

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan bisnis UMKM CV Tani Makmur Sejahtera Bersama, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan bisnis CV TMSB. CV TMSB memiliki sejumlah faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan bisnisnya. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama meliputi: produk telah memenuhi standar mutu SNI 3556:2016, Kapasitas mesin iodisasi besar (20 ton/2 jam), tenaga kerja yang loyal dan berpengalaman, serta jaringan pemasaran antarprovinsi (Sumatera Barat, Riau, dan Jambi). Sementara faktor kelemahan yang masih perlu diperbaiki meliputi: proses pengemasan yang masih manual, belum adanya divisi pemasaran profesional, promosi digital yang belum optimal, dan keterbatasan modal untuk ekspansi. Dari sisi eksternal, peluang yang tersedia adalah permintaan garam konsumsi yang tinggi, dukungan pemerintah terhadap UMKM, dan peluang ekspansi pasar regional. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dari merek besar seperti Dolphin dan Refina, serta kenaikan biaya logistik.
2. Prioritas strategi pengembangan bisnis berdasarkan hasil analisis SWOT dan AHP. Hasil pengolahan data menggunakan metode SWOT–AHP menghasilkan urutan prioritas strategi sebagai berikut:
 - a. Strategi Pengembangan Produk & *Branding* (Bobot: 0,517)
 - b. Strategi Penguatan Pasar Inti (Bobot: 0,304)
 - c. Strategi Penetrasi Pasar B2B (Bobot: 0,179)

Strategi utama yang direkomendasikan adalah pengembangan produk dan branding, karena strategi ini memiliki bobot tertinggi dan mampu meningkatkan daya saing perusahaan tanpa memerlukan investasi besar. Strategi ini difokuskan pada peningkatan nilai tambah produk melalui inovasi kemasan sederhana, desain merek, serta pemasaran digital.

3. Berdasarkan hasil analisis dan validasi, strategi yang paling sesuai dengan kondisi aktual CV TMSB adalah strategi pengembangan produk dan *branding* dengan pendekatan *Smart Manualization* dan *Parallel Innovation*. Pendekatan ini mempertimbangkan batasan (*constraint*) perusahaan yaitu keputusan manajemen untuk tetap mempertahankan 29 tenaga kerja bagian pengemasan manual sekaligus memanfaatkan sumber daya (*resource*) utama yang dimiliki, yaitu kapasitas mesin besar, mutu produk sesuai SNI, dan jaringan distribusi antarprovinsi. Implementasi strategi ini mencakup:

- Modernisasi kemasan sederhana menggunakan alat bantu sealer listrik,
- Diversifikasi kemasan untuk membedakan pasar tradisional dan modern,
- Penguatan citra merek melalui label halal dan desain visual baru,
- Pemanfaatan media digital untuk promosi dan penjualan, serta
- Pelatihan peningkatan keterampilan bagi tenaga kerja pengemasan.

Validasi dengan studi kasus IKM Garam Madura (Rahman, 2022), Roti Ohayo (Chandra, 2020), dan KINCIU Roastery (Reza, 2023) menunjukkan bahwa strategi berbasis inovasi kemasan dan branding digital mampu meningkatkan omzet 15–20% tanpa mengurangi tenaga kerja. Dengan demikian, strategi yang diusulkan relevan, terukur, dan realistis untuk diterapkan oleh CV TMSB, serta mencerminkan keseimbangan antara tujuan bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan validasi strategi, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi CV Tani Makmur Sejahtera Bersama

- a. Melakukan uji coba (*pilot project*) kemasan baru secara bertahap, dimulai dengan produk garam halus ukuran kecil untuk pasar ritel modern.
- b. Mengadakan pelatihan peningkatan keterampilan bagi tenaga kerja bagian pengemasan agar hasil kerja lebih efisien dan rapi.
- c. Mengembangkan promosi digital melalui platform Shopee, Tokopedia, dan media sosial agar brand awareness meningkat tanpa biaya besar.
- d. Membangun kemitraan dengan UMKM percetakan atau desain grafis lokal untuk memperkuat identitas visual produk.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

Diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan digital marketing, bantuan alat semi-otomatis, serta akses pendanaan lunak bagi UMKM garam lokal agar dapat naik kelas ke pasar modern.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas penelitian ke aspek analisis kelayakan finansial dan dampak sosial tenaga kerja dari penerapan strategi Smart Manualization dan Parallel Innovation, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif terhadap keberlanjutan usaha UMKM di sektor garam.