

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis usaha Sagun Bakar Rina periode November 2021, maka dapat disimpulkan:

1. Usaha Sagun Bakar Rina adalah usaha yang bergerak pada bidang makanan ringan, khususnya sagun bakar. Sumber modal usaha ini berasal dari dana pribadi pemilik usaha. Pada aspek produksi, usaha ini memproduksi sagun bakar sebanyak 8.400 bungkus selama satu bulan produksi. Aspek sumber daya manusia, usaha ini telah memiliki 7 orang tenaga kerja. Aspek pemasaran, usaha ini hanya memiliki satu produk yaitu sagun bakar yang dijual dengan harga Rp 12.000/bungkus dimana produk sudah dipasarkan di berbagai toko makanan ringan dan swalayan yang berada di Kota Bukittinggi dan sudah mencapai kota lain, seperti Padang, Payakumbuh, Padang Panjang, dan Pekanbaru. Untuk melakukan promosi, pemilik telah melakukan *personal selling*.
2. Laba bersih atau keuntungan yang didapatkan oleh usaha Sagun Bakar Rina pada masa penelitian November 2021 sebesar Rp 30.117.499,- dengan persentase keuntungan sebesar 42%. Berdasarkan perhitungan titik impas usaha diperoleh hasil impas kuantitas sebesar 370 kg dan impas penjualan sebesar Rp 17.758.072,-. Berdasarkan hasil tersebut, didapatkan bahwa usaha Sagun Bakar Rina pada periode penelitian telah berada diatas titik impas atau usaha telah mengalami keuntungan, dimana volume penjualan usaha saat periode penelitian sebanyak 8.400 bungkus atau 2.100 kg dengan pendapatan penjualan sebesar Rp 100.800.000,-.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada usaha Sagun Bakar Rina, penulis memiliki beberapa saran kepada usaha diantaranya:

1. Pada aspek produksi, sebaiknya usaha mulai memberikan inovasi kepada produk sagun bakar. Usaha bisa memberikan berbagai macam variasi rasa untuk sagun bakar yang sesuai dengan minat pasar, karena pada saat sekarang ini jarang ditemukan sagun bakar dengan rasa selain rasa original. Jika usaha dapat mengembangkan produk dengan rasa yang baru maka akan membuka peluang bagi usaha. Untuk aspek pemasaran sebaiknya usaha sudah mulai memanfaatkan internet. Karena saat sekarang ini sudah banyak konsumen yang merasa nyaman dengan berbelanja di *online shop* dan lebih banyak mempromosikan produk melalui media sosial, hal ini dapat membantu produk untuk lebih dikenal banyak orang. Promosi pada media sosial akan membantu usaha untuk dapat menjangkau lebih luas lagi sasaran konsumennya.
2. Berdasarkan analisis usaha yang telah dilakukan, sebaiknya usaha dapat mempertimbangkan tingkat keuntungan yang telah diperoleh, dimana usaha meningkatkan tingkat keuntungan tersebut agar dapat terus berkembang kedepannya. Salah satunya adalah dengan mengendalikan biaya-biaya yang dikeluarkan dan memiliki target penjualan.

