

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENDENG ITIK DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

(Duck Jerky Business Development Strategy in Hulu Sungai Utara Regency)

Arief Hidayatullah

Program Studi Agribisnis STIPER Amuntai Jl. Bihman Villa No.07B
Telp. (0527)62202 Amuntai. Email : arief_stiper_amt@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the development of duck jerky in Hulu Sungai Utara and alternative development strategies in Hulu Sungai Utara Regency. Results of research conducted in the Hulu Sungai Utara Regency duck jerky business development strategy using SWOT analysis, the values obtained from the analysis of external factors (EFE) of **2,531**, and for the value of the analysis of internal factors (IFE) of **3,046**. Can be taken conclusion that situation of duck jerky business in the Hulu Sungai Utara Regency is position of a strong internal and external environment in response to moderate or average. The results obtained from the SWOT analysis 12 alternative duck jerky business development strategy in the Hulu Sungai Utara Regency, namely: (1). Maintaining the quality of products to attract customers, (2). Perform continuous production, (3). Maintain and enhance collaboration with suppliers of raw materials, (4). Human resource development, (5). Actively conduct promotional activities, (6). Cooperation with financial institutions in lending capital for business development, (7). Adding to the distribution network through its association with new agents, (8). To diversify the products, (9). Increase customer loyalty, (10). Evaluate the performance of current business and start making plans and business targets in the future, (11). Increase the use of technology, (12). Improve product quality.

Key words : *development strategy, duck jerky, SWOT analysis*

PENDAHULUAN

Daging itik merupakan komoditas hasil peternakan yang mempunyai nilai protein tinggi dan banyak memberikan manfaat bagi tubuh manusia. Supaya daging itik dapat bertahan lama dan tahan disimpan maka perlu dilakukan pengolahan lebih lanjut, seperti abon, kerupuk, bakso, dan dendeng itik. Sebagian besar kegiatan pengolahan daging itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara masih tergolong pengolahan tradisional dan dilakukan pada skala industri rumah tangga .

Industri rumah tangga sebagai industri kecil di pedesaan dapat dianggap sebagai respon terhadap berbagai perubahan struktur ekonomi pedesaan. Pada saat penyempitan lahan terjadi di mana-mana dan kesempatan kerja semakin terbatas, industri rumah tangga kemudian memberikan alternatif pekerjaan dan pendapatan sebagai tambahan yang diperoleh dari sektor pertanian.

Dendeng itik dan kerupuk itik merupakan komoditas hasil olahan dari itik yang di usahakan di Kabupaten Hulu Sungai Utara terutama di Kecamatan Amuntai Tengah

(Dinas Perindustrian dan Perdagangan). Pengolahan daging itik ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai tambah (*added value*) produk dan pendapatan peternak (Suryana, 2007).

Berdasarkan hal tersebut, sangat penting untuk diformulasikan strategi pengembangan usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Dalam kaitannya dengan upaya pengembangan usaha kecil, rencana strategis sangat dibutuhkan mengingat usaha kecil harus mampu merespon berbagai perubahan pada lingkungan yang seringkali tidak dapat diperkirakan. Untuk itu harus selalu dilakukan penelaahan agar usaha kecil dengan segala kekuatan yang dimiliki mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada, mampu meminimalkan kelemahan yang dimiliki, serta mampu menghadapi tantangan yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kabupaten Hulu Sungai Utara selama 3 bulan, yaitu mulai bulan Februari sampai dengan bulan April 2013.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats) yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam menentukan strategi usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Beberapa alat analisis yang digunakan antara lain:

Analisis Matriks EFE (External Factor Evaluation) dan IFE (Internal Factor Evaluation)

Menurut David *dalam* Umar (2010) suatu matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dan menggolongkannya menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Sedangkan matriks IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan menggolongkannya menjadi kelebihan dan kelemahan perusahaan dengan melakukan pembobotan.

