Prospek dan Strategi Pemasaran Kerupuk Itik “Mama Ami” di Desa Kota Raden Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara

(Prospect and Marketing Strategy of “Mama Ami’s” Duck Chips in Kota Raden Village Amuntai Tengah Distric Hulu Sungai Utara Regency South Borneo Province)

Miranda Romaully Br. Sitanggang¹⁾, Arief Hidayatullah²⁾ & Murliani³⁾

Program Studi Agribisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai

¹⁾miranda.rsd2203@gmail.com

²⁾arief_stiperamuntai@yahoo.com

³⁾Lianlee25@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memproyeksikan penjualan kerupuk selama lima tahun mendatang dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kerupuk itik “Mama Ami” di Desa Kota Raden. Penelitian menggunakan metode studi kasus. Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini adalah software SPSS untuk memproyeksikan penjualan sedangkan untuk membuat strategi pemasaran menggunakan matrik IFE, matrik EFE, matrik IE. Berdasarkan hasil penelitian, proyeksi penjualan kerupuk itik mengalami peningkatan penjualan secara terus menerus. Matrik IFE menghasilkan nilai 3,134 dan 2,521 untuk matrik EFE. Nilai tersebut menghasilkan posisi sel IV pada matrik IE, yang berarti grow and build (tumbuh dan bangun). Strategi yang cocok pada posisi ini adalah strategi intensif dan integrasi

Kata kunci: *Prospek, pemasaran, strategi, penjualan, keripik itik.*

ABSTRACT

This research aimed to selling forecast duck chip for five year later and know what is the matter with “Mama Ami’s” duck chip business in Kota Raden village with analysis the strengths, weaknesses, opportunities and threats. This is Research use case study method. The Instrument what to use research is SPSS software for forecase marketing, to make a marketing strategy researcher use IFE matric,EFE matric, IE matric. Based on the result forecast selling duck chip refer to selling increase continou. IFE matric result total score 3,134 and 2,521 for score EFE Matric. The score to those disposition IV sel on IE matric, that is grow and build. This disposition just up to intensive strategy dan integration strategy.

Keywords: *Prospect, marketing, strategy, selling, duck chip.*

PENDAHULUAN

Pembangunan sistem agribisnis merupakan pembangunan yang mengintegrasikan pembangunan sektor pertanian (dalam arti luas) dengan pembangunan industri dan jasa terkait dalam suatu *cluster industry* yang mencakup lima subsistem, yaitu agribisnis hulu, usahatani, pengolahan, pemasaran dan jasa (Husodo, 2004). Pembangunan sektor pertanian terutama industri pengolahan hasil pertanian memegang peranan penting di negara kita.

Sejak dahulu Kalimantan Selatan terutama Kabupaten Hulu Sungai Utara sudah terkenal dengan komoditas itik,

namun sayangnya dulu belum ada industri yang mengolah itik menjadi produk pertanian yang berdaya tahan relatif lama. Untuk itu perlu pengolahan itik menjadi produk yang tahan lama. Salah satu inovasi terbaru dalam olahan itik adalah mengolah itik menjadi kerupuk itik. Produk ini merupakan produk yang tahan disimpan dalam waktu lama.

Salah satu agribisnis yang baru tumbuh di Kalimantan Selatan adalah usaha kerupuk itik. Kerupuk itik adalah salah satu hasil industri makanan olahan khas Kalimantan Selatan dan sekaligus merupakan produk yang dirintis masyarakat di Kalimantan Selatan terutama di daerah Hulu Sungai Utara. Kabupaten Hulu Sungai

merupakan tempat berkembangnya industri berbagai kerupuk. Industri kerupuk terbanyak diusahakan di Kecamatan Amuntai Desa Kota Raden. Desa Kota Raden berkembang sebagai pusat industri berbagai kerupuk seperti kerupuk ikan gabus, itik, belut, ayam, labu dan lain-lain. Industri yang memproduksi kerupuk itik

pasti memproduksi kerupuk ikan gabus, sedangkan industri yang memproduksi kerupuk ikan gabus belum tentu memproduksi kerupuk itik.

