

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi Unit Saprotan melalui metode *Business Model Canvas* (BMC) dan memuat pemetaan dari hasil analisis SWOT yang didapatkan dari hasil wawancara, kuisisioner, dan observasi yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Diagram Matrik SWOT

Usaha Unit Saprotan berada dalam *kuadran* I yang menunjukkan perlunya strategi agresif. Situasi ini sangat menguntungkan karena Unit Saprotan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang tepat adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dengan fokus pada penggunaan kekuatan untuk menghadapi peluang (strategi S-O). Oleh karena itu, strategi relevan untuk pengembangan usaha Unit Saprotan meliputi ekspansi pasar, diversifikasi produk, peningkatan kualitas layanan, kemitraan strategis, promosi dan pemasaran intensif, serta pengembangan sumber daya manusia.

2. *Business Model Canvas* pada Unit Saprotan sebagai hasil pemetaan strategi usaha sebagai berikut:

- a) *Customer Segments*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri menetapkan sasaran pelanggannya pada masyarakat petani

sekitar yang berada di daerah Godang, Cikaraha, Gandawesi, Bugel, Caricangkas, Cipeles, Cilengar, Kebon Cau, Panadahan dan sekitarnya.

- b) *Value Proposition*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri menyediakan jenis pupuk yang sesuai dengan kebutuhan para petani. Keunggulan utama unit ini adalah menyediakan pupuk subsidi yang lebih terjangkau harganya dan kualitas yang cukup baik. Untuk anggota mendapatkan SHU juga partisipasi dalam pengambilan keputusan.
- c) *Channels*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri melakukan penjualan secara langsung atau penjualan melalui Ketua Kelompok Tani.
- d) *Customer Relationship*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri memiliki hubungan yang baik dengan para pelanggan atau bersifat keanggotaan. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat menjadikan pelanggan loyal dan melakukan pembelian ulang yang dapat meningkatkan pendapatan usaha.
- e) *Revenue Streams*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri biaya transaksinya berasal dari penjualan produk Saprotan dengan metode pembayaran secara *cash*. Pendapatan yang diperoleh Unit Saprotan berasal dari selisih harga penjualan dengan HPP.
- f) *Key Resources*, yang dimiliki Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri yaitu fisik berupa bangunan, kendaraan, dan peralatan usaha, sumber daya manusia yang dimiliki adalah pengurus dan karyawan.

- g) *Key Activities*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri yaitu melakukan pengadaan barang, penyimpanan, mendistribusikan pupuk, penjualan langsung di koperasi dan mematuhi regulasi pemerintah dan melakukan pengelolaan keuangan.
 - h) *Key Partnership*, Unit saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri yaitu meningkatkan hubungan kerjasama dengan para *partner* yang sudah ada. Karena jika melakukan kemitraan memiliki banyak manfaat.
 - i) *Cost Structure*, Unit Saprotan Koperasi Pertanian Sumber Tani Mandiri menentukan produk dengan sesuai *value* dan terjangkau oleh pelanggan. Serta, biaya yang dikeluarkan yaitu biaya tetap dan biaya variabel.
3. Berdasarkan Diagram Matriks SWOT, Unit Saprotan berada dalam kuadran I yang membutuhkan strategi agresif. Situasi ini sangat menguntungkan karena Unit Saprotan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Oleh karena itu salah satu strategi yang relevan untuk pengembangan usaha tersebut adalah melakukan inovasi pupuk organik.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis di atas, dapatlah disarankan sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan sistem manajemen inventaris dan penjualan berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keakuratan data, serta memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk promosi. Menambah variasi produk saprotan, termasuk pupuk organik dan alat pertanian modern, guna memenuhi kebutuhan beragam para petani.

2. Menyelenggarakan pelatihan berkala untuk karyawan agar dapat memberikan layanan yang lebih baik dan responsif kepada pelanggan, serta mengadakan program loyalitas untuk meningkatkan retensi pelanggan. Meningkatkan kerja sama dengan pemasok, distributor, dan lembaga penelitian pertanian untuk mendapatkan produk berkualitas tinggi dan informasi terbaru tentang praktik pertanian terbaik.
3. Melakukan audit berkala terhadap biaya tetap dan variabel untuk menemukan peluang penghematan tanpa mengorbankan kualitas layanan. Mengadakan program edukasi dan pelatihan bagi anggota koperasi tentang penggunaan saprotan yang efektif dan ramah lingkungan. Mengadakan promosi dengan perbedaan harga antara anggota dan non-anggota untuk menarik minat bergabung serta menawarkan insentif khusus bagi anggota