

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Model bisnis usaha agroindustri gula semut di Nagari Andaleh Baruh Bukik berdasarkan pendekatan Business Model Canvas (BMC) menunjukkan bahwa sembilan elemen BMC telah terbentuk, namun dengan karakteristik sederhana dan belum terstruktur secara sistematis. Elemen *Customer Segments* didominasi oleh pasar khusus (*niche market*) berupa pedagang pengumpul, dan sebagian kecil mulai masuk ke pasar massal seperti konsumen lokal. *Value Propositions* yang ditawarkan mencakup aspek kenyamanan, kinerja, harga, dan pengurangan risiko, tetapi belum menyentuh nilai seperti desain, brand, atau aksesibilitas. Saluran komunikasi dan distribusi masih bersifat informal dan personal, serta penjualan dilakukan secara langsung dan melalui perantara. Hubungan pelanggan dibangun atas dasar kedekatan sosial tanpa pencatatan formal. *Revenue stream* diperoleh sepenuhnya dari penjualan produk utama (gula semut), tanpa ada diversifikasi pendapatan. Sumber daya utama yang dimiliki meliputi alat produksi tradisional, keterampilan turun-temurun, dan modal usaha mandiri. Aktivitas utama berfokus pada produksi manual, sementara mitra kunci hanya terbatas pada pedagang pengumpul sebagai perantara. Struktur biaya terbagi atas biaya tetap dan biaya variabel, dengan karakter biaya yang cenderung efisien tetapi tanpa sistem pencatatan keuangan yang rapi.
2. Kekuatan (*Strengths*) mencakup keberadaan pelanggan tetap (pedagang pengumpul), kualitas produk berbahan murni, jaringan distribusi lokal yang sudah terbentuk, dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola produksi secara mandiri. Kelemahan (*Weaknesses*) terletak pada kurangnya pemahaman terhadap konsumen akhir, belum menariknya desain produk, keterbatasan akses digital, pencatatan keuangan yang belum tersedia, serta kapasitas produksi dan peralatan yang rendah. Peluang (*Opportunities*) terbuka dalam bentuk meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk alami, potensi kerja sama dengan dinas atau lembaga, perluasan kanal distribusi ke toko oleh-oleh atau coffee shop, serta kemungkinan peningkatan pendapatan dari

penjualan langsung. Di sisi lain, ancaman (*Threats*) mencakup dominasi pesaing yang lebih mapan secara merek dan pemasaran digital, ketergantungan terhadap mitra tunggal (pedagang pengumpul), fluktuasi ketersediaan bahan baku akibat cuaca, serta minimnya edukasi konsumen yang menyulitkan diferensiasi produk murni dan campuran. Integrasi analisis SWOT ini memberikan pemahaman strategis mengenai elemen-elemen BMC yang perlu diperkuat, serta area kritis yang perlu diintervensi dalam upaya pengembangan usaha yang berkelanjutan..

3. Strategi pengembangan usaha gula semut menghasilkan empat tipe strategi utama yang aplikatif. Strategi S-O diarahkan untuk memanfaatkan kekuatan seperti kualitas produk alami dan jaringan distribusi yang telah ada, dengan mengembangkan varian produk rempah, mengakses bantuan alat modern, serta memperluas kemitraan distribusi. Strategi W-O fokus mengatasi kelemahan seperti desain kemasan dan keterbatasan pemasaran digital melalui pembaruan kemasan, pembukaan toko online, dan pendaftaran merek dagang. Strategi S-T bertujuan mengantisipasi ancaman dengan memperkuat hubungan dengan mitra pedagang melalui program loyalitas. Sementara strategi W-T berupaya meminimalkan risiko dengan diversifikasi produk turunan dan penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana. Strategi-strategi ini menjadi landasan praktis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan agroindustri gula semut di Nagari Andaleh Baruh Bukik.

B. Saran

1. Pelaku usaha gula semut di Nagari Andaleh Baruh Bukik disarankan untuk mulai meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan usaha. Salah satu hal yang penting dilakukan adalah menerapkan pencatatan keuangan sederhana namun teratur, guna memudahkan analisis biaya, laba usaha, dan perencanaan pengembangan ke depan. Selain itu, pelaku usaha perlu memperhatikan aspek nilai tambah produk, tidak hanya dari kualitas bahan, tetapi juga dari sisi kemasan, variasi produk, serta upaya membangun identitas merek. Pengembangan varian produk seperti gula semut dengan tambahan rempah lokal (jahe atau kayu manis) dapat menjadi strategi untuk menjangkau konsumen rumah tangga, khususnya yang peduli pada kesehatan. Pemanfaatan

media sosial dan platform penjualan online juga sangat disarankan agar pemasaran tidak hanya bergantung pada pedagang pengumpul, tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara langsung. Langkah penting lainnya adalah mendaftarkan merek dagang produk sebagai upaya melindungi hak usaha dan memperkuat posisi di pasar.

2. Pemerintah daerah, khususnya dinas yang membidangi industri kecil dan menengah, diharapkan memberikan dukungan nyata terhadap pengembangan agroindustri gula semut di daerah ini. Bentuk dukungan yang dapat diberikan meliputi penyediaan alat produksi berbasis teknologi tepat guna, seperti mesin pengayak dan pengemas, yang dapat meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi. Pemerintah juga perlu memfasilitasi pelatihan kewirausahaan, manajemen keuangan, dan pemasaran digital bagi pelaku usaha, agar pelaku usaha memiliki kompetensi dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, perlu dibangun kerja sama yang lebih luas antara pelaku usaha dengan koperasi, BUMNag, atau pelaku usaha lainnya, agar tercipta jaringan kemitraan yang kuat dan saling menguntungkan. Dukungan dalam hal legalitas usaha seperti pendampingan pendaftaran PIRT, sertifikasi halal, dan merek dagang juga sangat penting agar produk gula semut memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar lokal maupun nasional.

