

STRATEGI PENGEMBANGAN KUALITAS KULINER ITIK PALEKKO DI RUMAH MAKAN KHAS BUGIS DI KABUPATEN SIDRAP

Fatmawaty; Andi Nuddin; Andi Sitti Halimah

Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Parepare

zfatmawaty@rocketmail.com

ABSTRAK

Keberlangsungan usaha rumah makan khususnya yang menyediakan menu itik palekko tidak dapat diprediksi sehingga pemilik usaha dituntut untuk menyusun strategi yang tepat untuk mengembangkan kualitas produk dalam mempertahankan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan kualitas kuliner itik palekko di Kabupaten Sidenreng Rappang dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil matriks menunjukkan strategi yang dapat diterapkan oleh pemilik usaha adalah membuka cabang usaha, melakukan promosi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan SDM dengan menyusun Standar Operating Prosedur (SOP), menjalin kerja sama dengan pemasok dengan system kontrak kerja dalam menjamin ketersediaan bahan baku.

Kata Kunci : Kuliner Palekko, Analisis SWOT

ABSTRACT

Business continuity that provides a home meal especially palekko menu can not be predicted so that business owners are required to develop appropriate strategies to develop the quality of the product in maintaining their business. This study aims to determine the strategy for developing the culinary quality of palekko ducks in Sidenreng Rappang Regency using SWOT analysis. The results of the matrix show the strategies that can be applied by the business owner is to open a business branch, promote, maintain and improve the quality of products, services, and HR by compiling a Standard Operating Procedure (SOP), working with suppliers with a work contract system to ensure availability of materials raw.

Keywords : Culinary palekko, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Kabupaten Sidenreng Rappang atau lebih dikenal dengan Sidrap merupakan wilayah Sulawesi Selatan bagian tengah yang memiliki keragaman, mulai dari ragam budaya, wisata dan khususnya pada bidang kuliner. Kuliner atau makanan khas suatu daerah adalah makanan yang dibuat dengan cara yang unik ataupun makanan yang disajikan dengan cara yang tidak biasa. Kuliner khas Bugis tergolong unik dan menarik perhatian pengunjung sehingga berkembang menjadi

suatu sajian yang digemari dan disebut khas dikalangan masyarakat sekitarnya. Soal rasa tidak dipungkiri lagi, paduan bumbu yang beragam menciptakan ciri khas tertentu.

Kuliner itik palekko merupakan salah satu masakan khas bugis di Sidrap yang banyak diincar oleh kalangan tertentu. Belakangan ini masakan khas bugis tersebut menjadi incaran pemburu kuliner. Menjadi menu favorit karena sensasi pedasnya, belum lagi rasa itik yang gurih sehingga sangat pas dipilih oleh pecinta

masakan pedas. Selain itu, bahan masakan tersebut hanya menggunakan bumbu standar yang mudah didapat dengan pengolahan yang praktis sehingga sangat mudah dijumpai di beberapa rumah makan yang menyediakan makanan khas bugis.

Keberlangsungan usaha rumah makan khususnya yang menyediakan menu itik palekko tidak dapat diprediksi. Bukan hanya karena produknya hanya disukai pada kalangan tertentu saja tetapi juga disebabkan oleh konsistensi pihak rumah makan menyediakan produk yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen dari waktu ke waktu sehingga dapat membentuk kepuasan konsumen, karena konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan tertentu yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi konsumen dan daya belinya terhadap produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka untuk mempertahankan usaha kuliner itik palekko, pemilik usaha dituntut untuk bekerja keras dan menyusun strategi yang tepat untuk mengembangkan kualitas produknya. Dalam menyusun strategi tersebut perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal usaha maupun faktor eksternal sehingga dapat memaksimalkan kekuatan untuk meminimalkan kelemahannya ataupun memanfaatkan peluang untuk mengurangi acaman yang dapat mempengaruhi kualitas kuliner itik palekko di Kabupaten Sidenreng Rappang.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang diperoleh dari suatu hasil produksi. Safrizal, dkk. (2016) menjelaskan bahwa produk adalah segala sesuatu yang

