapat berkembang pesat serta memaksimalkan penjualan di outlet MoodBooster dengan metode pemasaran yang dilakukan usaha ini telah sedikit berkembang daripada sebelumnya.

5.2. Saran

Dalam penelitian ini penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat menjadi trobosan baru dan dapat bermanfaat bagi perusahaan.

Bisnis ini dapat lebih memperhatikan sistem pemasaran yang telah diterapkan serta tetap memberikan dampak bagi konsumen maupun mitra bisnis. Mulai mengembangkan produk dengan memberikan banyak inovasi dari produk yang ditawarkan. Dapat memperhatikan lingkungan bisnis sebagai target bisnisnya.

Untuk kedepannya perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan produktifitas produknya supaya usaha ini semakin berkembang.