

BAB V PENUTUP

1.1 Kesimpulan Proyek

Proyek pengembangan produk dendeng balado kemasan “Nan Taraso” secara langsung telah menyelesaikan masalah praktis dan instan. Pengembangan produk kemasan ini berhasil memberikan daya tahan yang lebih lama dan memberikan daya tarik lebih dikarenakan menggunakan jenis kemasan kaca dan label kemasan dengan unsur budaya minang. Pelaksanaan dalam komersialisasi produk berhasil menunjukkan adanya *awareness* dan *interest* dari calon konsumen. Hal tersebut menjadi poin penting yang menjelaskan bahwa dendeng balado yang dikemas dengan menggunakan jenis kemasan kaca dan konsep desain dengan unsur budaya minang, serta penawaran dan layanan yang dilakukan dalam proyek ini telah berhasil memberikan kesadaran dan ketertarikan terhadap merek.

Setelah melakukan komersialisasi, penulis berkesimpulan bahwa target pasar yang tepat dengan produk yang ditawarkan yakni dendeng balado kemasan kaca dalam proyek ini adalah *tourism* dan rantau minang sehingga penulis melakukan *repositioning* pada segmen pasar. Hal ini menanggapi respon calon konsumen saat komersialisasi terhadap harga yang terlalu tinggi yang sebelumnya penetapan harga tersebut dipertimbangkan berdasarkan harga pokok produk dan harga kompetitor. Menurut penulis perlu dilakukannya perbedaan kemasan ekonomis dan kemasan premium yang ditujukan untuk segmen tertentu.

1.2 Keterbatasan Proyek

Proyek pengembangan makanan tradisional dendeng balado kemasan memiliki keterbatasan dari segi waktu sehingga hasil proyek hanya dapat menunjukkan hasil dari rentang waktu tertentu. Selain itu, meskipun proyek ini telah dilakukan studi mendalam melalui wawancara semi terstruktur dan telah mendapatkan hasil studi yang cukup seragam tentu juga memiliki keterbatasan dalam jumlah informan yang terbatas.

1.3 Implikasi dan Agenda Perbaikan Proyek

1.3.1 Implikasi Manajerial

1. Jenis Kemasan

Konsep jenis kemasan dalam proyek ini dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis atau siapapun yang ingin memulai bisnis dendeng balado kemasan. Kemasan jar kaca yang digunakan dalam proyek ini memiliki nilai premium dan unik yang menjadi daya tarik dalam komersialisasi sehingga berkontribusi besar dalam menghasilkan *awareness* dan *interest*. Selain itu, jenis kemasan kaca cenderung aman dimana terbebas dari isu kesehatan tentang penggunaan kemasan plastik.

2. Label Kemasan

Konsep label kemasan yang digunakan dalam proyek ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha minang, dimana *shape* atau bentuk dari label kemasan berbentuk gonjong rumah gadang. Hal ini merupakan sebuah konsep untuk memanfaatkan bentuk label kemasan agar secara langsung dapat merujuk daerah asal yang berkontribusi dalam mengkomunikasikan nilai *positioning*.

3. Layanan

Perkembangan layanan bebas ongkir dan bisa bayar ditempat merupakan fenomena yang lazim saat ini terutama pada *online marketplace*. Konsep layanan yang dilakukan dalam proyek ini dapat menjadi referensi bagi UMKM yang memiliki produk tahan lama. Meskipun layanan ini termasuk berani dan memiliki resiko orderan fiktif, akan tetapi dilain sisi dapat memberikan nilai tambah, efisiensi, dan tidak ketergantungan pada *outside provider*.

1.3.2 Agenda Perbaikan Proyek

1. Segmentasi

Pelaksanaan dalam komersialisasi melalui sosial, membuat penulis sadar bahwa target pasar yang ditetapkan tidak tepat dengan produk yang ditawarkan sehingga perlu adanya *repositioning* untuk melakukan segmentasi menjadi tiga segmen pasar antara lain, sebagai berikut :

