

## **BAB VI KESIMPULAN**

### **6.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Usaha Peyek dan Rakik Rinuak Uni Upik dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kondisi Usaha Peyek dan Rakik Rinuak Uni Upik saat ini berdasarkan pengelompokan 9 elemen BMC.
  - a. Proposisi nilai  
Menyediakan olahan makanan khas daerah Maninjau, dijual dipinggir jalan kanagarian maninjau yang sangat mudah untuk dijumpai
  - b. Target Pasar  
Konsumen dominan dari wisatawan, baik lokal maupun mancanegara.
  - c. Saluran Memperkenalkan produk  
Produk tersedia pada kedai dengan promosi sekarang hanya melalui cerita antara konsumen/ mulut ke mulut.
  - d. Hubungan Konsumen  
Harga yang ditetapkan masih bisa ditawarkan konsumen.
  - e. Sumber Pendapatan  
Pendapatan hasil penjualan.
  - f. Kegiatan Utama  
Membeli bahan baku dari pemasok, mengolah ikan rinuak dan bada menjadi ikan kering yang tahan lama, membuat olahan berbagai produk seperti peyek dan rakik.
  - g. Sumber Daya  
Dekat dengan sumber bahan baku utama di danau maninjau. Lokasi penjualan strategis berada disepanjang jalan jorong gasang. Kanagarian maninjau yang mudah ditemukan.
  - h. Kerjasama  
Pemasok ikan rinuak yang menjadi langganan untuk bahan baku utama.

i. Struktur biaya

Rincian biaya yang dikeluarkan oleh pemilih Usaha Peyek dan Rakik Rinuak Uni Upik terdiri dari biaya bahan baku, sewa lokasi/tempat, biaya pengolahan, dan listrik

2. Berdasarkan SWOT berikut kekuatan, kelemahan dan peluang ancaman Usaha Peyek dan Rakik Rinuak Uni Upik:

<b>Kekuatan</b>	<b>Peluang</b>
Bahan baku bebas pengawet	Daerah yang banyak dikunjungi wisatawan
Makanan khas daerah	Ada kesempatan bersaing di nasional
Tahan lama	Permintaan pasar tinggi
Lokasi penjualan strategis	dekat dengan bahan baku utama
Dijual setiap hari	Dukungan pemerintah
<b>Kelemahan</b>	<b>Ancaman</b>
Proses produksi masih secara manual	Sulitnya populasi rinuak/bada pada musim tertentu
Tidak ada mitra bisnis	Bahan baku sulit dibudidayakan
Produk cenderung monoton	harga bahan baku berubah-ubah/tidak stabil
Kemasan kurang menarik	persaingan usaha yang ketat
Penjualan bersifat musiman	Modal terbatas

3. Pengembangan produk dengan memunculkan variasi baru tanpa menghilangkan ciri khas. Hal ini dilakukan untuk mendukung maninjau sebagai salah satu daerah wisata yang kulinernya dikenal dengan ciri khas ikan rinuak yang merupakan ikan endemic khas danau maninjau. Menjangkau pasar lebih luas dari yang lokal menjadi regional dengan memanfaatkan sosial media untuk penjualan secara online.

## 6.2. Saran

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Usaha Peyek dan Rakik Rinuak Uni Upik sehingga meningkatkan nilai jual makanan khas daerah maninjau.
2. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu masih terbuka penelitian lanjutan yang bisa menggunakan metode analisis lain dalam penentuan alternatif strategi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Euis, S., Hubeis, S., dan Maulana, A. 2014. *Analisis Model Bisnis pada KNM Fish Farm dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)*. Jurnal Sosek KP, 9 (2): 185-194.
- Damanuri, A. dkk. (2020). *Pedoman Praktikum & Modul Kewirausahaan*. Ponorogo: FEBI IAIN Ponorogo.
- Kusnadi, M. A. (2014). *Hubungan Antara Beban Kerja dan Self-Efficacy dengan Stres Kerja pada Dosen Universitas X*. CALYPTRA, 3(1), 1–15.
- Michalski, K. A., & Mosig, J. R. (1997). *Multilayered media Green's functions in integral equation formulations*. *IEEE Transactions on Antennas and Propagation*, 45(3), 508–519.
- Osterwalder; Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. JohnWiley & Sons. Hoboken. New Jersey.
- Pramono, S. N. W., Ulkhaq, M. M., Rachmadina, D. P., Trianto, R., Rachmadani, A. P., Wijayanti, W. R., & Dewi, W. R. (2018). *The Use of Quality Management Techniques: The Application of the New Seven Tools*. *International Journal of Applied Science and Engineering*, 15(2), 105–112.
- Rainaldo M., Wibawa, B.M., Rahmawati, Y. 2017. *Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi kasus Uber di Indonesia)*. Jurnal Sains dan Seni ITS, 6 (2): 235-239.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cetakan Keduapuluh Dua)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sepsarianto, R. (2013). *Analisis Masalah 7 Tools*. URL: [Http://Www. Scribd. Com/Doc/189322119/Analisis-Masalah-7- Tools](http://www.scribd.com/doc/189322119/Analisis-Masalah-7-Tools) (13 Agustus 2013).
- Suryatama, E. (2014). *Lebih Memahami Analisis SWOT dalam Bisnis*. Surabaya: Kata Pena.
- Yohanes Prince R.P. Dosinaen, W. S. (2019). *Usulan Strategi Pemasaran pada PT Gunung Amal Solution International Dengan Menggunakan Analisis Strength, Weakness, Opportunity Threat dan Matriks IFAS EFAS Tahun 2019*. *e-Proceeding of Applied Science*, 5 (2).

Yuliani N; Yudianto A. (2021). *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Toko Online Mart.lo.Gue dengan Pendekatan Business Model Canvas*. *Ikraith-Ekonomika*, 3(4), 181–192.