

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan komprehensif dalam penelitian ini, dapat dirumuskan serangkaian kesimpulan substantif yang tidak hanya mengatasi permasalahan konsumen sebagai justifikasi pendirian unit usaha, tetapi juga merefleksikan esensi dari keseluruhan investigasi ilmiah yang dilakukan. Penelitian ini secara sistematis merumuskan strategi pengembangan bisnis yang relevan bagi Sate Pisang Zufaro, sebuah entitas kuliner lokal inovatif di Kabupaten Magelang, yang diawali dengan identifikasi empat permasalahan utama konsumen pada segmen pelajar dan remaja, yaitu pola konsumsi tidak teratur, keterbatasan akses terhadap camilan berkualitas, dominasi harga dalam keputusan pembelian, serta kesenjangan antara ekspektasi konsumen dan variasi produk pasar.

Untuk menjawab tantangan tersebut, Sate Pisang Zufaro menawarkan camilan bergizi berbahan dasar pisang yang mengenyangkan, strategi edukasi gizi berbasis media sosial, jaminan ketersediaan produk di lokasi strategis dan saluran distribusi daring, harga kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, serta inovasi produk melalui format sate pisang dengan varian rasa khas dan kemasan menarik. Secara holistik, penelitian ini menyimpulkan bahwa usaha ini memiliki kelayakan bisnis tinggi dengan potensi pasar signifikan (TAM: 81.133 jiwa; SAM: 17.678 jiwa; SOM: 1.305 jiwa), keunggulan kompetitif pada inovasi produk, harga, dan distribusi, serta strategi pengembangan yang terstruktur melalui analisis SWOT, termasuk intensifikasi pemasaran digital, diversifikasi produk dan saluran distribusi, serta penguatan kolaborasi komunitas.

Evaluasi finansial selama enam bulan awal menunjukkan performa positif dengan arus kas bersih Rp390.404, laba bersih Rp270.404, struktur permodalan sehat tanpa utang, BEP nol unit karena minim biaya tetap, serta ROI sebesar 225,3%, yang mengindikasikan efisiensi penggunaan modal tinggi dan proyeksi pertumbuhan yang

menjanjikan. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan berbasis riset, inovasi berkelanjutan, dan pemberdayaan lokal melalui kemitraan dengan petani serta promosi konsumsi pisang, sebagai kontribusi terhadap resiliensi ekonomi komunal dan nilai berkelanjutan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak hanya menyajikan rekomendasi strategi konkret dan aplikatif bagi pengembangan Sate Pisang Zufaro, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang relevan bagi pengembangan UMKM kuliner berbasis inovasi produk lokal dan pemahaman terhadap dinamika pasar kontemporer.

## **5.2 Keterbatasan**

Subbab ini menguraikan berbagai keterbatasan yang secara inheren melekat pada usaha Sate Pisang Zufaro, serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan penelitian ini. Pemahaman terhadap keterbatasan tersebut penting untuk memberikan perspektif yang menyeluruh dan realistis terhadap hasil yang diperoleh, serta untuk menilai secara lebih cermat implikasi yang dapat ditarik dari temuan penelitian ini.

### **5.2.1 Keterbatasan Bisnis**

Meskipun menunjukkan potensi pengembangan yang menjanjikan, bisnis Sate Pisang Zufaro tidak terlepas dari beberapa keterbatasan yang perlu diidentifikasi dan dipertimbangkan dalam strategi pengembangannya:

1. **Ketergantungan pada Ketersediaan Bahan Baku Utama:** Ketersediaan pisang, sebagai bahan baku utama, sangat bergantung pada musim panen dan kondisi iklim. Fluktuasi pasokan dan harga dapat mempengaruhi kontinuitas produksi dan profitabilitas bisnis.
2. **Skala Produksi dan Distribusi yang Terbatas:** Saat ini, Sate Pisang Zufaro beroperasi dengan skala produksi rumahan dan jangkauan distribusi yang terbatas. Hal ini membatasi kapasitas untuk melayani permintaan pasar yang lebih besar dan mengurangi efisiensi dalam rantai pasok.

3. **Intensitas Persaingan di Sektor Kuliner:** Industri kuliner, khususnya camilan, memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Inovasi produk yang berkelanjutan dan strategi pemasaran yang agresif diperlukan untuk mempertahankan daya saing dan pangsa pasar.
4. **Keterbatasan Sumber Daya Manusia:** Sebagai UMKM, Sate Pisang Zufaro kemungkinan memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman, terutama dalam aspek manajemen, pemasaran, dan pengembangan produk.
5. **Persepsi Konsumen terhadap Produk Olahan Pisang:** Meskipun pisang merupakan komoditas lokal yang populer, persepsi konsumen terhadap produk olahan pisang yang inovatif mungkin memerlukan edukasi pasar dan promosi yang intensif untuk membangun penerimaan yang luas.

#### 5.2.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah berupaya secara optimal untuk mencapai validitas dan reliabilitas yang tinggi, terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diakui dan diperhatikan:

1. **Cakupan Data yang Terbatas:** Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar bersumber dari data internal Sate Pisang Zufaro dan observasi terbatas. Hal ini menyebabkan cakupan data eksternal, seperti data pasar yang lebih luas atau data pesaing secara mendalam, menjadi terbatas.
2. **Metode Pengumpulan Data:** Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung, yang meskipun mendalam, mungkin memiliki bias subjektif dari informan atau peneliti. Penggunaan metode kuantitatif yang lebih ekstensif dapat memberikan generalisasi yang lebih kuat.
3. **Fokus Studi Kasus Tunggal:** Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus pada Sate Pisang Zufaro, sehingga temuan dan rekomendasi yang

dihasilkan mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi pada UMKM kuliner lainnya dengan karakteristik yang berbeda.

