

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT Komoditi Tani Indonesia, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Siklus hidup bisnis pada PT Komoditi Tani Indonesia saat ini masih berada pada tahap pengenalan atau *start-up*. Hal tersebut ditandai dengan ciri-ciri PT Komoditi Tani Indonesia masih mengalami tingkat penjualan yang fluktuatif, usia perusahaan masih muda, laba bersih yang masih bernilai negatif karena masih besarnya biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan, arus kas operasional bernilai negatif, arus kas investasi bernilai negatif dan arus kas pendanaan bernilai positif.
2. Strategi pemasaran beras yang dapat diterapkan oleh PT Komoditi Tani Indonesia agar dapat meningkatkan penjualan dan menuju tahap siklus hidup bisnis selanjutnya berdasarkan urutan prioritasnya yaitu mengembangkan desain produk, mengikuti event yang relevan, diskon produk, meningkatkan kualitas, harga bundling kerjasama dengan influencer, menjual di supermarket dan menjual di e-commerce.

### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. PT Komoditi Tani Indonesia diharapkan dapat lebih meminimalkan biaya operasional agar mendapatkan laba bersih yang bernilai positif dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan posisi usahanya saat ini sesuai dengan

prioritas strategi yang telah dihasilkan pada penelitian ini agar dapat meningkatkan penjualan serta dapat bertumbuh menuju ke tahap siklus hidup selanjutnya.

2. Pembaharuan strategi pemasaran secara berkala sangat disarankan kepada PT Komoditi Tani Indonesia melihat adanya banyak pesaing dan seiring berkembangnya usaha. Perusahaan harus memahami tahap siklus hidup bisnis mereka untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan harus mengadaptasi strategi pemasaran sesuai dengan perubahan tahap siklus hidup bisnis. Dengan memahami tahap siklus hidup bisnis dan strategi pemasaran yang sesuai dengan setiap tahap, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih efektif tentang alokasi sumber daya dan strategi bisnis yang sesuai dengan tahap yang sedang dialami