berwujud dan ditawarkan oleh seseorang atau perusahaan yang mempunyai manfaat, baik berupa benda nyata maupun berupa benda abstrak atau tidak berwujud yang tujuannya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Seseorang membeli bukan hanya sekedar untuk memiliki fisik barang atau jasa tersebut, tetapi juga karena manfaat yang ditimbulkannya. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan hendaknya adalah sebuah produk yang menarik, mempunyai penampilan (bentuk fisik) yang bagus, mempunyai manfaat/mutu/kualitas yang optimal dengan merk dagang yang lebih dikenal (mudah diucapkan, dikenali atau diingat).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan perasaan yang timbul dari suatu keadaan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) dalam Lestari dan Edy (2018), kata kepuasan berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Jadi dapat disimpulkan kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan sendiri merupakan gambaran ataupun perasaan seseorang atau pelanggan akan hal yang telah dicapai atau peroleh. Adanya rasa puas yang dialami oleh pelanggan akan membuahkan makna yang baik yaitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen jika dilihat dari kualitas produk makanan terdiri dari kualitas rasa, kuantitas/porsi, harga dan biaya, variasi menu dan jenis masakan yang ditawarkan, cita rasa yang khas, waktu penyajian, higienitas atau kebersihan serta inovasi dengan menciptakan produk yang tidak membosankan. Oleh karena itu kualitas

menu yang dicapai dengan penetapan suatu standard produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai sendiri (Hanisah, 2017).

Loyalitas Pelanggan

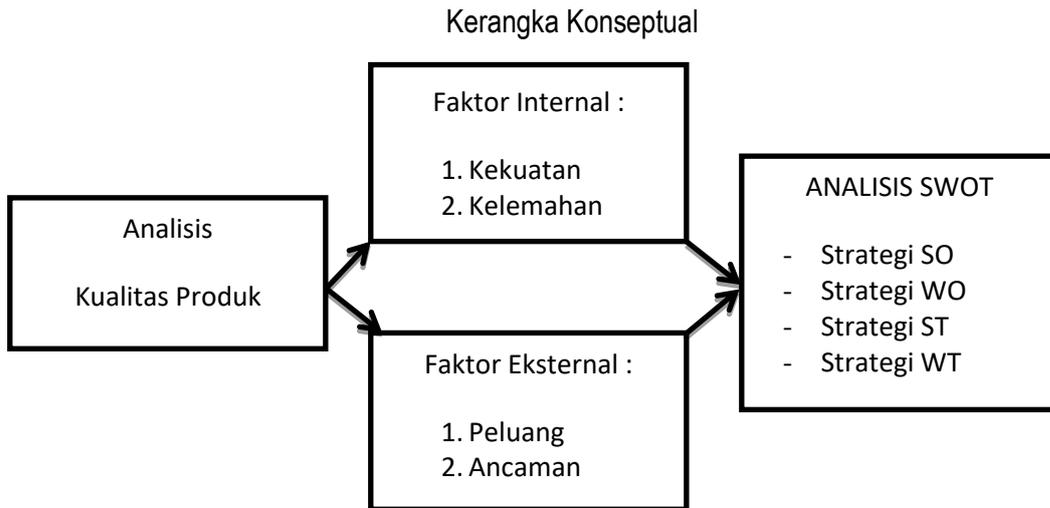
Pelanggan (*customer*) berbeda dengan konsumen (*consumer*). Konsumen dapat dikategorikan sebagai pelanggan jika bersikap loyal dan membiasakan diri membeli produk yang ditawarkan suatu usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu. Jika dalam jangka waktu tertentu orang tersebut tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi hanya sebagai pembeli atau konsumen (Shandy, dkk., 2014).

