

Usaha Kue Tori': Pendekatan Strategi Pemasaran

Rizky Wiradhika Rahayu Sukardi¹

Marlina Bakri²

Erni Firdamayanti³

¹²³Universitas Cokroaminoto Palopo

¹reski@gmail.com

²marlinabakri@uncp.ac.id

³firdamayantierni@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Kue Tori' di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu dengan menggunakan metode studi kasus. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis SWOT. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Data penelitian disusun secara sederhana dan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan 5 orang responden diwawancarai sebagai objek penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan usaha kue tori' di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu adalah: meningkatkan produksi dan kualitas kue tori', memperluas jangkauan distribusi, memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk ke luar Walmas, meningkatkan kegiatan promosi industri rumah tangga dengan mendesain kemasan menarik dan mencantumkan nomor SPP-IRT dari BPOM, membuat website industri rumah tangga, mempertahankan kualitas produk dengan harga jual terjangkau dan menghadiri dan mengikuti pameranpameran hasil produk pangan industri rumah tangga dan mendaftarkan IRT ke Departemen Perdagangan dan Koperasi untuk mendapatkan SIUP.

Kata kunci: Strategi; Pengembangan; Industri Rumah Tangga; Kue Tori'

Pendahuluan

Sektor pertanian masih dianggap sebagai salah satu akar perekonomian Nasional. Hampir semua sektor perekonomian Indonesia tidak lepas dari peran sektor pertanian. Potensi alam yang sangat melimpah, tanah yang subur dan iklim yang sangat mendukung merupakan modal pendukung yang besar bagi keberhasilan pembangunan pertanian. (Dewi, 2019).

Agroindustri adalah rangkaian kegiatan industri yang terdiri dari produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pembiayaan, pemasaran dan distribusi hasil pertanian. Agroindustri dapat dikatakan sebagai suatu industri yang mengolah hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang melibatkan manusia, bahan baku pertanian, modal, teknologi, informasi dan faktor lainnya. Keberadaan agroindustri sangat penting bagi kemajuan dan kemakmuran suatu daerah. Dengan pertanian pada intinya, agroindustri dapat mengambil banyak pekerjaan, meningkatkan pendapatan daerah dan membawa inovasi terbaru untuk memperkuat daya saing (Gultom & Sulistyowati, 2018).

Adapun agroindustri yang banyak berkembang di masyarakat Walenrang adalah usaha industri kue tori'/deppa tori'. Menurut survei lapangan, adapun jumlah industri kue tori'/deppa tori' di daerah penelitian yaitu di Desa Barammamase, Kecamatan Walenrang, Kabupaten Luwu adalah sebanyak 15 unit industri pengolahan kue tori'/deppa tori' berdasarkan hasil pra survey (2021).

Kue tori'/deppa tori'merupakan salah satu kue tradisional yang sangat populer di Sulawesi Selatan. Kue tradisional ini berasal dari Toraja, Namun di Luwu khususnya Kabupaten Walenrang banyak terdapat industri rumahan untuk kue tori'/deppa tori'. Kue tori'/deppa tori' memiliki rasa yang enak dan harga yang relatif murah.

Bahan makanan ini terbuat dari beras putih dan gula merah. Bagaimanapun rasa kue tradisional paling sesuai dengan lidah orang Indonesia. Peluang bisnis makanan tradisional masih terbuka lebar lantaran negara ini terdiri dari banyak daerah dan beragam suku. Salah satu usaha yang dikembangkan oleh masyarakat Luwu khususnya ibu rumah tangga di Desa Barammamase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu adalah kue tradisional tori'/deppa tori' yang merupakan kue tradisional Toraja dan termasuk usaha kecil atau home industry karena dikelola

dengan skala yang kecil. Para pemilik usaha kue tori'/deppa tori' melakukan pekerjaan dengan tujuan memperoleh dan menambah pendapatan kepala keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Usaha pembuatan kue tori'/deppa tori' merupakan usaha yang dilakukan dengan proses produksi yang sangat sederhana, dan sangat mudah untuk dikembangkan karena banyaknya pecinta kue. Dan kue ini juga merupakan makanan yang mudah diterima oleh masyarakat, anak-anak, remaja dan orang tua. Selanjutnya, bahan untuk membuat kue ini pun sangat mudah untuk didapatkan, adapun bahan baku yang digunakan dalam memproduksi kue tori'/deppa tori', yaitu tepung beras putih dan gula merah. Bahan-bahan tersebut dicampur lalu digoreng hingga menghasilkan kue tori'/deppa tori' dengan rasa yang manis dan gurih.

