

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu MH Kitchen merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang pembuatan makanan dessert box 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 geografis, konsumen yang menjadi penikmat MH Kitchen adalah konsumen yang berada dan tinggal di Semarang dan sekitarnya. Dalam segmentasi geografis, konsumen MH Kitchen dengan usia rata-rata 21 hingga 25 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Segmentasi psikografis MH Kitchen dalam hal kelas sosial adalah semua masyarakat dari berbagai segmen yang menyukai dessert yang dapat dikonsumsi sehari-hari.
2. Dalam aspek operasi, untuk pemesanan MH Kitchen juga bisa dipesan lewat aplikasi online seperti Grab dan Go Food. Dalam hal, volume produksi di MH Kitchen sehari dapat menerima pesanan 20 dessert box.
3. Dalam aspek sumber daya manusia, struktur organisasi terdiri dari 2 karyawan bagian produksi. Seleksi karyawan dapat dilakukan melalui wawancara dengan pemilik MH Kitchen, seleksi karyawan.

4. Dalam aspek keuangan, MH Kitchen 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 MH Kitchen layak untuk dijalankan.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu ketika usaha MH Kitchen telah dijalankan, maka sebaiknya dilakukan secara teratur sesuai dengan konsep yang telah ditentukan, selain itu variasi menu dari MH Kitchen 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.