

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang telah dilakukan terhadap UMKM Bakso Aci Kanya'ah Majalengka, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian secara komprehensif.

1. strategi inovasi produk yang diterapkan Bakso Aci Kanya'ah mencerminkan pendekatan inovasi bertahap (*incremental innovation*) yang dikombinasikan dengan *flavor-driven innovation* (inovasi berbasis rasa). Inovasi dilaksanakan secara bertahap dan responsif melalui mekanisme *experiential learning*, yakni belajar dari pengalaman langsung di lapangan, umpan balik konsumen, dan pemantauan tren kuliner di media sosial. Wujud inovasi tersebut meliputi pengembangan lima varian isian produk (tulang rangu, jando, telur puyuh, telur ayam, dan ayam suwir), diversifikasi topping, pembaruan kemasan *delivery* yang lebih estetis dan fungsional, serta penerapan sistem pre-order berbasis WhatsApp.

Strategi inovasi ini terbukti berkontribusi pada peningkatan volume penjualan melalui dua mekanisme utama, yaitu menarik konsumen baru melalui keunikan produk serta mendorong frekuensi pembelian konsumen yang ada melalui variasi pilihan yang mencegah kebosanan. Peningkatan pendapatan sebesar 38,7% pada periode Januari-April 2026 dibandingkan periode September-Desember 2025 menjadi bukti nyata bahwa integrasi antara inovasi produk dan konsistensi cita rasa mampu menghasilkan kinerja finansial yang positif meskipun usaha masih dijalankan dalam skala mikro.

2. Persepsi konsumen terhadap produk Bakso Aci Kanya'ah menunjukkan penilaian yang positif, terutama pada aspek cita rasa dan harga. Berdasarkan triangulasi data dari seluruh informan konsumen, teridentifikasi empat faktor utama yang memengaruhi keputusan

pembelian dan pembelian ulang, yaitu: (1) cita rasa yang memuaskan dan sesuai selera lokal, (2) harga yang terjangkau sebesar Rp15.000 per porsi, (3) variasi pilihan produk yang beragam, serta (4) kemudahan akses pemesanan melalui layanan *delivery* dan WhatsApp. Cita rasa menempati posisi paling dominan sebagai faktor penentu loyalitas konsumen. Kemampuan Bakso Aci Kanya'ah mengadaptasi cita rasa sesuai preferensi konsumen lokal Majalengka yang cenderung menyukai rasa gurih dan sedikit pedas merupakan keunggulan kompetitif yang signifikan dan mencerminkan penerapan prinsip market orientation yang proaktif.

3. Bakso Aci Kanya'ah menghadapi sejumlah tantangan dan hambatan yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi pencapaian pendapatan yang optimal. Berdasarkan analisis SWOT, hambatan utama yang teridentifikasi mencakup: (1) ketiadaan dokumentasi Standard Operating Procedure (SOP) produksi secara tertulis yang mengakibatkan inkonsistensi cita rasa dan fluktuasi pendapatan hingga 42,9% pada periode September-Desember 2025; (2) tingginya ketergantungan pada tacit knowledge pemilik sehingga kualitas produk rentan terganggu ketika pemilik tidak dapat terlibat langsung dalam proses produksi; (3) keterbatasan ketersediaan bahan baku tertentu, terutama tulang rangu, yang mengganggu konsistensi menu; serta (4) keterbatasan literasi digital dalam pengelolaan konten media sosial dan pencatatan keuangan.

Keempat hambatan tersebut mencerminkan kelemahan pada dimensi transforming, yaitu kemampuan memperbarui struktur dan sistem operasional organisasi untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Meskipun demikian, posisi Bakso Aci Kanya'ah pada Kuadran I analisis SWOT (nilai IFAS 3,20 dan EFAS 3,08) menunjukkan bahwa usaha ini berada dalam kondisi yang kuat dan memiliki potensi besar untuk tumbuh secara agresif apabila kelemahan-kelemahan tersebut segera diatasi.

Penelitian ini berhasil menggambarkan potret nyata dari dinamika strategi bisnis UMKM kuliner tradisional yang bertumpu pada dua pilar utama: inovasi produk yang responsif terhadap pasar dan pengelolaan cita rasa yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Meskipun terdapat berbagai keterbatasan dan tantangan operasional, Bakso Aci Kanya'ah telah menunjukkan kapabilitas adaptif yang baik dalam merespons perubahan kebutuhan pasar.