Usaha pembuatan kue tori'/deppa tori' diperlukan strategi pengembangan karena kue tori'/deppa tori' belum banyak dikenal oleh masyarakat dan masih berkembang. Salah satu strategi pengembangan yang dapat digunakan yaitu analisis SWOT, yang terdiri dari faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman). Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu industri.

David (Afridhal, 2017) mengemukakan bahwa strategi pengembangan adalah tindakan masa depan yang membutuhkan keputusan dari manajemen puncak dalam pengembangan bisnis untuk menjadi kenyataan. Selain itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, setidaknya selama lima tahun. Oleh karena itu, karakter strategi pembangunan berorientasi pada masa depan. Strategi pengembangan memiliki fungsi perumusan, dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Hunger & Wheelen (Afridhal, 2017) berpendapat bahwa perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk pengelolaan dari peluang dan ancaman lingkungan, dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Strategi yang dirumuskan lebih spesifik dalam hal kegiatan manajemen dasar. David (Afridhal, 2017) mengemukakan bahwa perumusan strategi meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi suatu perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, mengidentifikasi

kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat beberapa strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk organisasi.

Rangkuti (Rahmayati, 2016) mengemukakan bahwa SWOT mewakili dari kekuatan (stregths) dan kelemahan (weaknesses) lingkungan internal serta peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) lingkungan eksternal yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) faktor eksternal dengan kekuatan (Strengths) dengan kelemahan (Weaknesses) internal.

Analisis lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji faktor-faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kelemahan dan kekuatan sehingga dapat secara efektif mengelola peluang untuk menghadapi ancaman yang terkandung di lingkungan. Sebelum melakukan kegiatan, perusahaan harus secara introspektif menilai kekuatan dan kelemahannya sebelum menetapkan atau mengubah tujuan dan menguraikan langkah-langkah untuk mencapai tujuan yang merupakan konsekuensi logis yang harus diambil oleh suatu perusahaan untuk kelancaran operasinya (Yudiaris, 2015). Analisis lingkungan internal menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan (strengths) atau kelemahan (weakness) dalam bidang manajemen produksi, operasi pemasaran dan distribusi, organisasi sumber daya manusia dan keuangan. Tujuan dari analisis faktor internal adalah untuk mengetahui faktor kekuatan yang akan di gunakan dan faktor kelemahan yang akan dihindari

Kotler (Rahmayati, 2016) berpendapat bahwa analisis SWOT merupakan penilaian terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dikenal dengan sebutan analisis SWOT. Keputusan strategis untuk sebuah organisasi atau perusahaan dapat dibuat dari analisis ini

Yudiaris (2015) berpendapat bahwa lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari variabel peluang dan ancaman. Lingkungan eksternal merupakan suatu proses yang dilakukan melalui perencanaan strategis untuk melakukan pengawasan dibidang lingkungan dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Yogi (Yudiaris, 2015) mengemukakan bahwa lingkungan eksternal berada di luar kendali perusahaan, yang sifatnya tidak dapat dijangkau. Lingkungan eksternal

adalah lingkungan yang tidak dapat dipengaruhi oleh perusahaan. Agar perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan baik, keberadaan lingkungan eksternal harus diperhatikan secermat mungkin. Hasil identifikasi perusahaan tentang lingkungan eksternal disesuaikan dengan lingkungan internal. Menyelaraskan kedua lingkungan ini adalah dasar untuk menentukan kesesuaian misi strategisnya dan mengambil langkah-langkah untuk mencapai daya saing strategis.

Metode

Jenis Penelitian

Desain penelitian adalah seluruh proses atau tahapan yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis studi kasus. Melalui desain deskriptif dengan jenis studi kasus diharapkan dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh dan mendalam yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu industri rumah tangga kue tori' di Kecamatan Walenrang, variabel-variabel yang mempengaruhi industri rumah tangga kue tori' di Kecamatan Walenrang selanjutnya akan dikaji lebih mendalam. Hasil analisis ini disajikan dalam bentuk tabel dan gambar sesuai dengan hasil yang didapatkan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer Data primer adalah informasi yang diperoleh dari wawancara menggunakan angket/kuesioner kepada individu atau perseorangan secara langsung.
2. Data Sekunder Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian ini yang berasal dari jurnal, skripsi dan internet.

