

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Agribisnis Olahan Pangan Lokal Kerupuk Cucuk Kriuk Limbah Ikan Nila Berbasis Potensi Desa pada UMKM Rasa Katineung di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi usaha Kerupuk Cucuk Kriuk pada UMKM Rasa Katineung merupakan usaha skala rumah tangga yang memanfaatkan tulang ikan nila sebagai bahan baku utama. Proses produksi meliputi pelunakan tulang ikan, penghalusan, pencampuran bahan dan pembuatan adonan, pengukusan, pendinginan, pemotongan, penjemuran, penggorengan, penirisan, dan pengemasan. Proses produksi telah menggunakan beberapa peralatan modern untuk membantu meningkatkan efisiensi pengolahan. Produksi dilakukan sekitar dua minggu sekali dengan sistem stok. Produk telah memiliki kemasan yang baik serta BPOM, surat edar, dan sertifikasi halal. Namun, usaha masih memiliki beberapa kelemahan, yaitu lokasi yang kurang strategis dan produk yang belum memiliki ciri khas.

2. Faktor internal dan eksternal UMKM Rasa Katineung terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan usaha meliputi kualitas produk, ketersediaan bahan baku, penggunaan peralatan produksi modern, kebersihan dan higienitas, kemasan yang baik, BPOM dan surat edar, sertifikasi halal, serta harga yang terjangkau. Kelemahannya meliputi produksi dua minggu sekali dengan sistem stok, lokasi kurang strategis, belum memiliki ciri khas, kapasitas produksi belum optimal, jangkauan pemasaran terbatas, pemanfaatan media sosial belum optimal, variasi produk terbatas, dan inovasi produk belum rutin. Peluang yang dimiliki antara lain meningkatnya minat terhadap pangan lokal, perkembangan media sosial dan *marketplace*, peluang perluasan distribusi, program pembinaan UMKM, serta belum adanya pesaing langsung. Ancaman yang dihadapi berupa perubahan selera konsumen, produk substitusi, kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi, perubahan tren, tuntutan inovasi, produk dengan harga lebih rendah, dan perubahan daya beli konsumen.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Rasa Katineung berada pada Kuadran II, sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi ST (*Strengths-Threats*). Strategi

tersebut dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi berbagai ancaman yang terdapat pada lingkungan usaha. Strategi yang dapat diterapkan meliputi mempertahankan kualitas produk dan kemasan yang sudah baik serta memanfaatkan kepemilikan BPOM, surat edar, dan sertifikasi halal untuk menghadapi perubahan selera dan tren makanan ringan. Selain itu, penggunaan peralatan produksi modern dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi produksi dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi. UMKM Rasa Katineung juga perlu mempertahankan harga yang relatif terjangkau serta meningkatkan inovasi produk untuk menghadapi produk makanan ringan substitusi, produk lain yang menawarkan harga lebih rendah, dan perubahan daya beli konsumen. Dengan penerapan strategi tersebut, UMKM Rasa Katineung diharapkan mampu mempertahankan keunggulan yang dimiliki, menghadapi berbagai ancaman pasar, meningkatkan daya saing, serta mendukung keberlanjutan usaha Kerupuk Cucuk Kriuk.

5.2 Saran

Penulis memiliki beberapa saran yang untuk strategi pengembangan agribisnis olahan pangan lokal kerupuk cucuk kriuk limbah ikan nila berbasis potensi desa (studi kasus pada umkm rasa katineung di desa bangunharja kecamatan cisaga kabupaten ciamis), sebagai berikut:

1. UMKM Rasa Katineung disarankan untuk mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial dan *marketplace* agar dapat mengatasi keterbatasan lokasi usaha yang kurang strategis dan memperluas jangkauan pemasaran Kerupuk Cucuk Kriuk.
2. UMKM Rasa Katineung disarankan untuk mengembangkan ciri khas produk melalui inovasi rasa, bentuk, atau karakteristik produk dengan tetap memanfaatkan tulang ikan nila sebagai bahan baku lokal, sehingga produk memiliki pembeda dan lebih mudah dikenali oleh konsumen.
3. Penggunaan peralatan produksi modern perlu dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi. Produksi yang dilakukan dua minggu sekali juga perlu disesuaikan dengan jumlah permintaan agar sistem stok dapat dikelola dengan lebih baik.
2. UMKM Rasa Katineung disarankan untuk memperluas jaringan pemasaran dan distribusi melalui kerja sama dengan toko, warung, minimarket, maupun *marketplace* sehingga produk lebih mudah diperoleh konsumen.

3. Kemasan yang sudah baik serta BPOM, surat edar, dan sertifikasi halal perlu dipertahankan sebagai nilai tambah produk dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.
4. Kondisi belum adanya pesaing langsung perlu dimanfaatkan dengan baik untuk memperkenalkan dan memperkuat identitas Kerupuk Cucuk Kriuk di pasar sebelum munculnya produk sejenis.
5. UMKM Rasa Katineung disarankan untuk mengikuti kegiatan pembinaan atau pelatihan UMKM yang berkaitan dengan pemasaran digital, inovasi produk, pengelolaan produksi, dan pengembangan usaha agar dapat mendukung keberlanjutan usaha.