Berikut adalah data potensi komoditas unggulan industri kecil daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Tabel 1. Data Potensi Unggulan Industri Kecil Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Tahun 2011

No	Nama Komoditi	Kecamatan	Banyaknya	Jumlah		Investasi (Rp 000)
				Unit Usaha	TK (orang)	
1	Anyaman Purun	Amuntai Selatan, Amuntai Tengah	355.577 Buah	6.514	12.426	27.392
2	Anyaman Bambu	Amuntai Utara, Banjang, Haur Gading	34.587 Buah	872	1.563	183.512
3	Anyaman Rotan	Haur Gading, Amuntai Selatan, Sei.Pandan	750.000 Buah	812	1.510	221.540
4	Anyaman Eceng Gondok	Amuntai Selatan	200 Buah	70	159	15.000
5	Dendeng Itik	Amuntai Tengah	6.216 Ekor	12	27	857.127
6	Kerupuk itik/ikan	Amuntai Tengah	27.744 Kg	81	294	756.000
7	Aneka Anyaman Plastik	Banjang, Amuntai Utara, Haur Gading	311.100 Buah	171	549	29.190
8	Lampit Rotan	Amuntai selatan, Amuntai Tengah	59.580 m	63	1.173	526.170
9	Mebel Kayu	Amuntai Tengah, Amuntai Selatan Sei.Pandan	154.512 Buah	289	1.218	984.000
10	Mebel Aluminium	Amuntai Tengah Amuntai Selatan, Sei Pandan	85.200 Buah	64	356	1.700.000

Sumber: Data Sekunder Disperindagkop Kabupaten HSU, 2012

Desa Kota Raden merupakan sentral industri berbagai kerupuk. Saat ini kerupuk yang dihasilkan tidak hanya kerupuk ikan gabus tetapi juga kerupuk sudah mengembangkan kreatifitasnya pada kerupuk selain ikan gabus. Kerupuk yang dihasilkan di Desa Kota Raden adalah kerupuk gabus, kerupuk itik, kerupuk belut, kerupuk udang, kerupuk ayam, dan kerupuk labu atau waluh.

Indusri kerupuk yang dinilai cukup menjanjikan, menyebabkan meningkatnya jumlah pelaku industri kerupuk secara

umum. Jumlah pelaku industri kerupuk terus meningkat dari tahun-ke tahun. Peningkatan jumlah pelaku industri tersebut memicu untuk saling berkompetisi untuk memenuhi kebutuhan pasar akan jenis-jenis kerupuk.

Meski terjadi peningkatan pelaku industri kerupuk secara umum, namun pelaku industri kerupuk khususnya kerupuk itik masih sedikit dibandingkan jumlah pelaku industri kerupuk ikan gabus. Memasuki industri kerupuk itik diperlukan modal yang lebih besar dibandingkan

kerupuk ikan gabus. Sementara penjualan kerupuk itik tidak sebagus kerupuk ikan gabus. Harga jual yang lebih tinggi dibandingkan kerupuk gabus dan daya konsumen menyebabkan angka penjualan lebih rendah dibandingkan penjualan kerupuk ikan gabus. Permasalahan ini hampir dialami semua pelaku industri kerupuk itik.

Terlepas dari permasalahan tersebut kini salah satu industri pengolahan kerupuk

itik di Desa Kota Raden yang masih tetap bertahan mengusahakan kerupuk itik adalah "Mama Ami". Industri rumah tangga ini terus berusaha meningkatkan penjualan kerupuk itik, merebut pasar dan mencari strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi permasalahan yang dialaminya. Banyaknya penjualan kerupuk itik "Mama Ami" dapat dilihat pada data penjualan kerupuk itik periode 2009 sampai 2012.