Analisis Matriks SWOT (Strengths, Weakness, Oppotunities, dan Threats)

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal usaha dendeng itik diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari lingkungan internal usaha dendeng itik. Hasil yang diperoleh pada matriks SWOT adalah alternatif strategi yang layak di pakai dalam strategi usaha dendeng itik. (Umar, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks EFE (External Factor evaluation)

Penilaian bobot untuk faktor-faktor kunci peluang dan ancaman menggunakan metode *Paired Comparison*. Kemudian faktor-faktor kunci peluang dan ancaman diberi bobot, maka nilai bobot yang diperoleh dapat dimasukkan kedalam matriks EFE yang terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Matriks EFE pada usaha dendeng itik

Faktor-faktor Kunci	Bobot	Peringkat	bobot x peringkat	Keterangan
Peluang :				
1. Dukungan pemerintah dalam pengembangan industri rumah tangga/kecil di Kabupaten Hulu Sungai Utara	0,118	2	0,236	- Mengadakan pelatihan untuk tiap unit usaha dendeng itik - Mengikutsertakan usaha dendeng itik dalam kegiatan pameran
2. Keadaan perekonomian yang semakin membaik	0,125	3	0,375	Keadaan perekonomian yang semakin membaik cenderung akan mendukung kelancaran setiap usaha termasuk usaha dendeng itik
3. Dendeng itik sebagai oleh-oleh khas Kalimantan	0,117	4	0,468	Banyaknya pengunjung dari luar kalimantan yang ingin mencoba dendeng itik menyebabkan dendeng itik dijadikan sebagai produk oleh-oleh khas Kalimantan
4. Bahan baku yang mudah didapat	0,117	4	0,468	HSU sebagai sentranya peternakan itik, sehingga pasokan bahan baku berupa daging itik dapat terjamin ketersediaannya
5. Banyaknya pemasok bahan baku sehingga tidak menyebabkan tawar-menawar pemasok	0,111	3	0,333	Melimpahnya persediaan bahan baku mengakibatkan pemasok tidak memiliki kekuatan tawar-menawar dalam hal harga
Ancaman :				
1. Kenaikan harga BBM	0,078	1	0,078	Kenaikan harga BBM berdampak kepada kenaikan harga-harga bahan baku
2. Proses pengeringan yang hanya mengandalkan sinar matahari dan tidak menggunakan oven pemanas	0,093	1	0,093	Jika terjadi hujan maka kegiatan produksi akan terhambat, dan juga bisa mengakibatkan pesanan tidak dapat terpenuhi tepat pada waktunya
3. Ancaman pesaing dengan produk yang sama	0,074	2	0,148	Melihat dari banyaknya persediaan bahan baku maka tidak menutup kemungkinan pesaing-pesaing juga tertarik untuk mencoba usaha dendeng itik
4. Semakin meningkatnya pesaing dari produk pengganti	0,068	2	0,136	Dendeng itik yang ada di HSU merupakan produk setengah jadi yang memerlukan proses lebih lanjut untuk bisa di konsumsi, jadi tidak menutup kemungkinan konsumen mencari produk yang lebih praktis untuk dapat dikonsumsi
5. Konsumen semakin kritis terhadap produk	0,098	2	0,196	Sebelum melakukan pembelian setiap konsumen pastilah selalu kritis terhadap produk yang akan dibelinya dengan mencari informasi yang sebanyak-sebanyaknya tentang produk.
Total	1,000		2,531	

Menurut hasil perhitungan pada Tabel 1 terlihat bahwa variabel yang menjadi peluang usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan skor tertinggi sebesar **0,468** dengan peringkat empat adalah dendeng itik sebagai oleh-oleh khas Kalimantan. Kebanyakan wisatawan yang datang ke Kalimantan selalu membeli dendeng itik sebagai oleh-oleh. Hal ini menjadi peluang untuk pengembangan usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Selain itu bahan baku yang mudah didapat juga memperoleh skor sebesar **0,468** dikarenakan Kabupaten Hulu Sungai Utara sebagai sentranya peternakan itik hal ini juga menjadi peluang untuk pengembangan usaha dendeng itik dengan memanfaatkan persediaan bahan baku yang melimpah.

Variabel yang menjadi ancaman utama usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan skor sebesar **0,078** adalah kenaikan harga BBM (bahan bakar minyak). Kenaikan harga BBM berpengaruh pada meningkatnya harga faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi dendeng itik. Akibatnya harga produk dendeng itik yang dihasilkan juga meningkat.