a. Konsumen Harian

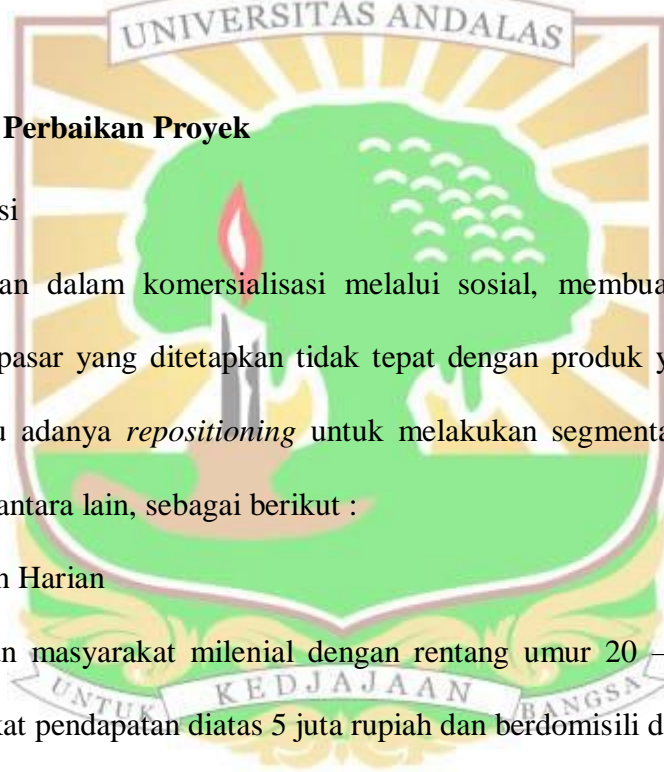
Merupakan masyarakat milenial dengan rentang umur 20 – 40 tahun yang memiliki tingkat pendapatan diatas 5 juta rupiah dan berdomisili di Padang.

b. *Tourism*

Merupakan kelompok konsumen dengan latar belakang wisatawan dari luar daerah yang berkunjung ke kota Padang.

c. Rantau Minang

Merupakan kelompok konsumen dengan latar belakang kelahiran Sumatera barat yang berdomisili di Pulau Jawa.



Dalam implementasi ke dalam tiga segmen pasar tersebut, penulis menyediakan produk dendeng balado kemasan menjadi dua jenis kemasan antara lain, sebagai berikut :

a. Kemasan Ekonomis

Merupakan produk dendeng balado kemasan dengan menggunakan jenis kemasan plastik *vacuum* yang ditujukan untuk segmen pasar konsumen harian.

b. Kemasan Premium

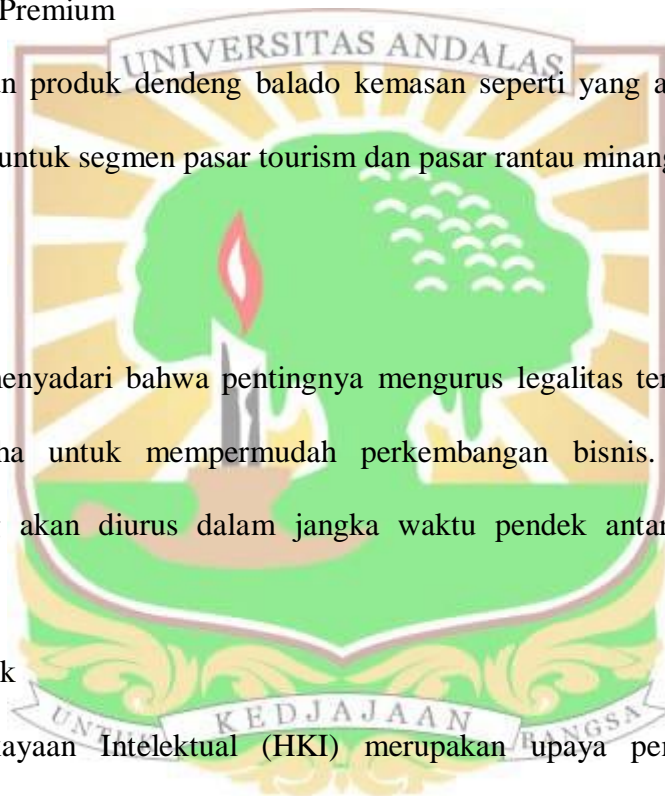
Merupakan produk dendeng balado kemasan seperti yang ada diproyek ini dan ditujukan untuk segmen pasar *tourism* dan pasar rantau minang.

2. Legalitas

Penulis menyadari bahwa pentingnya mengurus legalitas terkait perijinan – perijinan usaha untuk mempermudah perkembangan bisnis. Ada beberapa legalitas yang akan diurus dalam jangka waktu pendek antara lain, sebagai berikut:

a. Hak Merek

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan upaya pemerintah untuk memberikan hak istimewa bagi pencipta dengan lindungan hukum. Salah satu isu penting dalam merintis *start up* adalah *plagiarism* terhadap merek dagang. Oleh sebab itu, Merek dagang Nan Taraso akan didaftarkan diawal operasi usaha ke pemerintah melalui Kemenkumham di website www.simpaki.co.id sebagai bentuk pencegahan dan pelindungan merek usaha yang akan dijalankan.



b. Sertifikasi Halal MUI

Halal merupakan isu penting dalam dunia kuliner di Indonesia. Dengan masyarakat yang mayoritas beragama Islam, sertifikasi Halal dari MUI bagaikan “asuransi pengaman” dalam bisnis kuliner. Sertifikat Halal akan memberikan rasa aman pada konsumen saat mengonsumsi produk dan mendukung nilai *positioning*.