Tabel 2. Data Penjualan Kerupuk Itik "Mama Ami" Tahun 2009–2012

No	Tahun	Semester	Harga	Penjualan (kg)	Penjualan (Rp)
1.	2009	I	Rp.25.000	135	Rp. 3.375.000
2.	2010	II	Rp.30.000	710	Rp. 21.300.000
		III	Rp.30.000	1.040	Rp. 31.200.000
3.	2011	IV	Rp.35.000	910	Rp. 31.850.000
		V	Rp.35.000	940	Rp. 32.900.000
4.	2012	VI	Rp.35.000	1250	Rp.43.750.000
		VII	Rp.35.000	1500	Rp.52.500.000

Sumber: Data Primer Kerupuk Itik "Mama Ami" Tahun 2013

Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat menunjang keberhasilan suatu produk dipasarkan. Penerapan strategi pemasaran harus mempertimbangkan faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari peluang dan ancaman yang berada di luar kontrol suatu perusahaan. Berdasarkan hal tersebut perlu suatu penelitian untuk melihat bagaimana prospek dan strategi pemasaran kerupuk itik "Mama Ami".

Menurut Rahman (2012), analisis location (LQ) kecamatan dan proyeksi populasi ternak itik di Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan LQ tertinggi adalah Kecamatan Paminggir yaitu tahun 2008 nilai LQ sebesar 2,331, tahun 2009 nilai LQ sebesar 2,070 tahun 2010 nilai LQ sebesar 2,034. Sedangkan proyeksi populasi itik tahun 2015 adalah 1.424.740 ekor.

Norisa (2012), faktor eksternal merupakan peluang usaha dendeng itik adalah pola konsumsi masyarakat dan dendeng itik adalah oleh-oleh khas

Kalimantan. Hal tersebut mendapatkan skor 0,468 sedangkan ancaman utama terhadap usaha ini adalah kenaikan harga BBM (0,078) dan selain itu proses pengeringan yang hanya (0,093). Sedangkan dalam faktor internal yang merupakan kekuatan adalah lokasi usaha yang strategis (0,456), rasa dan tekstur yang disukai oleh konsumen (0,456). Kelemahan usaha ini adalah terbatasnya modal karena menggunakan modal sendiri (0,056) dan tidak adanya pencatatan laporan keuangan (0,108).

Sedangkan alternatif strategi dalam pengembangan usaha dendeng itik diperoleh melalui analisis matriks SWOT yaitu mempertahankan kualitas produk untuk menarik pelanggan, melakukan produksi secara kontinyu, mempertahankan dan meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku, mengembangkan SDM, aktif melakukan kegiatan promosi, melakukan kerja sama dengan lembaga peminjaman modal untuk mengembangkan usaha, menambah jaringan distribusi melalui kerjasama melalui agen-agen baru, melakukan diversifikasi produk,

meningkatkan loyalitas pelanggan, melakukan evaluasi terhadap kinerja usaha dan mulai menyusun rencana serta target usaha kedepan.

Kerangka Pemikiran

Tujuan penelitian (i) melakukan proyeksi penjualan kerupuk itik “Mama Ami” dari tahun 2013 hingga tahun 2017 dalam 10 semester, (ii) mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam usaha pengolahan kerupuk itik “Mama Ami”, (iii) mengetahui strategi pemasaran yang tepat pada usaha kerupuk itik “Mama Ami”.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di perusahaan kerupuk itik “Mama Ami” di Desa Kota Raden Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara Provinsi Kalimantan Selatan. Waktu penelitian dimulai dari bulan Mei 2013 sampai Oktober 2013.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi yang terkait serta studi pustaka dari

berbagai media yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diambil bersifat kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka-angka, data tersebut adalah data penjualan kerupuk. Sedangkan data yang bersifat kualitatif adalah data yang penunjukannya berupa kualitas, data tersebut adalah data dalam matriks.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus penelitian ini adalah perusahaan kerupuk itik “Mama Ami” di Kota Raden Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. Pihak yang jadi responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kerupuk itik “Mama Ami” sebagai pihak internal sedangkan pihak eksternalnya adalah Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Hulu Sungai Utara. Metode pengolahan datanya dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data kuantitatif untuk memproyeksikan penjualan menggunakan data yang telah ada menggunakan software SPSS. Sedangkan pengolahan data kualitatif untuk menganalisis pengembangan itik dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE dan Matriks IE.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proyeksi Penjualan Kerupuk Itik “Mama Ami”

