

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap UMKM rendang di Kampung Rendang Kota Payakumbuh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor kekuatan yang memperoleh peringkat tertinggi adalah Kampung Rendang telah dikenal sebagai sentra rendang dengan nilai peringkat sebesar 3,89. Hal ini menunjukkan bahwa Kampung Rendang telah dikenal sebagai sentra rendang tersebut menjadi alasan utama konsumen dalam melakukan pembelian serta menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja disana. Pada faktor kelemahan, kerja sama antar pelaku usaha yang belum optimal memperoleh peringkat terendah yaitu 1,22, sehingga menjadi kelemahan yang paling perlu diperhatikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sinergi antar pelaku usaha dalam mengembangkan Kampung Rendang masih belum berjalan secara maksimal. faktor peluang yang memperoleh peringkat tertinggi adalah Branding "The City of Randang" memperkuat posisi Kampung Rendang sebagai destinasi kuliner. dengan nilai peringkat sebesar 3,78. Hal ini menunjukkan bahwa rendang telah dikenal luas sebagai salah satu oleh-oleh khas Kota Payakumbuh sehingga memiliki peluang pasar yang besar untuk terus dikembangkan. Pada faktor ancaman, Penurunan jumlah pelaku usaha aktif dan persaingan pemasaran digital dengan usaha lain yang semakin meningkat memperoleh nilai peringkat tertinggi yaitu 3,25. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan preferensi konsumen terhadap penurunan jumlah pelaku usaha aktif serta semakin ketatnya persaingan dalam pemasaran digital menjadi ancaman utama yang perlu diantisipasi oleh pelaku usaha.
2. Hasil analisis SWOT dan juga QSPM, menghasilkan enam alternatif strategi yang dapat diterapkan sesuai prioritasnya yaitu: 1) Membangun pusat promosi digital terpadu melalui pemanfaatan teknologi digital dan dukungan pemerintah sebagai media pemasaran Kampung Rendang dengan nilai STAS sebesar 6,151; 2) Membangun Wisata Edukasi Rendang yang terintegrasi dengan menjadikan cintra Kampung Rendang sebagai sentra rendang dengan

nilai STAS sebesar 5,951; 3) Membentuk dan menyusun paket oleh-oleh berbasis keberagaman produk rendang untuk menjangkau konsumen, terutama dari luar daerah dengan nilai STAS sebesar 5,555; 4) Membentuk identitas kawasan yang terpadu melalui branding *The city of Rendang* dan Centra Rendang, dengan penyusunan standar visual dengan nilai STAS sebesar 5,426; 5) Menginisiasikan kerja sama antar pelaku usaha melalui pembentukan forum pengelolaan kawasan guna memperkuat koordinasi, standarisasi, dan pengembangan Kampung Rendang secara berkelanjutan dengan nilai STAS sebesar 5,403.; dan 6) Menciptakan inovasi produk khas kawasan untuk mempertahankan daya saing Kampung Rendang dengan nilai STAS sebesar 5,35.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa saran untuk UMKM rendang Kampung Rendang antara lain:

1. Pelaku usaha UMKM Kampung Rendang disarankan untuk secara aktif mengikuti program pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital yang difasilitasi oleh pemerintah, Pelaku usaha perlu memanfaatkan berbagai platform pemasaran digital secara lebih optimal, seperti Shopee, TikTok, Instagram, dan Facebook. Di sisi lain, perlu adanya peningkatan kerja sama dan koordinasi antar pelaku usaha di Kampung Rendang agar dapat menghadapi persaingan secara lebih solid dan terorganisir.
2. Pemerintah Kota Payakumbuh, khususnya Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian, disarankan untuk menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk memperkenalkan Kampung Rendang ini sebagai sentra rendang di Kota Payakumbuh. Selain itu, pemerintah perlu memperkuat peran Kampung Rendang sebagai destinasi wisata kuliner unggulan Kota Payakumbuh melalui promosi yang lebih masif, pengembangan infrastruktur pendukung wisata, serta fasilitasi kerja sama antara pelaku usaha dengan mitra logistik dan distribusi untuk memperluas jangkauan pemasaran produk rendang ke pasar yang lebih luas.