

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

Setelah penulis melaksanakan penelitian dan mengadakan pembahasan pada bab-bab terdahulu, maka bab ini sebagai bab terakhir, penulis mencoba menyimpulkan segala sesuatu yang penulis kemukakan sebelumnya.

Berdasarkan data – data yang penulis dapatkan, sebenarnya Kecap Oedang Sari dapat lebih mengembangkan pasarannya. Sayangnya beberapa hal yang penting tidak dilakukan Oedang Sari seperti melakukan promosi di kota – kota besar dan daerah potensial lainnya. Kelemahan Oedang Sari juga tidak pernah merubah image dari pertama kali terbentuk. Sehingga terkesan kuno dan tidak menarik apa lagi saat ini persaingan sangat ketat. Selain itu juga Faktor pendukung Produksi yang sangat minimalis dan sederhana menjadikan Oedang Sari sulit berkembang dalam bidang produksinya.

Diharapkan dengan merubah image oedang sari dan membuat beberapa aplikasi media promosi ini Oedang Sari dapat menjadi salah satu produk dalam negeri yang lebih terpandang dan lebih dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Dengan merubah dan menciptakan media pendukung yang blm ada sebelumnya diharapkan Oedang Sari dapat menjadikan kecap yang dapat menarik peminat konsumen yang pada umumnya hampir semua masyarakat

Indonesia mengonsumsi makanan kecap. Semua itu dilakukan untuk mengembalikan dan meningkatkan citra Oedang Sari yang semakin menurun sebagai makanan tradisional khas Cirebon.