Bentuk proyeksi penjualan kerupuk itik “Mama Ami” yang dipakai adalah proyeksi *ex post*. Proyeksi *ex post* adalah proyeksi yang dilakukan atas dasar model regresi dengan menggunakan data yang telah tersedia. Data yang telah tersedia yang dipakai dalam model regresi adalah data penjualan kerupuk periode 2009-2012. Adapun hasil proyeksi penjualan kerupuk itik “Mama Ami” dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Data Hasil Proyeksi Penjualan Kerupuk Itik “Mama Ami” Selama Sepuluh Semester Tahun 2013-2017

No	Tahun	Semester	Penjualan (Rp)
----	-------	----------	----------------

1.	2013	8	58.692.861
		9	65.620.540
2.	2014	10	72.548.219
		11	79.475.898
3.	2015	12	86.403.577
		13	93.331.256
4.	2016	14	100.258.935
		15	107.186.614
5.	2017	16	114.114.293
		17	121.041.972

Matrik *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matrik IFE mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha kerupuk itik “Mama Ami” dengan dilanjutkan pembobotan dan pemberian rating. Pemberian bobot dan rating didasarkan

hasil wawancara dengan pemilik usaha kerupuk itik “Mama Ami”. Selanjutnya setiap faktor strategis dilakukan pengalihan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor pada tabel IFE. Hasil perhitungan matrik IFE dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4 Matrik IFE dalam Usaha Kerupuk Itik “Mama Ami”

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
- Memiliki tenaga kerja terampil	0,128	4	0,512
- Lokasi usaha strategis	0,150	4	0,600
- Harga cukup terjangkau.	0,094	3	0,282
- Menggunakan bahan-bahan berkualitas	0,139	4	0,556
- Adanya penggunaan peralatan yang cukup modern	0,117	3	0,351
Kelemahan			
- Sistem manajemen sederhana dan pembagian tugas belum jelas	0,089	3	0,267
- Jumlah tenaga sedikit	0,100	2	0,200
- Promosi kurang gencar	0,061	2	0,122
- Belum adanya deferinsiasi rasa pada produk	0,061	1	0,061
- Pengelolaan pencatatan keuangan belum jelas	0,061	3	0,183
Total	1,000		3,134

Berdasarkan tabel tersebut, usaha kerupuk itik “Mama Ami” memiliki total skor matrik IFE sebesar 3,173. Hal ini menunjukkan kondisi usaha berada pada kondisi yang kuat. Kekuatan utama yang dimiliki oleh usaha tersebut adalah letak pada lokasi usaha yang strategis dengan skor 0,6 yang merupakan skor paling tinggi.

Skor matriks IFE berada pada kondisi yang kuat yaitu 3,134, usaha ini

ternyata memiliki kelemahan utama yaitu belum adanya deferensiasi rasa pada produk dengan skor 0,061. Selain itu kurang gencarnya promosi (0,122) juga merupakan kelemahan bagi usaha ini. pemilik usaha pemilik usaha hanya menggunakan promosi dari mulut ke mulut dan bekerja sama dengan dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi. Usaha kerupuk ini belum melakukan

promosi lewat media cetak, elektronik ataupun internet.

