

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Cotto E Servito merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang pembuatan makanan Italia di Kota Semarang dan penjualan akan dilakukan secara *online* dengan memasarkan produknya melalui bantuan internet khususnya media sosial yang saat ini berkembang di masyarakat.

1. Dalam aspek pemasaran, dasar segmentasi yang digunakan adalah geografis, demografi, dan psikografis/perilaku. Dalam hal *targeting*, pasar yang dituju adalah konsumen dari semua kalangan (bawah hingga atas) dan harga yang ditawarkan yaitu seharga Rp 40.000,- per porsi. Dalam hal *positioning*, Cotto E Servito menyajikan hidangan makanan khas Italia dengan rasa yang enak, berkualitas, dan *fresh*. Dalam hal bauran pemasaran, Cotto E Servito menawarkan tiga jenis makanan Italia berupa pasta, yaitu *fettuccine carbonara*, *spaghetti bolognese*, dan *penne bolognese with garlic cheese brulee* yang akan ditawarkan melalui *online* dengan layanan pesan antar, kegiatan promosi dilakukan dengan menggunakan bantuan media sosial dan penawaran potongan harga.
2. Dalam aspek operasi, Cotto E Servito akan melakukan penjualan secara *online* di Kota Semarang dengan kapasitas pesanan sejumlah

30 porsi per hari. Untuk mesin dan peralatan berupa seperangkat alat-alat dapur yang berguna untuk menunjang kegiatan produksi.

3. Dalam aspek sumber daya manusia, Cotto E Servito memiliki pegawai sejumlah dua orang yang akan bekerja di bagian keuangan dan produksi. Perencanaan SDM didasarkan pada struktur organisasi dan operasional dari bisnis tersebut.
4. Dalam aspek keuangan, Cotto E Servito mempunyai *net present value* yang positif, *payback period* kurang dari 5 tahun, dan IRR yang lebih besar dari tingkat bunga yang diterapkan sehingga dapat dikatakan bisnis Cotto E Servito layak untuk dijalankan.

## 5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu ketika usaha Cotto E Servito telah dijalankan, maka sebaiknya dilakukan secara teratur sesuai dengan konsep yang telah ditentukan, selain itu variasi menu dari Cotto E Servito sebaiknya ditingkatkan mengingat masih banyak jenis makanan Italia yang dapat ditawarkan kepada konsumen, selain itu kualitas makanan harus tetap dijaga bahkan harus ditingkatkan. Saat akan melakukan kegiatan promosi di media sosial, sebaiknya informasi mengenai produk makanan dapat disampaikan secara jelas dan detail sesuai dengan bahan dan menu, selain itu mengenai jenis dan inovasi produk yang dilakukan.