

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian mengenai analisis rantai nilai pada UMKM olahan jamur tiram untuk meningkatkan keunggulan bersaing antara lain:

1. Skor tertinggi pada aktivitas primer adalah pemasaran dan penjualan sebesar 0,35. Aktivitas rantai nilai dengan skor tertinggi tersebut berpotensi menciptakan nilai bagi UMKM Ailani untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Skor terendah pada aktivitas primer adalah pelayanan sebesar 0,26. Aktivitas ini memperoleh skor terendah karena pelaksanaan manajemennya masih belum efektif.
2. Skor tertinggi pada aktivitas sekunder adalah pengembangan teknologi sebesar 0,29. Aktivitas rantai nilai dengan skor tertinggi tersebut berpotensi menciptakan nilai bagi UMKM Ailani untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Skor terendah pada aktivitas sekunder yaitu infrastruktur perusahaan dengan skor sebesar 0,20. Aktivitas ini memperoleh skor terendah karena pelaksanaan manajemennya masih belum efektif.
3. Nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan jamur tiram menjadi abon jamur sebesar Rp 62.152,00/kg. Rasio nilai tambah yang dihasilkan oleh produk abon jamur tinggi yaitu sebesar 53 %. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan nilai produk lebih besar dibandingkan dengan harga *input* bahan baku dan sumbangan *input* lain. Harga abon jamur sebesar Rp 22.000,00 per kemasan terdiri dari harga bahan baku sebesar Rp12.000,00/kg dan sumbangan *input* lain sebesar Rp43.182,00/kg. Upah tenaga kerja sebesar Rp3.410,00/kg. Hal ini mengakibatkan setiap kenaikan 1 kg jamur tiram akan menambah upah tenaga kerja sebesar Rp 3.410,00/kg. Keuntungan sebesar Rp 58.742,00/kg dengan demikian setiap kenaikan 1 kg jamur tiram maka akan menambah keuntungan perusahaan sebesar Rp 58.742,00/kg.

6.2 Saran

Adapun saran yang ingin diberikan penulis antara lain:

1. Perbaikan untuk aktivitas rantai nilai primer dan sekunder di UMKM Ailani adalah pada aktivitas pelayanan perlu adanya layanan khusus untuk menyampaikan kritik dan saran konsumen. Perbaikan aktivitas infrastruktur perusahaan dilakukan dengan cara melaporkan kegiatan keuangan seminggu sekali dan dibahas bersama dalam diskusi dengan pemilik usaha.
2. Bagi pelaku UMKM Ailani sebaiknya lebih mengefisienkan biaya produksi dan perlu dilakukan perekrutan dan pelatihan karyawan secara khusus.
3. Perlu dilakukan strategi promosi penjualan seperti adanya promosi lewat media sosial seperti Youtube serta jika pembelian besar maka akan ada bonus. UMKM Ailani melakukan strategi penjualan dengan memanfaatkan aplikasi bisnis digital *Go-Food* sebagai layanan *food delivery*.
4. Abon jamur belum sepopuler abon daging, abon jamur menderifikasi sebagai produk yang bermoto makanan “*vegetarian*”, pasarnya masih terbatas pada orang yang diet dan tidak suka daging. Upaya untuk memenuhi permintaan pasar maka perlu dilakukan *repositioning* dengan “Ailani makanan sehat, gurih dan penambah nafsu makan” untuk meningkatkan persepsi konsumen bahwa selain sebagai makanan sehat, abon juga mampu memberi “*value*” menambah nafsu makan. Tidak lagi hanya produk oleh-oleh tapi produk yang dibutuhkan konsumen setiap hari. Konsumen bisa mengonsumsi abon untuk lauk yang ditabur di atas nasi, mie instan, bubur atau sebagai isi lempeng dan mengonsumsi langsung layaknya camilan serta digunakan untuk aneka topping makanan seperti roti dan kue.