4. **Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya:** Batasan waktu dan sumber daya yang tersedia dalam pelaksanaan penelitian ini membatasi kedalaman eksplorasi beberapa aspek, seperti analisis segmentasi pasar yang lebih rinci atau evaluasi dampak jangka panjang dari strategi yang diusulkan.

Keterbatasan-keterbatasan ini menjadi landasan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dan menjadi pertimbangan penting bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengaplikasikan hasil penelitian ini.

### **5.3 Saran**

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini ditujukan kepada berbagai pihak terkait, meliputi konsumen, perusahaan (Sate Pisang Zufaro), dan komunitas akademis. Saran ini diharapkan dapat menjadi panduan dalam upaya pengembangan bisnis Sate Pisang Zufaro serta sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut.

#### **5.3.1 Saran untuk Konsumen**

Bagi konsumen, disarankan untuk secara aktif memberikan masukan dan umpan balik terkait produk Sate Pisang Zufaro, baik mengenai varian rasa, kemasan, maupun ketersediaan produk. Partisipasi aktif konsumen melalui survei, media sosial, atau saluran komunikasi lainnya dapat membantu Sate Pisang Zufaro dalam berinovasi dan menyesuaikan produk sesuai dengan preferensi pasar. Selain itu, konsumen diharapkan dapat memanfaatkan berbagai saluran informasi yang disediakan oleh Sate Pisang Zufaro untuk mendapatkan informasi terkini mengenai produk dan promosi.

#### **5.3.2 Saran untuk Perusahaan (Sate Pisang Zufaro)**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, beberapa saran strategis untuk Sate Pisang Zufaro adalah sebagai berikut:

### 1. Pengembangan Produk dan Inovasi:

- a. **Diversifikasi Varian Rasa:** Mengingat keterbatasan varian rasa yang teridentifikasi, Sate Pisang Zufaro disarankan untuk mengembangkan varian rasa baru yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar serta preferensi konsumen. Pengembangan ini dapat mencakup rasa manis, gurih, atau kombinasi unik lainnya.
- b. **Peningkatan Kualitas Bahan Baku:** Mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas bahan baku secara konsisten akan berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan citra merek yang positif.
- c. **Inovasi Kemasan:** Pengembangan kemasan yang lebih menarik, praktis, dan ramah lingkungan dapat meningkatkan nilai tambah produk serta daya saing di pasar.

### 2. Strategi Pemasaran dan Promosi:

- a. **Pemanfaatan Media Digital Secara Optimal:** Mengintensifkan promosi melalui platform media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) dengan konten yang kreatif dan interaktif (misalnya, video proses produksi, testimoni pelanggan, atau sesi tanya jawab langsung) dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
- b. **Kerja Sama Strategis:** Menjalinkan kemitraan dengan *influencer* makanan lokal, *food blogger*, atau platform pengiriman makanan daring dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk.
- c. **Program Loyalitas Pelanggan:** Menerapkan program loyalitas seperti diskon khusus untuk pembelian berulang, kartu keanggotaan, atau poin reward dapat mendorong retensi pelanggan.
- d. **Partisipasi dalam Acara Lokal:** Aktif berpartisipasi dalam festival kuliner, pameran UMKM, atau acara komunitas lokal dapat meningkatkan kesadaran merek dan membuka peluang pasar baru.

### 3. Pengelolaan Operasional:

- a. **Eksansi Saluran Distribusi:** Menjajaki kemungkinan untuk memperluas jangkauan distribusi, baik melalui kemitraan dengan toko oleh-oleh, kafe, atau toko retail modern, maupun mengembangkan sistem pemesanan daring yang lebih efisien.
- b. **Peningkatan Efisiensi Produksi:** Menerapkan praktik manajemen produksi yang lebih efisien dapat membantu dalam mengoptimalkan biaya dan memastikan ketersediaan produk yang konsisten.
- c. **Pembinaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia:** Memberikan pelatihan berkelanjutan kepada karyawan terkait kebersihan, pelayanan pelanggan, dan teknik produksi dapat meningkatkan kualitas operasional secara keseluruhan.

#### 5.3.3 Saran untuk Akademisi

Bagi komunitas akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi titik awal untuk eksplorasi lebih lanjut. Beberapa saran untuk penelitian di masa mendatang meliputi:

1. **Pendekatan Kuantitatif yang Lebih Ekstensif:** Melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang lebih ekstensif, melibatkan sampel yang lebih besar dan representatif dari berbagai UMKM kuliner, untuk menguji generalisasi temuan strategi pengembangan bisnis.
2. **Studi Komparatif:** Melakukan studi komparatif antara UMKM kuliner dengan karakteristik yang berbeda untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang paling efektif di berbagai konteks.
3. **Analisis Segmentasi Pasar yang Lebih Rinci:** Mengembangkan penelitian yang lebih mendalam mengenai segmentasi pasar untuk produk kuliner tradisional, termasuk analisis perilaku konsumen, preferensi demografis, dan psikografis.
4. **Evaluasi Dampak Jangka Panjang:** Melakukan penelitian longitudinal untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari implementasi strategi

pengembangan bisnis terhadap kinerja UMKM kuliner, termasuk pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan pangsa pasar.

5. **Peran Digitalisasi dan Teknologi:** Menganalisis lebih lanjut peran digitalisasi dan adopsi teknologi dalam pengembangan UMKM kuliner, khususnya dalam aspek pemasaran, distribusi, dan manajemen operasional.

