

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa Bmc dan Analisa Bep bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Taste Fun adalah perusahaan makanan instan berbasis ikan dingin dengan fokus pada konsumen anak-anak, remaja, ibu rumah tangga, dan orang dewasa. Produk mereka memiliki kandungan protein tinggi, harga terjangkau, kemudahan konsumsi, kehalalan, dan rasa khas ikan bandeng. Perusahaan ini membangun hubungan kuat dengan konsumen melalui promosi produk, uji coba, layanan pelanggan yang ramah, dan inovasi produk. Saluran distribusi mereka mencakup bazaar UMKM, media sosial, dan kolaborasi dengan grosir makanan dingin, dengan pendapatan utama dari penjualan online dan offline. Biaya operasional mereka meliputi biaya gedung, biaya promosi, listrik, gas LPG, bahan baku, kemasan, dan rempah-rempah.

2. Menurut hasil analisis Break Even Point (BEP) dari data biaya yang diberikan, bisnis fish cake Taste Fun harus menjual setidaknya 447 unit fish cake setiap bulan untuk mencapai titik impas. Untuk mencapai titik impas, harga jual per unit fish cake adalah Rp. 12.587,- sedangkan harga jual sebenarnya adalah Rp. 15.000. Untuk mencapai profitabilitas yang diinginkan dalam operasional bisnis mereka, Taste Fun menggunakan analisis BEP ini untuk membuat strategi pricing, mengelola biaya, dan menetapkan target volume penjualan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisa Bmc dan Analisa Bep terdapat saran yang bisa penulis berikan sebagai berikut:

Untuk meningkatkan keuntungan, Taste Fun dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan variasi produk dengan varian baru, memperkuat strategi pemasaran digital dengan konten yang menarik dan kolaborasi dengan influencer, meluncurkan program loyalitas untuk pelanggan setia, dan memperluas jangkauan pasar melalui kolaborasi dengan restoran dan kafe, meningkatkan kualitas layanan pelanggan, dan

mengoptimalkan rantai pasokan untuk mengurangi biaya operasional.

