

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai strategi pengembangan usaha keripik pangsit di Desa Gumawang yang dikelola oleh Bapak Tardi menghasilkan sejumlah kesimpulan penting yang menjawab rumusan masalah sekaligus menguatkan kerangka teori yang digunakan. Pertama, dari sisi faktor internal, usaha ini memiliki kekuatan utama pada kualitas rasa produk yang konsisten, harga yang relatif terjangkau, serta loyalitas konsumen lokal. Namun, kelemahan yang menonjol adalah keterbatasan kapasitas produksi akibat proses kerja yang sebagian besar masih manual, pemasaran yang belum memanfaatkan teknologi digital, serta keterbatasan sumber daya manusia. Kedua, dari sisi faktor eksternal, peluang yang dapat dimanfaatkan adalah tren peningkatan konsumsi camilan lokal, kemajuan teknologi digital yang mendukung pemasaran daring, serta potensi kerja sama dengan UMKM dan toko oleh-oleh. Adapun ancaman utama berasal dari persaingan produk sejenis dari luar daerah dan keterbatasan legalitas usaha yang membatasi akses pasar lebih luas.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang paling tepat adalah memanfaatkan kekuatan produk untuk menangkap peluang pasar melalui inovasi dan pemasaran digital (strategi SO), sembari melakukan perbaikan pada kelemahan internal untuk menghadapi ancaman eksternal (strategi WT). Analisis PESTEL memperkuat temuan tersebut dengan menegaskan bahwa faktor sosial berupa meningkatnya preferensi konsumen terhadap camilan lokal dan faktor teknologi berupa digitalisasi merupakan kunci yang harus segera dimanfaatkan. Sementara itu, *Business Model Canvas* mengungkapkan bahwa meskipun value proposition usaha sudah kuat pada kualitas dan harga, saluran distribusi (*channels*) serta hubungan pelanggan (*customer relationship*) masih lemah dan perlu diperkuat melalui strategi branding dan pemasaran online.

Secara teoritis, penelitian ini menegaskan relevansi teori strategi pengembangan usaha yang menekankan pentingnya sinergi faktor internal dan eksternal Rangkuti(2015), serta mendukung konsep pemasaran UMKM yang menempatkan digitalisasi sebagai sarana perluasan pasar. Keseluruhan temuan memperlihatkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil di pedesaan tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan adaptasi terhadap dinamika lingkungan eksternal, khususnya teknologi digital dan pola konsumsi masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlanjutan dan daya saing usaha keripik pangsit di Desa Gumawang sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan kekuatan internal dengan peluang eksternal, memperbaiki kelemahan manajerial dan pemasaran, serta mengantisipasi ancaman kompetitif melalui inovasi, digitalisasi, dan penguatan model bisnis. Implikasi lebih luas dari temuan ini adalah bahwa pengembangan UMKM berbasis lokal perlu diarahkan tidak hanya pada aspek produksi, tetapi juga pada aspek pemasaran digital, kemitraan, dan legalitas usaha agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan bagi pihak-pihak terkait agar strategi pengembangan usaha keripik pangsit di Desa Gumawang dapat berjalan lebih optimal:

5.2.1 Bagi Pelaku Usaha (Bapak Tardi)

Pelaku usaha disarankan untuk segera memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran, baik melalui media sosial maupun platform marketplace, sehingga jangkauan pasar dapat meluas di luar wilayah desa. Selain itu, perlu dilakukan inovasi produk, baik dari segi rasa maupun kemasan, agar mampu bersaing dengan produk camilan sejenis yang sudah lebih mapan. Dari sisi manajemen, usaha ini juga perlu mengembangkan pencatatan keuangan sederhana

serta pembagian peran kerja yang lebih terstruktur untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha.

5.2.2 Bagi Pemerintah Desa dan Instansi Terkait

Pemerintah desa dan dinas yang membidangi UMKM diharapkan dapat memberikan pendampingan berupa pelatihan kewirausahaan, akses permodalan, serta bantuan peralatan produksi yang lebih modern. Dukungan dalam pengurusan legalitas usaha seperti P-IRT atau NIB juga sangat diperlukan agar produk keripik pangsit dapat masuk ke pasar formal, termasuk toko modern dan pusat oleh-oleh. Dengan adanya dukungan struktural, usaha kecil di pedesaan akan memiliki daya saing yang lebih kuat.

5.2.3 Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan kajian lebih lanjut, khususnya mengenai strategi digitalisasi pemasaran UMKM berbasis lokal di pedesaan. Peneliti selanjutnya dapat melakukan pendekatan komparatif dengan beberapa usaha sejenis di daerah lain, sehingga diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pola pengembangan UMKM pangan tradisional. Selain itu, penelitian kuantitatif dengan analisis finansial mendalam juga dapat dilakukan untuk melengkapi hasil penelitian kualitatif ini.

5.2.4 Bagi Masyarakat dan Konsumen

Masyarakat sebagai konsumen diharapkan dapat terus mendukung produk lokal dengan memilih dan mempromosikan keripik pangsit Gumawang sebagai camilan khas desa. Dukungan ini tidak hanya membantu pelaku usaha secara ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas lokal dan membuka peluang bagi berkembangnya ekonomi kreatif berbasis desa.

5.5.5 Keterbatasan dan Arah Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada satu studi kasus produsen tunggal, sehingga belum mampu menggambarkan variasi strategi pengembangan pada UMKM camilan di wilayah yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian mendatang

dapat memperluas cakupan pada beberapa produsen dengan metode komparatif, atau menggunakan pendekatan mixed methods agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi pengembangan UMKM di sektor pangan tradisional.

Secara keseluruhan, saran ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan usaha keripik pangsit di Desa Gumawang serta mendorong terciptanya strategi pemberdayaan UMKM pedesaan yang lebih inovatif, adaptif, dan berdaya saing tinggi.