Dapat diketahui bahwa implementasi strategi S-O (*Strenght-Opportunities*) pada usaha Bakso Aci Kanya'ah Majalengka hingga saat ini belum sepenuhnya terealisasi secara optimal. Pemilik usaha dinilai belum memenuhi seluruh indikator strategi yang direkomendasikan, sehingga potensi pertumbuhan pendapatan yang seharusnya dapat dicapai melalui pemanfaatan kekuatan internal dan peluang eksternal secara maksimal masih belum terwujud sebagaimana mestinya.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan kepada berbagai pihak yang relevan demi penguatan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha Bakso Aci Kanya'ah Majalengka.

1. Bagi Pemilik Usaha Bakso Aci Kanya'ah

Pemilik usaha disarankan untuk segera menyusun dan mendokumentasikan Standard Operating Procedure (SOP) produksi secara tertulis dan sistematis. Langkah ini mencakup standarisasi takaran bahan baku, prosedur pengolahan adonan, teknik pengulenan, serta parameter kualitas produk yang dapat diakses dan dipelajari oleh seluruh karyawan. Dengan terdokumentasinya SOP secara formal, ketergantungan pada tacit knowledge pemilik dapat dikurangi secara signifikan sehingga konsistensi cita rasa dapat terjaga meskipun pemilik tidak terlibat langsung dalam proses produksi. Hal ini sekaligus menjadi fondasi penting untuk mengantisipasi fluktuasi pendapatan yang selama ini terjadi akibat

inkonsistensi rasa.

Di samping itu, pemilik disarankan untuk membangun sistem manajemen bahan baku yang lebih terstruktur, termasuk menjalin kemitraan strategis dengan pemasok bahan-bahan tertentu seperti tulang rangu agar ketersediaan bahan baku terjamin secara berkelanjutan. Penerapan sistem pencatatan keuangan yang sederhana namun sistematis juga perlu diprioritaskan menggunakan aplikasi berbasis digital yang tersedia secara gratis seperti BukuWarung atau BukuKas, guna mendukung evaluasi kinerja bisnis dan pengambilan keputusan strategis yang lebih terencana. Selain itu, pemilik disarankan untuk segera bergabung dengan platform layanan pesan antar seperti *GoFood* dan *ShopeeFood* serta mengoptimalkan konten promosi di TikTok dan Instagram secara konsisten, mengingat potensi pasar digital yang sangat besar belum dimanfaatkan secara optimal. Penerapan program loyalitas konsumen sederhana seperti kartu stamp atau diskon khusus pelanggan setia juga dapat menjadi strategi retensi yang efektif dan berbiaya rendah untuk memperkuat basis pelanggan yang sudah ada.

2. Bagi Pemerintah dan Dinas Terkait

Pemerintah Kabupaten Majalengka beserta Dinas Koperasi dan UMKM disarankan untuk memperkuat program pendampingan dan pelatihan yang berfokus pada peningkatan kapabilitas manajerial pelaku UMKM kuliner, khususnya dalam bidang literasi digital, manajemen keuangan dasar, dan teknik standarisasi produksi. Program pendampingan tersebut idealnya tidak bersifat insidental, melainkan berkelanjutan dengan pendekatan yang terukur dan berbasis kebutuhan spesifik masing-masing usaha. Selain itu, pemerintah dapat memfasilitasi terciptanya ekosistem rantai pasok bahan baku lokal yang lebih stabil melalui pembentukan klaster UMKM kuliner berbahan dasar aci di wilayah Majalengka, sehingga permasalahan keterbatasan ketersediaan bahan baku dapat diminimalisasi secara sistemik.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak informan konsumen guna memperoleh gambaran yang lebih representatif mengenai persepsi dan loyalitas pelanggan. Penggunaan pendekatan mixed-method, yaitu dengan mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif, juga dapat dipertimbangkan untuk memperkuat validitas temuan penelitian. Di samping itu, penelitian lanjutan dapat diarahkan pada pengujian dampak penerapan SOP terhadap konsistensi cita rasa dan peningkatan pendapatan secara longitudinal, sehingga dapat memberikan kontribusi teoretis yang lebih substansial terhadap pengembangan kajian strategi bisnis UMKM kuliner di Indonesia, khususnya yang berbasis kearifan lokal dan produk tradisional Sunda.