Loyalitas pelanggan akan muncul ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang kali terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting terhadap kelangsungan perkembangan perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan. Usaha di bidang makanan akan mendapatkan keuntungan yang besar ketika

mampu menciptakan kepuasan dalam setiap pelanggan, pelanggan yang merasa puas akan membentuk loyalitasnya terhadap perusahaan. Usaha di bidang makanan akan mendapatkan keuntungan yang besar ketika mampu menciptakan kepuasan dalam setiap pelanggan, pelanggan yang merasa puas akan membentuk loyalitasnya terhadap perusahaan (Anggraini, dkk., 2016).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus dimulai dengan menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Analisis SWOT merupakan alat pencocokan untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. (Rangkuti, 2018).



METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu jenis penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan memaparkan satu jenis variabel seperti faktor internal yang terdiri kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dengan melakukan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat untuk mendapatkan data yang mendalam pada kondisi kuliner itik palekko melalui responden pakar sebagai *key informan* dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan FGD. Data yang diperoleh dari 10 responden yang terdiri dari pelaku usaha, pelanggan, dinas kesehatan, dinas perdagangan dan perindustrian selanjutnya dianalisis dengan menggunakan Analisis SWOT untuk memperoleh alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan kuliner itik palekko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliner Itik Palekko

Produk kuliner itik palekko atau dikenal dengan nama *Nasu Palekko* sendiri berasal dari dua kata dalam bahasa Bugis,

yakni *Nasu* yang berarti masak dan *Palekko* yang berarti wajan yang terbuat dari tanah. Menurut Muin (2016) nasu palekko artinya memasak menggunakan wajan yang terbuat dari tanah. Karena dahulu masyarakat Bugis memasak nasu palekko dengan menggunakan wajan tanah. Namun seiring perkembangan zaman, nasu palekko pun dimasak dengan menggunakan wajan aluminium. Nasu palekko merupakan kuliner khas bugis yang diolah dari bahan baku daging itik muda yang dipotong kecil-kecil seperti dicincang. Rasa pedas yang khas timbul dari perpaduan bumbu yang digunakan. Berbagai resep untuk masakan itik palekko telah dilakukan tergantung dari selera masing-masing, tetapi perpaduan bumbu dan cara pengolahan tersebut sangat mempengaruhi rasa dan kualitas yang dihasilkan

Seiring perkembangan zaman, kuliner memiliki daya tarik tertentu yang berpotensi sebagai sumber penghasilan. Hal ini sejalan dengan Fajri (2018) yang mengungkapkan bahwa daya tarik wisata kuliner berkembang sebagai suatu wujud penawaran akan pengalaman yang nyata. Dimana wisata kuliner diinterpretasikan sebagai wujud bentuk wisata yang dapat dinikmati oleh kelima panca indera manusia

yaitu dapat dilihat, didengar, dicium, diraba dan dirasakan. Dalam hal ini, makanan dinilai sebagai budaya dalam pengalaman mengonsumsi, mempelajari dan pengetahuan tentang makanan yang meliputi bahan baku, cara pengolahan dan cara penyajiannya

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis SWOT merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan dalam menginterpretasikan kondisi usaha, khususnya pada kondisi yang sangat kompleks dimana faktor internal dan eksternal memegang peranan yang sangat penting. Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan, maka diketahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan kualitas kuliner itik itik palekko. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Hasil yang diperoleh adalah :

Kekuatan

Kekuatan (*strenghts*), mendeskripsikan keadaan/kondisi dari pengembangan kualitas kuliner itik palekko yang sudah ada dan merupakan suatu hal yang dianggap sebagai potensi dan memiliki kekuatan dalam mengembangkan usaha *palekko* itik. Kekuatan tersebut sebagai berikut:

1. Rasa itik palekko yang khas menjadi daya tarik tersendiri bagi pecinta kuliner, terutama makanan pedas
2. Pengalaman mengelola usaha yang telah digeluti dari tahun ke tahun menjadikan pelaku usaha lebih profesional
3. Pemberian pelayanan yang baik yang dilakukan oleh pihak pengelola usaha

menjadikan usaha tersebut memiliki kesan yang baik kepada konsumen.

