

# STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM KANAGARIAN MANINJAU MENGUNAKAN MATRIK IFAS DAN EFAS UNTUK MENYUKSESKAN PROGRAM KEMENPAREGRAF (Studi Kasus: Usaha Peyek dan Rakik Rinuak)

Lailatul Maghfirah<sup>1)</sup>, Yesmizarti Muchtiar<sup>2)</sup>

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Bung Hatta

Email: lailatulfira9@gmail.com

## ABSTRAK

Kememparegraf mempunyai program mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan berkelanjutan, pemberdayaan UMKM, meningkatkan inovasi, adaptasi dan kolaborasi dalam upaya mengembangkan usaha dan mendorong UMKM naik kelas. Saat ini UMKM Kanagarian Maninjau yang bergerak dibidang makanan/kuliner khas daerah pada keadaanya belum optimal perlu peningkatan agar mampu menjangkau pasar dari lokal menjadi regional. Pada penelitian ini digunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk melihat kondisi usaha sekarang dengan 9 elemen yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relation*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*. Untuk mempertahankan usahanya dianalisis menggunakan SWOT dari aspek peluang dan ancaman serta kelemahan dan kekuatan yang dimiliki. Dari analisis SWOT ditemukan strategi untuk melakukan pengembangan dalam usaha memperluas pemasaran, evaluasi dan perubahan atau penambahan terhadap model bisnis usaha sehingga tercipta model bisnis yang lebih lengkap.

**Kata Kunci:** *Business Model Canvas*, Analisis SWOT dan Strategi.

## PENDAHULUAN

Upaya meningkatkan usaha UMKM Maninjau dapat ditinjau dari segi peluang dan kelemahan yang dimiliki. Meminimalisir segala kelemahan dan menggunakan peluang yang ada untuk melakukan pengembangan dan memperluas pasar UMKM Kanagarian Maninjau dalam memproduksi olahan ikan rinuak. Faktor-faktor strategis yang dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki melalui analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS).

## TINJAUAN LITERATUR

Pariwisata suatu daerah juga mempengaruhi munculnya pengusaha-pengusaha di berbagai sektor pendukung wisata, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Pengembangan pariwisata akan memberi stimulan pada perkembangan usaha mikro kecil dan menengah disekitar kawasan wisata tersebut. Dengan banyaknya pengunjung/wisatawan pada objek wisata suatu daerah akan memunculkan usaha-usaha yang mendukung pertumbuhan ekonomi daerah tersebut.

**Business Model Canvas (BMC)**

Analisis model bisnis yang menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, *value* yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki [1].

## SWOT

SWOT merupakan suatu kegiatan mengidentifikasi secara sistematis dari berbagai faktor guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berlandaskan logika dengan cara memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), disamping itu secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) [2].

## Matrik IFAS dan EFAS

Matrik IFAS digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan setelah diidentifikasi dengan tabel IFAS. Sedangkan matrik EFAS digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategis terdiri dari peluang dan ancaman setelah diidentifikasi menggunakan tabel EFAS [2].

## Matriks Analisis SWOT

Matrik SWOT dilakukan perumusan strategi dengan mengkombinasikan keempat faktor tersebut sehingga dihasilkan empat alternatif strategi yaitu strategi SO, WO, ST dan WT [3].

## METODE

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara terhadap pemilik usaha. Proses wawancara ini dilakukan secara terstruktur untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Business Model Canvas

Berdasarkan identifikasi 9 elemen *business model canvas*, terlihat kondisi usaha dengan merumuskan proposisi nilai, model bisnis, dan menggali segmen pelanggan. Penggunaan *business model canvas* ditinjau dari keadaan usaha sekarang dengan melihat 9 (sembilan) elemen pada usaha yang nantinya akan dilakukan evaluasi dan perubahan atau penambahan terhadap model bisnis usaha sehingga tercipta model bisnis yang baru yang lebih tepat dan sesuai.

### 2. SWOT

Usaha Rakik dan Peyek Rinuak Uni Upik dalam mempertahankan usahanya dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi usaha, baik dari aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) yang di hadapi.

**Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal**

Kekuatan	Peluang
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
Kelemahan	Ancaman
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

Berdasarkan matriks SWOT diatas dapat menghasilkan empat cara alternatif yang dapat digunakan dalam menghadapi strategi yang kompetitif, diantaranya:

**Tabel 2. Analisis Matriks SWOT**

IFAS/EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Bahan baku bebas pengawet Makanan khas daerah Produk tahan lama Dekat dengan bahan baku utama Produk tersedia setiap hari	Tidak ada mitra bisnis Proses produksi masih secara manual Produk cenderung monoton Kemasan kurang menarik Penjualan tidak intensif
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
Lokasi Pemasaran Daerah wisata Dukungan pemerintah Lokasi penjualan strategis Ada kesempatan bersaing di nasional	Meningkatkan omset produk untuk menarik pelanggan baru Memperbaiki harga Menjajaki penjualan dan lokal menjadi nasional Memperluas penawaran kerjasama penjualan Memaksimalkan produksi peyek dan rakik	Menjaln kerja sama dengan semua pihak sebagai pemasok Membuat variasi rasa baru pada produk tanpa menghilangkan ciri khas Membuat logo atau desain kemasan Memperluas pemasaran melalui media sosial
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
Sulitnya populasi rinuak/bada pada musim tertentu Bahan baku sulit dibudidayakan Harga bahan baku berubah-ubah/tidak stabil Persaingan usaha yang ketat Modal terbatas	Memperbaiki kualitas produk Meningkatkan daya saing penjualan Memproduksi keragaman produk	Menjaln hubungan baik dengan para pelanggan dan distributor agar tetap loyal Melakukan penelitian jika sewaktu-waktu terjadi kesulitan bahan baku Mengantri produk pesaing bisnis Meningkatkan modal usaha

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian, maka perbaikan terhadap usaha peyek dan rakik rinuak uni upik yaitu :

- Kemasan produk
- Rasa dan kualitas produk.

Diharapkan dengan perbaikan yang dilakukan penjualan produk dapat menjangkau pasar lebih luas dari yang lokal menjadi regional.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cetakan Keduapuluh Dua)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [3] 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).