Teknik Pengambilan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengamati objek secara langsung dengan jelas yang berhubungan dengan penelitian strategi pengembangan usaha.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan antara peneliti dengan narasumber mengenai angket penelitian yang telah dibuat. Wawancara yang akan dilakukan secara mendalam mengenai strategi pengembangan usaha.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan sebagai bahan pelengkap untuk melampirkan bukti hasil penelitian yang telah dilakukan

Teknik Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis yang digunakan adalah pendekatan pemasaran dan manajemen strategis, dengan mempertimbangkan perubahan faktor internal dan eksternal. Data kuantitatif diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Berikut ini merupakan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Hasil

Kekuatan utama industri rumah tangga adalah variabel kekuatan yang memiliki nilai skor bobot rata-rata terbesar, yakni variabel kerja sama yang baik antar karyawan. Dengan nilai bobot skor rata-rata terbesar yakni 0,261. Variabel kerja sama yang baik antar karyawan menjadi kekuatan utama bagi IRT Kue Tori' karena jika industri menjaga kerjasama baik yang antar karyawan maka proses produksi akan berjalan dengan lancar dan baik sehingga dapat memproduksi kue tori' sesuai dengan banyaknya permintaan kue perhari. Dengan menjaga hubungan kerjasama yang baik antar karyawan tetap harmonis dan kompak dapat membantu industri

rumah tangga mempertahankan atau mengembangkan usahanya. Hal ini merupakan salah satu peluang yang mungkin dapat ditangkap oleh industri rumah tangga untuk mempertahankan atau mengembangkan usahanya.

Sedangkan kelemahan industri rumah tangga adalah variabel kelemahan yang memiliki nilai bobot skor rata-rata terendah, yakni variabel tidak memiliki pencatatan keuangan yang jelas. Dengan nilai bobot skor rata-rata 0,055. Pada pencatatan keuangan ini merupakan salah satu faktor penting untuk mengetahui kerugian dan keuntungan, pengeluaran dan pemasukan yang diperoleh dari suatu industri pada periode tertentu. Tidak adanya pencatatan keuangan yang jelas dikarenakan industri rumah tangga kue tori' lebih fokus memproduksi dan memasarkan produknya, kurangnya pemahaman pemilik mengenai pentingnya pencatatan keuangan atau laporan keuangan dalam suatu industri, serta tidak adanya sumberdaya manusia yang mengerti dan memahami pembuatan dan pencatatan laporan keuangan dalam suatu industri

Peluang utama bagi IRT Kue Tori' adalah permintaan kue tori' cukup tinggi diperoleh dengan skor 0,408. Hasil analisis matriks EFE menunjukkan bahwa potensi pasar terkait dengan produk kue tori' memiliki pangsa pasar yang cukup baik dan menjanjikan. Hal ini dikarenakan permintaan pasar yang cukup tinggi terhadap kue tori' sehingga memiliki peluang dalam pengembangan usaha produk kue tori' di pasaran seiring berkembangnya dunia bisnis. Permintaan konsumen yang tinggi disebabkan oleh beberapa faktor seperti minat konsumen untuk mengkonsumsi kue tori', harga produk dan berbagai macam alasan ketertarikan dalam mengkonsumsi kue tori'.

Sedangkan ancaman utama bagi industri rumah tangga kue tori', yakni belum memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dari Departemen Perdagangan dan Koperasi dengan nilai skor bobot rata-rata yakni 0,273. Hal ini merupakan ancaman utama bagi industri rumah tangga, mengingat pentingnya SIUP bagi suatu industri. Sebuah usaha atau industri akan diakui Pemerintah sehingga secara penuh usaha yang dijalankan akan mendapatkan perlindungan dari hukum, adanya perlindungan tersebut bertujuan agar usaha terbebas dari penertiban liar.

Dengan memiliki SIUP suatu usaha atau industri akan dimudahkan ketika melakukan peminjaman modal ke Bank atau koperasi, serta dengan adanya SIUP

secara otomatis usaha yang dijalankan memiliki kredibilitas yang terpercaya karena diakui oleh Pemerintah. Dengan kredibilitas ini maka dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Secara keseluruhan, nilai rata-rata dari matriks EFE adalah 3,128 sedangkan nilai rata-rata matriks IFE adalah 2,550 yang berarti kondisi eksternal lebih besar dari rata-rata dimana posisi industri rumah tangga adalah kuat secara eksternal.

Hasil dari pembobotan matriks IFE dan EFE menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran II (grow and build) yaitu memiliki kemampuan internal yang sedang dan eksternal yang kuat. Suatu usaha yang masuk kedalam kuadran ini sebaiknya dikelola dengan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integrative (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).

Berdasarkan analisis matriks SWOT, maka dapat diajukan beberapa strategi pengembangan usaha kue tori' di Desa Barammase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu yaitu:

1) Strategi

S-O (Strength and Opportunities) Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri rumah tangga untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi yang ditawarkan untuk pengembangan usaha IRT Kue Tori' adalah :

- a) Meningkatkan produksi dan kualitas kue tori' (S2, S3, S8, S9, O6) Kekuatan utama IRT Kue Tori' yaitu memiliki hubungan kerjasama yang baik antar karyawan. Hal ini merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan produksi dan kualitas kue tori'. Hubungan kerjasama yang baik antar karyawan yang telah terjalin diimbangi dengan kemajuan teknologi yang dimiliki dapat mendorong peningkatan produksi dan kualitas kue tori'. Dengan hadirnya teknologi dalam proses produksi dapat mempengaruhi kebersihan dari produk tersebut sehingga kualitas kue tori' dapat terus terjaga dan terbebas dari bahan kimia.
- b) Memperluas jangkauan distribusi (S1, S2, S4, O2, O3, O4) Mempertahankan kualitas kue tori' dengan tetap menerapkan harga yang cukup murah

merupakan salah satu faktor penting bagi industri rumah tangga kue tori' untuk memperluas jangkauan distribusinya karena jika kualitas kue tori' tetap terjaga maka konsumen akan kembali membeli produk tersebut dan merekomendasikan ke kerabat untuk membeli kue tori' di IRT Kue Tori' sehingga permintaan kue tori' dapat meningkat. Hal ini juga didukung dengan letak tempat produksi kue tori' yang sangat strategis sehingga memudahkan konsumen untuk membeli kue tori'.

- c) Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk ke luar Walmas (S2, S6, O3, O6) Kemajuan teknologi akan banyak memberikan keuntungan bagi pelaku usaha. Salah satunya adalah sebagai alat untuk memasarkan produk ke luar Wilayah Walmas. Contoh yang paling sederhana dan mudah untuk dilakukan adalah dengan memposting tentang industri rumah tangga kue tori' pada situs jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp

Berdasarkan hasil dari pembahasan di atas dari beberapa penelitian yang relevan pada sub bab sebelumnya, maka ada beberapa hal yang menjadi pembeda dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun pembedanya ialah (1) Primawardana & Indriyani (2015) membahas mengenai strategi pengembangan usaha pada Yulia Bakery, (2) Anggraeni & Mawardi (2017) membahas mengenai analisis SWOT pada UMKM keripik tempe, (3) Effendi & Melati (2017) membahas mengenai strategi pengembangan usaha coklat menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dan Multi Utility Theory (MAUT), (4) Sianturi (2020) membahas mengenai manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM, dan (5) Suparyana, Sukanteri & Supriadi (2020) membahas mengenai strategi pengembangan usaha produksi kue pada pada kelompok wanita tani, Sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai strategi pengembangan usaha kue tori'serta menggunakan analisis data kualitatif (analisis SWOT).

Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama menyangkut terhadap pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha. Pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha meliputi analisis matriks IFE, matriks EFE, matriks IE dan matriks SWOT.

Dalam penelitian ini dapat terlihat bahwa sistem produksi hingga pemasaran yang dilakukan oleh industri rumah tangga kue tori masih kurang dipahami oleh pemilik usaha, sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan pemilik usaha dapat mengetahui sistem produksi hingga pemasaran yang baik sehingga usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dan berkembang. Sedangkan kelemahan dari penelitian ini adalah pengambilan data terhadap responden terdapat beberapa kendala seperti kurang terbukanya responden dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Barammamase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, dengan berdasarkan pada analisis data dan fakta yang ada maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kue tori' di Desa Barammamase Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu yaitu: meningkatkan produksi dan kualitas kue tori', memperluas jangkauan distribusi, memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk ke luar Walmas, meningkatkan kegiatan promosi industri rumah tangga dengan mendesain kemasan menarik dan mencantumkan nomor SPP-IRT dari BPOM, membuat website industri rumah tangga, mempertahankan kualitas produk dengan harga jual terjangkau dan menghadiri dan mengikuti pameran-pameran hasil produk pangan industri rumah tangga dan mendaftarkan IRT ke Departemen Perdagangan dan Koperasi untuk mendapatkan SIUP

Daftar Pustaka

- Andini, C. S. (2017). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Sereal Beras Merah Organik pada Kelompok Tani Vigur Organik di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang. (Skripsi Tidak Diterbitkan, Program Strata Satu, Universitas Brawijaya, 2017).
- Anggraeni, P, Sunarti & Mawardi, M. K. (2017). Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 104-113.
- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3).
- Astuti, A. M. I. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 2020.
- Atmoko, T & Prasetyo, H. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2). Destratama, B. I, & Malia, R. (2015). Analisis Strategi Pengembangan Pabrik Beras (PB.) Mulya Kencana Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur. *Jurnal Agroscience*, 5(2).
- Effendi, U. Astuti, Retno, Melati, D. C. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dan Multi Attribute Utility Theory (MAUT) di Kampung Coklat, Blitar. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6(1), 31-40.
- Gultom, J. Y. T & Sulistyowati, L. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 5(1).
- Harsana, M, Baiqumi, M, Harmayani, E & Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng sebagai Daya Tarik Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 1(2), 40-47.