4. Pemanfaatan tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga menjadikan usaha kuliner itik palekko lebih bersifat kekeluargaan sehingga pengelolaan usaha lebih mudah.
5. Tempat usaha yang tertata rapi dan menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen pecinta kuliner itik palekko.

Kelemahan

Kelemahan (*weaknesses*), mendeskripsikan hal-hal yang dianggap menjadi permasalahan yang sudah ada dalam pengembangan kualitas kuliner itik palekko. Kelemahan tersebut berupa :

1. Pengelolaan berdasarkan pengalaman hanya mengandalkan intuisi dan tidak memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang diterapkan pada saat memproduksi sehingga konsistensi kualitas produk yang tidak terjamin.
2. Itik memiliki bau yang khas dan tekstur yang alot sehingga pengolahan yang tidak tepat akan menyebabkan aroma yang amis dan tingkat kematangan yang tidak sempurna.
3. Masih kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola usaha untuk menarik perhatian konsumen.
4. Bahan baku yang terbatas terutama itik yang muda karena terjadi persaingan dengan usaha pemeliharaan itik petelur. Disamping itu, system pemeliharaan itik oleh peternak yang cenderung nomaden memperparah keterbatasan bahan baku tersebut.
5. Tekstur yang alot dari itik mengakibatkan proses pengolahan menjadi lebih lama untuk memperoleh tingkat kematangan

yang pas sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama lagi dalam penyajiannya.

Peluang

Peluang (*opportunities*), mendeskripsikan kondisi yang diprediksikan akan terjadi dan dianggap memberikan kesempatan untuk mengembangkan potensikuliner itik palekko. Peluang yang teridentifikasi adalah :

1. Banyaknya pecinta kuliner pedas, menjadikan kuliner itik palekko sangat potensial untuk dikembangkan
2. Keadaan perekonomian yang semakin membaik membuka peluang pasar yang lebih terbuka
3. Pola dan gaya hidup yang semakin berkembang yang lebih bersifat sosialita dan saling berkumpul untuk menikmati kuliner tertentu
4. Hubungan yang baik dengan pemasok sehingga pemasok bahan baku dapat membantu menyediakan bahan baku yang bersifat kontinu.
5. Berkembangnya era digital indsutri 4.0 menjadikan internet sebagai media komunikasi yang efektif dengan biaya yang lebih rendah

Ancaman

Ancaman (*threats*), mendeskripsikan kondisi yang diprediksikan akan terjadi namun dianggap mengancam pengembangan kualitas kuliner itik palekko:

1. Persaingan dari usaha yang sejenis yang menyediakan menu olahan itik terutama itik palekko dengan inovasi-inovasi yang jauh lebih menarik terutama desain tempat yang menyuguhkan keindahan alam
2. Persaingan makanan lain yang menyediakan kuliner khas wilayah tertentu misalnya coto makassar, konro, ayam penyet, dll.
3. Semakin berkembangnya zaman menjadikan konsumen lebih pintar dan lebih kritis terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh suatu usaha
4. Perubahan harga yang berfluktuatif mempengaruhi kualitas produk terutama akibat perubahan musim yang mengubah kualitas bahan baku yang akan digunakan