Matrik Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Tabel 5. Matrik EFE memperlihatkan bahwa peluang terbesar yang dimiliki oleh usaha kerupuk itik "Mama Ami" adalah adanya dukungan dari pemerintah untuk memajukan industri kerupuk yaitu skor 0,576. Dukungan yang diberikan pemerintah yaitu berupa pelatihan-pelatihan agar pelaku industri memiliki keterampilan yang bagus dan menghasilkan produk yang berkualitas. Selain itu pemerintah juga mengadakan pameran produk lokal ke berbagai daerah dan ditambah lagi pemerintah juga memberikan berbagai sarana produksi. Dengan demikian ini tentu menjadi peluang yang besar bagi perkembangan industri kerupuk.

Adapun ancaman utama yang dihadapi oleh usaha kerupuk itik "Mama

Ami" adalah Cuaca yang tak menentu dan kadang tak menguntungkan (0,067). Usaha kerupuk itik "Mama Ami" belum memiliki mesin pengering jadi usaha ini memiliki ketergantungan yang besar terhadap cuaca. Jika dingin maka kegiatan pemotongan kerupuk tidak akan dilakukan kerupuk yang berbentuk balok akan disimpan dalam kulkas, menunggu kesempatean yang tepat untuk memotong dan menjemur kerupuk. Akibat persediaan penjualan produkpun habis, pembeli yang ingin membeli kerupukpun menunda pembeliannya bahkan membatalkannya. Selain itu naiknya harga BBM berpengaruh. Faktor ini mendapat skor 0,083. Kenaikan BBM berpengaruh besar terhadap usaha kerupuk itik "Mama Ami" karena dalam proses produksi usaha ini menggunakan kompor minyak, selain itu untuk menjangkau usahanya memerlukan transportasi yang memakai BBM untuk pergi ke pasar membeli bahan baku ataupun menyalurkan produknya.

Tabel 5. Matrik EFE dalam Usaha Kerupuk Itik "Mama Ami"

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
- Adanya dukungan dari pemerintah untuk memajukan industri kerupuk	0,144	4	0,576
- Perkembangan teknologi yang pesat	0,106	2	0,212
- Adanya loyalitas pelanggan	0,128	3	0,384
- Ketersediaan bahan baku melimpah.	0,144	3	0,432
- Memiliki hubungan yang baik dengan pemasok.	0,111	4	0,444
Ancaman			
- Naiknya harga BBM	0,083	1	0,083
- Kondisi cuaca yang tak menentu dan kadang kurang mendukung.	0,067	1	0,067
- Meningkatnya jumlah pesaing	0,050	2	0,100
- Adanya produk substitusi	0,095	2	0,190
- Adanya tuntutan konsumen mengenai diferensiasi rasa produk.	0,072	2	0,144
Total	1,000		2,632

Matrik Internal-Exsternal (IE)

Matrik IE diperoleh dari nilai matrik IFE dan EFE. Posisi usaha kerupuk itik "Mama Ami" berada pada posisi IV matrik

IE yaitu dengan skor IFE 3,134 dan EFE 2,632. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar. 4 matrik IE Usaha kerupuk itik "Mama Ami"

Menurut Umar (2010) posisi IV ini disebut kondisi *grow* dan *building* (tumbuh dan membangun), strategi yang cocok adalah strategi intensif ataupun juga strategi integrasi. Strategi intensif dapat berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar

ataupun pengembangan produk. Sedangkan strategi yang lainnya adalah strategi integrasi dapat berupa integrasi ke belakang, integrasi kedepan, ataupun integrasi horizontal.

Skor EFE	Skor IFE		
	Kuat 3,0 - 4,0	Rata-Rata 2,0 - 2,99	Lemah 1,0 - 1,99
Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 4. Matriks IE Usaha Kerupuk Itik “Mama Ami”

Bauran Pemasaran Kerupuk Itik “Mama Ami”

Hasil perhitungan matrik IE dituangkan dalam bauran pemasaran. Unsur atau variabel dalam strategi bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi harga, strategi pendistribusian, dan strategi promosi.

