

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pelaku usaha opak singkong di Desa Cikeusal, diketahui bahwa strategi yang dilakukan dalam menghadapi persaingan pasar lokal masih bersifat konvensional namun tetap memiliki daya tahan. Pelaku usaha seperti Ibu Rokanah dan Ibu Nenah lebih banyak mengandalkan jalur distribusi lokal dan promosi dari mulut ke mulut. Meskipun belum sepenuhnya memanfaatkan media digital, mereka memiliki pemahaman yang baik mengenai pentingnya menjaga kualitas rasa dan harga agar tetap terjangkau oleh masyarakat. Dalam hal inovasi produk, pelaku usaha mulai merespons selera pasar dengan menambah variasi rasa, seperti rasa pedas dan manis, serta memperbaiki kemasan produk agar lebih menarik.
2. Penerapan strategi generik Porter dapat terlihat dari cara pelaku usaha menjalankan strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus. Strategi kepemimpinan biaya tercermin dari upaya mempertahankan harga yang murah untuk menjaga loyalitas pelanggan lokal. Sementara itu, strategi diferensiasi muncul melalui kreasi rasa baru dan desain kemasan yang lebih modern. Strategi fokus diterapkan dengan menyoal konsumen lokal, khususnya mereka yang masih menyukai makanan ringan tradisional yang khas dan bernuansa lokal. Upaya ini cukup berhasil untuk mempertahankan eksistensi usaha di tengah ketatnya persaingan dengan produk-produk pabrikan maupun makanan ringan modern.
3. Tantangan di era digital belum sepenuhnya dapat diatasi oleh pelaku usaha. Minimnya literasi digital menjadi hambatan dalam memasarkan produk secara lebih luas melalui platform daring. Selain itu, keterbatasan alat produksi dan ketergantungan pada proses pengeringan manual membuat kapasitas produksi tidak stabil, terutama saat musim hujan. Meski begitu, peluang untuk

berkembang masih sangat terbuka jika pelaku usaha mendapat pendampingan dan pelatihan dalam pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan usaha, serta penguatan branding produk lokal. Hal ini menjadi dasar penting dalam merancang strategi pengembangan usaha opak singkong yang lebih adaptif terhadap perubahan zaman dan kebutuhan konsumen masa kini.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan simpulan yang telah diuraikan, penulis memberikan beberapa saran sebagai bentuk kontribusi terhadap pengembangan usaha opak singkong di Desa Cikeusal agar ke depan dapat tumbuh lebih optimal:

1. Bagi Pelaku Usaha Opak Singkong:

Diharapkan untuk lebih terbuka terhadap perubahan, terutama dalam hal pemasaran digital. Pelaku usaha perlu menyadari bahwa media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga merupakan etalase bisnis yang sangat potensial. Dengan belajar menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, atau TikTok, mereka bisa menjangkau konsumen yang lebih luas. Inovasi produk juga penting untuk terus ditingkatkan agar konsumen tidak bosan. Selain rasa dan kemasan, cerita di balik produk juga bisa menjadi daya tarik tersendiri.

2. Bagi Pemerintah Desa dan Dinas Terkait

Pemerintah desa memiliki peran strategis dalam mendampingi pelaku usaha lokal. Pelatihan teknis seperti digital marketing, manajemen usaha kecil, hingga desain kemasan harus menjadi program prioritas. Selain itu, pembentukan kelompok usaha bersama bisa menjadi solusi untuk mengatasi kendala produksi dan distribusi. Pemerintah juga dapat membantu memfasilitasi kerja sama dengan lembaga pembiayaan mikro, agar pelaku usaha mendapatkan akses modal usaha.

3. Bagi Konsumen dan Masyarakat Umum

Dukungan dari masyarakat sangat berarti dalam menjaga eksistensi usaha lokal. Tidak hanya melalui pembelian produk, tetapi juga melalui promosi

mulut ke mulut dan media sosial. Konsumen yang puas bisa menjadi agen promosi yang efektif. Selain itu, penting juga bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik secara jujur dan membangun, agar pelaku usaha dapat melakukan perbaikan dan pengembangan.