Analisis Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH</p> <p>(S1) Rasa yang khas (S2) Pengalaman mengelola usaha yang telah lama (S3) Pemberian pelayanan dengan baik (S4) Tenaga kerja memanfaatkan anggota keluarga (S5) Tempat usaha yang tertata rapi dan menarik</p>	<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <p>(W1) Tidak ada standard operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan (W2) Tingkat kematangan dan aroma yang tidak tepat (W3) Masih kurangnya promosi (W4) Bahan baku yang terbatas (W5) Waktu penyajian yang lama untuk mencapai kematangan yang tepat</p>
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY</p> <p>(O1) Banyak penggemar yang menyukai itik palekko (O2) Peluang pasar yang masih terbuka (O3) Gaya hidup sosialita (O4) Hubungan baik dengan pemasok (O5) Media internet untuk promosi</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuka cabang usaha yang baru (S1,S3,S4,O1,O2) Membuat produk yang lebih inovatif (S1, S2, O1,O2, O4) Melakukan promosi dan iklan yang lebih bervariasi (S1, S3, S5, O3, O5) 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Memaksimalkan promosi produk (W3, O1, O2, O3, O5) Membuat SOP setiap item proses produksi (W1, W2, W4, W5, O1, O2, O3) Melakukan perencanaan produk dengan baik setiap minggu dalam menjamin kontinuitas bahan baku (W4, O4)
<p style="text-align: center;">THREATS</p> <p>(T1) Persaingan makanan sejenis (T2) Persaingan makanan lain (T3) Perubahan harga bahan baku (T4) Konsumen yang lebih kritis</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan (S1, S2, S3, T1, T2, T4) Meminta saran dan umpan balik dari pelanggan mengenai produk yang telah disediakan (S3, S4, S5, T1, T2, T3, T4) Memaksimalkan promosi (S1, S3, S5, T1, T2, T4) 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Menetapkan SOP pada usaha kuliner (W1, W2, W5, T1, T2, T4) Meningkatkan kualitas SDM (W1, W2, W5, T4) Memaksimalkan kegiatan promosi (W3, W4, T1, T2, T3) Menjalani kerja sama dengan pemasok dengan system kontrak kerja (W2, W4, T3, T4)

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan memperhatikan faktor internal baik kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, maka alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan kualitas kuliner itik palekko di Kabupaten Sidenreng Rappang adalah :

1. Membuka cabang usaha yang baru
2. Membuat produk yang lebih inovatif
3. Melakukan promosi dan iklan yang lebih bervariasi
4. Membuat SOP setiap item proses produksi
5. Melakukan perencanaan produk dengan baik setiap minggu dalam menjamin kontinuitas bahan baku
6. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan
7. Meminta saran dan umpan balik dari pelanggan mengenai produk yang telah disediakan
8. Meningkatkan kualitas SDM
9. Menjalani kerja sama dengan pemasok dengan system kontrak kerja dalam menjamin ketersediaan bahan baku

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam mengembangkan kualitas kuliner itik palekko di Kabupaten Sidrap maka strategi yang dapat diterapkan adalah :

1. Membuka cabang usaha yang baru yang menyiapkan produk yang lebih inovatif
2. Melakukan promosi dan iklan yang lebih bervariasi untuk menciptakan daya tarik konsumen terhadap produk
3. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, pelayanan dan SDM

4. Menyusun Standar Operating Prosedur (SOP) dalam proses produksi
5. Menyusun perencanaan produk dan menjalin kerja sama dengan pemasok dengan system kontrak kerja dalam menjamin ketersediaan bahan baku

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Srikandi, dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah di Kota Pasuruan. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 37 Nomor 1 Agustus 2016.*
administasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Fajri, Ilham. 2018. *Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel dan Spa. Tourism and Hospitality Essential (THE) Journal. Volume 8 Nomor 1.*
- Hanisah. 2017. *Kepuasan Pengunjung terhadap Kualitas Makanan Lendot di Kawasan Wisata Taman Kota Coastal Area Kabupaten Karimun. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. Pekanbaru. Jom FISIP Volume 4 Nomor 2 Oktober 2017.*
- Lestari, Ani dan Edy Yulianto. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Survey pada Pelanggan Citra Kendedes*

- Cake&Bakery Kota Malang*). Jurnal Administrasi Bisnis. Vo. 54 No. 1. Januari 2018. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Muin, Rawi. 2016. *Nasu Palekko, Kuliner Pedas Khas Tanah Bugis*. rawimuin.wordpress.com.
- Safrizal, A., Suharyono dan Yusri Abdillah. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Food Beverage 8 Oz Coffe Studio Malang)*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis. Volume 35 Nomor 2. Januari 2016. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Shandy, Widjoyo., Hatane Samuel dan Ritzky Karina. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 2 Nomor 1 Hal 1-9.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.