

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

- 1) Pengembangan produk yang dijalankan oleh *homemade* Kefir Khadeejah dalam mengembangkan produk terdapat 4 tahapan, yaitu: pengembangan dan pengujian produk, penemuan ide, penyaringan ide, dan penilaian atau mengukur hasil yang di capai. Pengembangan dan pengujian produk, pengembangan produk yaitu menciptakan produk sesuai dengan konsep yang dirancang. Pengembangan produk yang dilakukan Kefir Khadeejah yaitu: 1) mengembangkan dan meluncurkan produk baru, 2) mengembangkan variasi mutu produk lama, dan 3) mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama. Pengujian produk yaitu memperhatikan kemasan produk. Penemuan ide yang didapatkan oleh *homemade* Kefir Khadeejah berasal dari pelatihan-pelatihan yang diikutinya kemudian dikembangkan dan dilakukan inovasi produk sehingga menjadi produk yang memiliki berbagai macam varian aroma. Ide produk yang di peroleh ialah sabun, toner, krim wajah, masker, lulur, *hand body lotion*, susu, dan kefir douch untuk perawatan daerah kewanitaan. Produk yang lolos pada tahap penyaringan ide ialah sabun, toner, masker, susu, krim wajah, kefir douch, dan lulur. Membuat produk berdasarkan kebutuhan konsumen, produk Kefir Khadeejah menciptakan produk herbal tanpa bahan kimia telah menjadi produk yang diinginkan masyarakat. Karena maraknya produk kimia telah merupak jaringan kulit yang dapat menimbulkan jerawat. Penilaian atau mengukur hasil yang capai, yaitu apakah konsumen menyukai produk yang ditawarkan oleh Kefir Khadeejah. Selama ini konsumen puas dengan produk yang ditawarkan oleh Kefir Khadeejah.
- 2) Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha yang di terapkan oleh *homemade* Kefir Khadeejah Rembang adalah menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Strategi *Product* Kefir Khadeejah memperhatikan *service* (pelayanan) berupa memberikan jasa konsultasi gratis kepada konsumen, konsep produk, merek dagang, kemasan produk dan kualitas produk. Strategi *price* yang terapkan *homemade* Kefir Khadeejah adalah penentuan harga dengan orientasi biaya dan penetapan harga dengan orientasi permintaan. Strategi

place berkaitan dengan tempat pemasaran yang bersih dan sehat dan penyaluran produk ke konsumen menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Strategi *promotion* yang digunakan ialah promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu berupa pameran.

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, penulis dapat memberikan saran kepada *homemade* Kefir Khadeejah Rembang :

- 1) untuk bisa melakukan ijin produksi resmi dari BPOM, karena dengan BOPM produk yang diproduksi oleh *homemade* dapat terjual bebas di pasar yang lebih luas.
- 2) Meningkatkan kualitas produk, sehingga dalam proses penyimpanan produk tidak harus di almari pendingin. Hal ini akan lebih praktis jika dibawa saat bepergian
- 3) Tenaga kerja ahli yang mampu dalam bidang pembuatan kefir sangat kurang, alangkah baiknya jika pemilik *homemade* secara khusus memberikan pelatihan kepada tenaga kerja tetap mengenai proses pembuatan kefir, sehingga akan membantu dalam proses produksi. Dan hasil yang didapat setelah ada tenaga kerja yang membantu juga kan lebih banyak dari pada sebelumnya.