

BAB VI

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

6.1 Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Herbavera Indonesia, sebagai UMKM penghasil minuman herbal berbahan lidah buaya, memiliki potensi besar untuk berkembang dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi peluang dan tantangan yang ada. Peluang tersebut meliputi perluasan pasar digital, peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk, serta efisiensi pengelolaan sumber daya keuangan dan manusia. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Herbavera berada di kuadran II, yang berarti meskipun terdapat ancaman eksternal, perusahaan masih memiliki kekuatan internal yang cukup signifikan. Dalam situasi ini, Herbavera dapat memanfaatkan kekuatannya untuk menghadapi tantangan eksternal. Berdasarkan matriks IE, Herbavera terletak di kuadran I, yang mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam posisi *grow and build* (bertumbuh dan membangun). Oleh karena itu, strategi pengembangan bisnis yang paling sesuai adalah strategi pertumbuhan, meliputi peningkatan produksi, perluasan pasar, penerapan pemasaran yang efektif, pengembangan produk baru, serta inovasi berkelanjutan untuk memaksimalkan peluang yang ada. Selanjutnya, analisis tersebut menghasilkan sebuah model bisnis sehingga penerapan *Business Model Canvas* (BMC) menunjukkan fondasi bisnis yang kuat dengan penguatan aktivitas produksi, pemanfaatan sumber daya, serta optimalisasi distribusi melalui media sosial dan *e-commerce* untuk menjangkau konsumen yang *aware* dengan gaya hidup sehat dan produk halal. Seluruh strategi tersebut selaras dengan prinsip Etika Bisnis Islam, seperti *khuluq*, *khayr*, *adl*, dan *haqq*, sehingga mendorong Herbavera dalam membangun usaha yang berkelanjutan, adil, dan bermanfaat bagi seluruh pihak. Adanya strategi bisnis yang sejalan dengan etika bisnis Islam membuat sebuah usaha tidak hanya menargetkan keuntungan semata, di samping itu usaha juga memenuhi syariat Islam sehingga mendapatkan keberkahan dalam usahanya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dalam pengembangan usaha dan pemasaran Herbavera ke arah yang lebih profesional, berdaya saing, dan berbasis etika bisnis Islam.

6.2 Keterbatasan

Penulis menghadapi beberapa hambatan dan keterbatasan selama pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini. Salah satu kendalanya adalah kesulitan dalam meminta izin wawancara dan penelitian pada kepala desa Pengasinan, Depok, adanya birokrasi yang cukup rumit dalam mengajukan izin wawancara menjadikan penulis tidak bisa melanjutkan wawancara dan penelitian di kantor desa Pengasinan. Selain itu, adanya *miss* informasi terkait permohonan izin penelitian dan wawancara kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok, membuat penulis kesulitan dalam mengajukan izin wawancara, namun hal itu dapat teratasi disamping adanya keterlambatan *timeline* wawancara penulis dengan perwakilan dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok. Cukup sulitnya melakukan sedikit wawancara dengan konsumen usaha karena sulitnya mendapatkan informasi konsumen. Namun, hal tersebut dapat teratasi dengan cukup baik walaupun konsumen hanya bisa membantu penelitian dengan mengisi kuesioner lingkup eksternal usaha.

Adapun dalam memperoleh data penelitian, penulis juga mengalami keterbatasan dikarenakan minimnya ketersediaan data yang dibutuhkan oleh penulis dan sulitnya akses penulis atas data yang dibutuhkan karena beberapa data merupakan data internal yang tidak boleh diketahui atau digunakan oleh orang lain termasuk juga penulis.

6.3 Saran

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penulis memberikan rekomendasi bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian dengan subjek atau objek serupa, yaitu fokus dalam meneliti elemen-elemen dalam model bisnis UMKM secara lebih spesifik dari segi *value propositions*, *channels*, *cost structure* dan sebagainya. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan menganalisis dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan mampu memberikan pandangan yang lebih komprehensif mengenai pengembangan UMKM di sektor minuman herbal, khususnya dalam konteks etika bisnis Islam.

2. Bagi Pemerintah atau Pemangku Kepentingan

Penulis menyarankan agar pemerintah, khususnya Dinas Koperasi dan UMKM untuk memahami bagaimana kondisi UMKM saat ini sehingga dapat membuat program yang tidak hanya dapat membantu UMKM baru, tetapi juga berkelanjutan bagi UMKM yang sudah mandiri. Fokusnya adalah untuk mendukung dan mengakomodasi kebutuhan UMKM pada saat ini sehingga usaha dapat memenuhi apa kebutuhan konsumen. Penulis juga berharap kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok agar tidak hanya terbatas pada aspek administratif dan pendataan, tetapi juga aktif menginisiasi program pelatihan, program permodalan usaha atau program pemberdayaan yang intensif serta sesuai dengan kondisi saat ini sehingga dapat mendukung UMKM secara langsung.

3. Bagi Masyarakat

Penulis menyarankan kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang menjadi konsumen Herbavera Indonesia agar lebih memahami terkait tren kesehatan yang sedang terjadi, jangan sampai konsumen tertipu atau salah membeli hanya karena sesuatu yang sedang *booming* atau *viral*. Dalam melakukan pembelian sebuah produk, perhatikan kehalalan, bahan baku, komposisi, dan sebagainya agar produk yang dikonsumsi atau digunakan dapat memberikan dampak positif bagi tubuh. Masyarakat diharapkan lebih teliti dengan memahami dan mencari tahu sebuah produk sebelum membelinya.