Strategi Produk

Produk kerupuk itik “Mama Ami” tumbuh sebagai produk baru terhadap produk lamanya yaitu kerupuk ikan gabus. Produk kerupuk itik sengaja diberikan merk yaitu dengan “Mama Ami” guna memudahkan penanganan atau mencari jejak produk yang dipasarkan. Sebagai pembeda dengan merk lain. Selain itu juga sebagai landasan untuk mengadakan diferensiasi harga. Produk dikemas dengan ukuran kemasan 1 ons dan 2 ons sehingga konsumen dari berbagai kalangan ekonomi dapat menikmatinya. Selain itu juga melakukan penjualan produk dalam bentuk kiloan, ini tidak menggunakan kemasan khusus dan tidak diberi label.

Kerupuk itik yang diproduksi rasanya hanya satu macam saja yaitu rasa original. Sebaiknya kerupuk itik “Mama Ami” juga melakukan diversifikasi pada kerupuk itik seperti kerupuk itik rasa pedas, pedas manis, rasa ketumbar dan lain-lain. Diversifikasi bentuk kerupuk juga harus diperhatikan misalnya membuat kerupuk itik yang bentuknya segitiga, stik, bulat-

bulat kecil jadi tidak hanya megandakan bentuk oval besar yang selama ini jadi andalan.

Usaha kerupuk itik “Mama Ami” membangun usahanya dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas, teknologi untuk produksi yang tak hanya tradisional tapi juga sudah adanya penggunaan peralatan yang modern disamping penggunaan tenaga kerja yang terampil guna terus memperbaiki mutu. Kemasan produkpun sudah mengalami perkembangan, kemasan tak hanya lagi berfungsi sebagai pelindung produk tetap juga sebagai bagian kreativitas.

Strategi Harga

Harga suatu produk mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan. Harga juga dapat mempengaruhi pembelian oleh konsumen. Penting penetapan harga yang tepat bagi suatu usaha agar dapat memaksimalkan laba dan penjualan tetap tinggi. Usaha kerupuk itik “Mama Ami” membangun harga dengan strategi *penetration price* laba. Usaha kerupuk ini juga menetapkan harga tersegmentasi terhadap ukuran kemasan produk yaitu kemasan 1 ons seharga Rp 3.500,- dan kemasan 2 ons Rp 7.000,-. Selain itu kerupuk “Mama Ami” juga menjual kerupuk itik dalam bentuk kiloan tanpa kemasan menarik.

Strategi Pendistribusian

Strategi pendistribusian usaha kerupuk itik “Mama Ami” dibangun

berdasarkan tempat yang strategis. Tempat yang strategis memudahkan pendistribusian produk. Usaha ini memasarkan produk didepan beranda rumah sendiri yang dekat dengan jalan raya. Konsumenpun dapat membeli dengan bertitip pada taksi/bus tanpa harus datang ke tempat. Meski tidak memiliki agen resmi, usaha kerupuk itik "Mama Ami" membangun kerja sama dengan pedagang-pedagang kerupuk di Amuntai dan sekitarnya.

Meski usaha ini tak memiliki kesulitan yang besar dalam mendistribusikan produknya karena konsumen sering datang secara langsung ke tempat. Namun usaha kerupuk itik "Mama Ami" perlu melakukan pendistribusian lebih spesifik seperti memiliki agen resmi guna menjangkau konsumen di berbagai wilayah-wilayah strategis sehingga konsumen tak perlu repot untuk membeli. Agen resmi tidak memudahkan konsumen untuk membeli tapi juga di harapkan dapat mempengaruhi calon konsumen dengan keberadaan agen tersebut.