Hasil analisis matriks EFE untuk peluang dan ancaman diperoleh total nilai tertimbang rata-rata sebesar **2,531**, menggambarkan bahwa pengaruh eksternal yang dihadapi usaha dendeng itik cukup kuat dan berada di atas rata-rata (2,5) dan berarti kemampuan usaha dendeng itik dalam merespon peluang dan ancaman tergolong baik.

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Analisis matriks IFE dilakukan dengan mengolah faktor-faktor internal usaha dendeng

itik yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan usaha. Kelemahan dan kekuatan tersebut diberi bobot seperti pada matriks EFE. Hanya saja pada matriks IFE, rating tertinggi yaitu empat diberikan pada faktor yang menjadi kekuatan utama bagi usaha dendeng itik dan mengurukannya sampai rating terendah yaitu satu untuk faktor yang menjadi kelemahan utama usaha dendeng itik. Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 2.

Menurut hasil perhitungan pada Tabel 2 terlihat bahwa variabel yang menjadi kekuatan usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan skor tertinggi sebesar **0,500** adalah lokasi usaha strategis serta rasa dan tekstur produk disukai oleh konsumen dengan skor **0,456**. Skor tertinggi yang dimiliki variabel tersebut mempunyai pengaruh besar dan sangat diandalkan oleh pengolah dendeng itik untuk terus mengembangkan usaha dendeng itik.

Variabel yang menjadi kelemahan utama usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan skor sebesar **0,056** adalah modal terbatas karena menggunakan modal sendiri. Kelemahan ini sangat berpengaruh terutama dalam kegiatan produksi dendeng itik.

Hasil analisis matriks IFE untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai tertimbang rata-rata sebesar **3,046** yang mengindikasikan posisi internal usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara berada di atas rata-rata (2,5) dari keseluruhan kekuatan internalnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara memiliki posisi internal yang kuat, karena mampu menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki.

Tabel 2. Matriks IFE pada usaha dendeng itik

Faktor-faktor Kunci Kekuatan :	Bobot	Peringkat	bobot x peringkat	Keterangan
1. Memakai tenaga kerja dalam keluarga	0,112	4	0,448	Usaha dendeng itik merupakan usaha rumah tangga jadi tenaga kerjanya pun juga berasal dari keluarga saja
2. Lokasi usaha strategis	0,125	4	0,500	Lokasi usaha dekat dengan persediaan bahan baku dan juga lokasi usaha juga mudah didatangi oleh konsumen
3. Loyalitas konsumen	0,105	4	0,420	Kesetiaan konsumen tercipta karena dendeng itik yang diproduksi memiliki kualitas yang baik
4. Rasa dan tekstur produk disukai oleh konsumen	0,114	4	0,456	Ciri khas dendeng itik di HSU yaitu memiliki rasa yang manis tanpa adanya bahan pengawet
5. Hubungan dengan pemasok bahan baku terjalin dengan baik	0,106	4	0,424	Dengan hubungan yang baik antara pengolah dendeng itik dan pemasok bahan baku maka kegiatan produksi akan berjalan dengan lancar
Kelemahan :				
1. Tidak adanya visi dan misi usaha	0,094	2	0,188	Pengolah dendeng itik tidak membuat perencanaan tertulis untuk jangka panjang, menengah dan pendek
2. Harga produk relatif mahal	0,079	2	0,158	Harga relatif mahal karena sesuai dengan harga bahan baku, dan hanya terjangkau untung kalangan atas dan kalangan menengah.
3. Distribusi produk belum luas	0,077	2	0,154	Pendistribusian dendeng itik kebanyakan hanya dilakukan di wilayah HSU, hanya satu unit usaha saja yang mendistribusikan dendeng itik keluar HSU
4. Masih kurangnya kegiatan promosi	0,067	2	0,134	Promosi yang sering dilakukan hanya sebatas informasi dari mulut kemulut oleh konsumen
5. Modal terbatas karena menggunakan modal sendiri	0,056	1	0,056	Pengolah dendeng itik tidak memiliki keberanian untuk meminjam modal kepada pihak manapun
6. Tidak adanya pencatatan laporan keuangan	0,054	2	0,108	Karena hanya sebagai usaha rumah tangga maka para pengolah dendeng itik menganggap tidak perlu melakukan pencatatan laporan keuangan
Total	1,000		3,046	

Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan faktor-faktor peluang dan ancaman, serta faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari analisis eksternal dan internal, maka dapat dibuat menjadi beberapa alternatif strategi dengan

model analisis matriks SWOT. Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. Hasil analisis matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks SWOT usaha dendeng itik

<p>Internal</p> <p>Faktor</p>	<p><u>Kekuatan (S)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memakai tenaga kerja dalam keluarga 2. Lokasi usaha strategis 3. Loyalitas konsumen 4. Rasa dan tekstur produk disukai oleh konsumen 5. Hubungan dengan pemasok bahan baku terjalin dengan baik 	<p><u>Kelemahan (W)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya visi dan misi usaha 2. Harga produk relatif mahal 3. Distribusi produk belum luas 4. Masih kurangnya kegiatan promosi 5. Modal terbatas karena menggunakan modal sendiri 6. Tidak adanya pencatatan laporan keuangan
<p>Faktor Eksternal</p> <p><u>Peluang (O)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah dalam pengembangan industri rumah tangga/kecil di Kabupaten Hulu Sungai Utara 2. Keadaan perekonomian yang semakin membaik 3. Dendeng itik sebagai oleh-oleh khas Kalimantan 4. Bahan baku yang mudah didapat 5. Banyaknya pemasok bahan baku sehingga tidak menyebabkan tawar-menawar pemasok 	<p><u>Strategi S-O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk untuk menarik pelanggan 2. Melakukan produksi secara kontinyu 3. Mempertahankan dan meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku 4. Pengembangan sumber daya manusia 	<p><u>Strategi W-O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktif melakukan kegiatan promosi 2. Melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan dalam peminjaman modal untuk pengembangan usaha 3. Menambah jaringan distribusi melalui kerja sama dengan agen-agen baru

<u>Ancaman (T)</u>	<u>Strategi S-T</u>	<u>Strategi W-T</u>
1. Kenaikan harga BBM	1. Melakukan diversifikasi produk	1. Melakukan evaluasi terhadap kinerja usaha saat ini dan mulai menyusun rencana serta target usaha ke depan
2. Proses pengeringan yang hanya mengandalkan sinar matahari dan tidak menggunakan oven pemanas	2. Meningkatkan loyalitas konsumen	2. Meningkatkan penggunaan teknologi
3. Ancaman pesaing dengan produk yang sama		3. Meningkatkan kualitas produk
4. Semakin meningkatnya pesaing dari produk pengganti (kerupuk itik, abon, dodol, dll)		
5. Konsumen semakin kritis terhadap produk		

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, maka alternatif strategi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Strategi S-O (Strengths-Opportunities)

Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu:

Mempertahankan kualitas produk untuk menarik pelanggan

Dendeng itik yang dihasilkan oleh pengolah dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara memiliki keunggulan yaitu dendeng itik yang berasal dari daging itik yang berkualitas dan juga memiliki rasa yang manis. Keunggulan produk tersebut tersebut dapat menarik pelanggan yang potensial serta untuk membuat pelanggan loyal/setia untuk mengkonsumsi dendeng itik. Mutu produk yang sudah baik harus terus ditingkatkan dengan terus melakukan inovasi produk melalui peningkatan mutu dan kegunaan.

Melakukan produksi secara kontinyu

Produksi yang dilakukan secara kontinyu akan menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi bila dibandingkan dengan produksi yang hanya berdasarkan pesanan saja. Proses produksi sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku. Usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara memiliki potensi untuk berproduksi secara kontinyu, hal tersebut didukung dengan adanya kemudahan dalam memperoleh bahan baku serta adanya hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku.

Mempertahankan dan meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan baku

Mempertahankan dan meningkatkan kerja sama dengan pemasok untuk mendapatkan jaminan ketersediaan bahan baku yang berkualitas. Cara yang dapat dilakukan adalah menjadikan salah satu pemasok menjadi pemasok tunggal, diharapkan dengan demikian usaha dendeng itik akan selalu mendapatkan pasokan daging itik yang terjamin dan harga yang berbeda dengan konsumen yang lain karena adanya hubungan baik yang sudah

terjalin, sehingga kegiatan produksi dapat terus berjalan.

Pengembangan sumber daya manusia

Usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara yang merupakan usaha dengan skala rumah tangga yang manajemen sumber daya manusianya berasal dari keluarga harus tetap menggiatkan lagi kegiatan pengembangan sumber daya manusia dengan memanfaatkan peluang kebijakan pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara yang mendukung usaha menengah dan usaha kecil yang memberikan pelatihan serta aktivitas pengembangan sumber daya manusia lainnya.

Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities)

Strategi ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara antara lain:

Aktif melakukan kegiatan promosi

Usaha dendeng itik perlu melakukan kegiatan promosi lebih aktif lagi karena selama ini promosi tidak dilakukan secara aktif. Strategi ini dapat dilakukan melalui penyebaran brosur. Diharapkan bentuk promosi tersebut dapat memperkenalkan produk dendeng itik ke konsumen yang lebih luas. Apabila usaha telah berkembang, promosi lebih besar dapat mulai dilakukan. Promosi tersebut dapat dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan surat kabar lokal atau radio lokal. Selain itu, promosi melalui internet dapat mulai dilakukan.

Melakukan kerja sama dengan lembaga keuangan dalam peminjaman modal untuk pengembangan usaha

Saat ini usaha dendeng itik menghadapi masalah keterbatasan modal, sementara usaha dendeng itik belum mampu memenuhi semua permintaan konsumen. Hal yang bisa dilakukan untuk dapat memenuhi semua permintaan

konsumen adalah meningkatkan kapasitas produksi. Dalam meningkatkan kapasitas produksi membutuhkan modal. Oleh karena itu, perusahaan dapat meningkatkan modal yaitu bekerjasama dengan pihak pemerintah ataupun dengan pihak swasta (Bank).

Menambah jaringan distribusi melalui kerjasama dengan agen-agen baru

Strategi ini berkaitan juga dengan strategi meningkatkan jumlah produk karena dengan daerah pemasaran produk yang lebih luas maka akan memperbesar jumlah produk yang dipasarkan sehingga dapat memperbesar keuntungan usaha. Usaha dendeng itik dapat meningkatkan permintaan produknya dengan memperluas wilayah distribusi yang selama ini belum dilakukan. Penambahan jaringan distribusi juga menjadi strategi yang ditawarkan untuk meningkatkan jangkauan produk. Strategi ini dapat dilakukan dengan mencari agen-agen baru di luar wilayah pemasaran yang sudah ada.

Strategi S-T (Strengths-Threats)

Strategi S-T bertujuan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal dengan menggunakan kekuatan internal perusahaan. Terdapat tiga strategi S-T yang dapat dilakukan perusahaan yaitu:

Melakukan diversifikasi produk

Diversifikasi produk perlu dilakukan oleh pengusaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara guna mengatasi ancaman dari pesaing dan produk-produk substitusi atau pengganti. Dengan melakukan diversifikasi produk menjadikan variasi produk yang ditawarkan lebih beragam sehingga konsumen bisa memilih produk dengan banyak pilihan yang sesuai dengan keinginan mereka.

Meningkatkan loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan terhadap suatu usaha sangat penting, akan tetapi untuk menjadikan konsumen loyal terhadap usaha kita merupakan suatu pekerjaan yang tidaklah mudah. Loyalitas konsumen tercipta dari kekuatan usaha yang dimiliki yaitu rasa dan tekstur produk yang disukai oleh konsumen sehingga usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara harus mampu mempertahankan hal itu supaya ancaman konsumen pindah ke produk pesaing yang lain serta produk substitusi tidak perlu di khawatirkan.

Strategi W-T (Weaknesses-Threats)

Strategi W-T merupakan strategi yang dilakukan dengan meminimalkan kelemahan internal untuk menghindari ancaman eksternal. Strategi yang dapat dilakukan oleh usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah:

Melakukan evaluasi terhadap kinerja usaha saat ini dan mulai menyusun rencana serta target usaha ke depan

Strategi ini penting untuk dilakukan oleh usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Usaha dendeng itik perlu melakukan evaluasi untuk membuat rencana dan target yang akan di capai ke depan. Kurangnya perencanaan berimplikasi kepada gagalnya suatu usaha untuk berkembang apalagi jika suatu usaha belum memiliki visi dan misi usaha.

Meningkatkan penggunaan teknologi

Kenaikan harga BBM akan mengakibatkan biaya produksi mengalami peningkatan. Biaya produksi yang tinggi akan berpengaruh terhadap harga jual produk yang dipasarkan. Untuk dapat bersaing dipasaran, usaha dendeng itik harus menetapkan harga yang bersaing juga. Oleh karena itu, salah satu caranya dengan meningkatkan efisiensi biaya produksi, misalnya melalui penggunaan teknologi mesin

modern dalam proses produksi. Penggunaan peralatan oven sebaiknya lebih dimanfaatkan saat kondisi cuaca tidak mendukung agar kontinuitas produk tetap terjaga. Hal ini penting bagi perusahaan, karena selama ini perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan konsumen saat kondisi cuaca tidak mendukung sebab proses produksi terhenti dan perusahaan tidak memiliki stok produk.

Meningkatkan kualitas produk

Secara umum salah satu alasan konsumen untuk membeli produk/jasa adalah lebih banyak mempertimbangkan pada alasan harga. Jika ada pesaing yang menawarkan dendeng itik dengan harga yang lebih rendah dengan penampilan yang secara fisik bagus (berdasarkan selera), maka konsumen akan beralih untuk membeli produk yang jauh lebih murah. Alternatif usaha jika tidak dapat menurunkan harga jualnya yaitu dengan meningkatkan mutu dan kualitas yang ada menjadi semakin lebih baik dan berusaha meyakinkan konsumen bahwa harga mempengaruhi bagus tidaknya kualitas suatu produk/jasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal dihasilkan peluang utama usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu: Perubahan pola konsumsi masyarakat dan dendeng itik oleh-oleh khas Kalimantan (0,468), serta bahan baku yang mudah di dapat (0,468), ancaman utama yang harus dihindari oleh usaha dendeng itik d Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu: Kenaikan harga BBM (0,078) dan proses pengeringan yang hanya mengandalkan sinar matahari dan tidak menggunakan oven pemanas (0,093). Identifikasi terhadap faktor-faktor internal dihasilkan kekuatan utama yang saat ini dimiliki usaha dendeng itik yaitu: Lokasi usaha

strategis (0,500) dan Rasa dan tekstur produk disukai oleh konsumen (0,456). Kelemahan utama usaha dendeng itik yaitu: Modal terbatas karena menggunakan modal sendiri (0,056), dan tidak adanya pencatatan laporan keuangan (0,108).

Saran

Usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara diharapkan mampu menerapkan strategi pengembangan usaha yang telah disusun, kedepannya setiap unit usaha dendeng itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara memberikan labelisasi kemasan untuk produk dendeng itik dan mengoptimalkan promosi melalui penyebaran brosur dan juga pembuatan *website* khusus "Dendeng itik". Serta sebaiknya usaha dendeng itik mengajukan pinjaman tanpa anggunan kepada pihak bank dalam meningkatkan modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, R. A. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan di KUB Hurip Mandiri Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. Fakultas Pertanian. Bogor.
- Badan Pusat Statistik. 2012. Kabupaten Hulu Sungai Utara Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Hulu Sungai Utara.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2012. Potensi Komoditi Unggulan Daerah Tahun 2012. Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kabupaten Hulu Sungai Utara.
- Dinas Peternakan. 2011. Laporan Tekhnis Dinas Peternakan. Dinas Peternakan, Kabupaten Hulu Sungai Utara.
- Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Satu Nusa. Bandung.
- Ginting, N. dan N. Umar. 2005. Penggunaan Berbagai Bahan Pengisi pada Nugget Itik Air. Jurnal Agribisnis Peternakan. Fakultas Pertanian. Sumatra Utara.
- Prahasta, A. dan H. Masturi. 2009. Agribisnis Itik. Pustaka Grafika. Bandung.
- Rangkuti, F. 2004. Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suryana. 2007. Peluang dan Kendala Pengembangan Itik Serati Sebagai Penghasil Daging. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Selatan. Banjarbaru.
- Umar, H. 2010. Desain Penelitian Manajemen Strategik. PT Raja Grafindon Persada. Jakarta
- Wahyudi, SA, 1996. Manajemen Strategik, Binarupa Aksara. Jakarta.