Strategi Promosi

Usaha kerupuk itik "Mama Ami" membangun strategi promosi yang tidak memerlukan biaya promosi. Usaha kerupuk itik "Mama Ami" enggan mengiklankan produknya. Hal ini dilakukan demi menekan biaya pemasaran sehingga dapat memasarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau. Mestinya promosi bisa digencarkan dengan biaya yang relatif murah seperti penggunaan media internet. Penggunaan media internet dapat mempengaruhi calon konsumen sehingga penjualan meningkat dan biaya promosipun tidak berat. Usaha kerupuk itik "Mama Ami" perlu melakukan strategi penetrasi pasar agar dapat meningkatkan penjualan. Strategi penetrasi pasar adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif. Promosi dan perluasan jaringan distribusi diperlukan dalam strategi penetrasi pasar. Mengingat selama ini usaha kerupuk itik "Mama Ami" belum pernah melakukan promosi dengan gencar dan

perluasan jaringan distribusi, maka usaha kerupuk itik "Mama Ami" memerlukan hal tersebut dalam strategi penetrasi pasar untuk membantu meningkatkan penjualannya. Hal ini dapat merangsang konsumen untuk meningkatkan pembelian, menarik konsumen ataupun mempengaruhi konsumen saingan dan calon konsumen yang berada dilingkungan pasar.

Selama ini usaha promosi yang dilakukan adalah dari mulut ke mulut dan pemberian bonos produk bagi konsumen yang membeli dalam jumlah besar. Selain itu juga bekerja sama dengan dinas perindustrian, perdagangan dan perkoperasian dalam ajang pameran produk lokal yang dilakukan dinas tersebut. Hal ini tidak hanya memperoleh keuntungan saja tapi juga membangun citra produk lokal yang unggul.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap usaha kerupuk itik "Mama Ami" di Desa Kota Raden kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara, maka diperoleh kesimpulan:

Proyeksi penjualan kerupuk itik "Mama Ami" tahun 2013 selama 10 kedepan adalah selalu meningkat dari semester ke semester selanjutnya, meski demikian kerupuk itik "Mama Ami" harus berusaha agar penjualan yang telah diproyeksikan bisa terjadi. Usaha yang perlu dilakukan adalah antara lain melakukan penambahan modal, peningkatan kualitas dan kuantitas tenaga kerja, perbaikan manajemen, menggencarkan promosi, meningkatkan produktivitas dan lain-lain.

Hasil identifikasi terhadap faktor internal, kekuatan terbesar yang dimiliki oleh usaha kerupuk itik "Mama Ami" adalah lokasi usaha yang strategis (0,600). Kelemahan terbesar yang dimiliki usaha ini adalah belum adanya diferensiasi rasa pada produk (0,061) dan kurang gencarnya promosi (1,220). Sedangkan hasil identifikasi faktor eksternal, yang menjadi peluang adalah adanya dukungan dari

pemerintah untuk memajukan usaha kerupuk (0,576) sedangkan yang menjadi ancaman usaha ini adalah kondisi cuaca yang takmenentu dan kadang kurang menguntungkan (0,067). Skor matrik IFE adalah 3,134 dan matrik EFE adalah 2,632 dan hasil matrik IE berada di posisi sel IV *grow and build* strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha kerupuk itik “Mama Ami” adalah meliputi: Strategi produk berupa pemasaran kerupuk dengan berbagai kemasan, strategi harga berupa pembedaan harga disetiap ukuran kemasan, strategi pendistribusian berupa kerja sama dengan pedagang pengecer dan memiliki tempat pendistribusian produk yang strategis. Sedangkan strategi promosi kerupuk ini adalah dari mulut-kemulut, pemberian bonos dan potongan harga bagi yang membeli dalam jumlah besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Disparindagkop Kabupaten Hulu Sungai Utara 2012. *Data Sekunder*. Amuntai.
- Norisa. 2012. *Strategi pengembangan usaha dendeng itik Di Kabupaten Hulu Sungai Utara*. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER) Amuntai.
- Umar, H. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Rahman, H. 2012. *Analisis Location (LQ) kecamatan dan proyeksi populasi ternak itik Di Kabupaten Hulu Sungai Utara*. Skripsi Program Studi Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai.