



# Peningkatan Industri Kreatif Produk Pangan Lokal di Kabupaten Sidrap

Ulfa Natsir<sup>✉1</sup>, Mulyana Machmud<sup>2</sup>, Hartati<sup>3</sup>, Arifin Allu<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> STIE Amsir Parepare

---

## ABSTRACT

---

*The data analysis technique in this study used a qualitative descriptive approach with field research methods and SWOT analysis methods. SWOT analysis is used to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of creative industrial production businesses based on local food potential in Kanyuara Village, Watang Sidenreng District, Sidrap Regency.*

*The result of this research is the local food product development strategy and the creative industry strategy in Kanyuara Village, Watang Sidenreng Subdistrict, Sidrap Regency experiencing obstacles in the development process. Here are some alternative strategies for the creative industry players that are differentiation, intensive, and integrated. Among them, participating in training, improving product quality, collaborating with the government or related institutions, optimizing production activities, affordable prices, expanding marketing reach, using a marketing mix including halal products.*

**Keywords:** Local Food, SWOT Analysis, Jipang

---

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [mulyanamahmud.pare@gmail.com](mailto:mulyanamahmud.pare@gmail.com)

**Received** 12, Agustus 2021, **Accepted** 15, December 2021, **Published** 24, December 2021"

## **1. Pendahuluan**

Salah satu industri makanan ringan yang masih terus berkembang adalah industri pangan. Kecamatan Pituruh mempunyai industri makanan ringan khususnya pangan olahan tradisional salah satunya adalah industri jipang dari beras ketan putih, di Desa Kanyuara Kecamatan Watang Sidenreng Kabupaten Sidrap.

Produk jipang beras ketan putih merupakan warisan dari nenek moyang desa Kanyuara. Produk jipang berpotensi sangat bagus untuk dikembangkan. Mengingat zaman sekarang, masyarakat yang lebih banyak menyukai makanan ringan siap saji (instan). Industri jipang di desa Kanyuara belum menggali potensi itu dilihat dari masyarakat belum banyak yang mengenal dengan produk jipang. Industri jipang melakukan pemasaran produk ke toko lokal. Proses pemasaran industri jipang tidak terlepas dari persaingan pasar yang semakin ketat, oleh karena itu industri jipang harus mempunyai strategi yang tepat agar di masa yang akan datang industri jipang tetap mampu bersaing dan dapat lebih berkembang (Data Primer, 2016).

Kendala yang di hadapi oleh industri jipang terdiri dari berbagai macam faktor- faktor penghambat, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yang menjadi kekuatan dari industri jipang adalah tekstur jipang keras/renyah, produk jipang sudah mempunyai sertifikasi MUI dan BPOM, lokasi bahan baku ada disekitar, berpengalaman dalam memproduksi jipang, masa Expired lama sampai 3 bulan. Faktor internal yang menjadi kelemahan adalah ketebalan plastik kemasan produk belum standart, alat produksi masih sederhana, peralatan produksi jipang kurang bersih, tingkat pendidikan pekerja masih rendah, bentuk jipang masih biasa (kotak), produk jipang belum mempunyai sertifikasi BPOM . Faktor eksternal yang menjadi peluang yaitu pangsa pasar luas, perkembangan teknologi semakin meningkat, memiliki hubungan yang baik dengan distributor, produk jipang banyak digemari masyarakat golongan atas maupun bawah, peran pemerintah dalam bantuan alat dan modal industri jipang. Faktor eksternal yang menjadi ancaman yaitu alih fungsi lahan bahan baku menjadi bangunan, harga bahan baku meningkat, adanya cuaca yang tidak menentu, kelangkaan bahan baku, munculnya pesaing-pesaing baru (Data Primer, 2016).

Industri jipang diperlukan strategi pengembangan karena jipang 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 (Rangkuti dalam Suryatama, 2014:26).

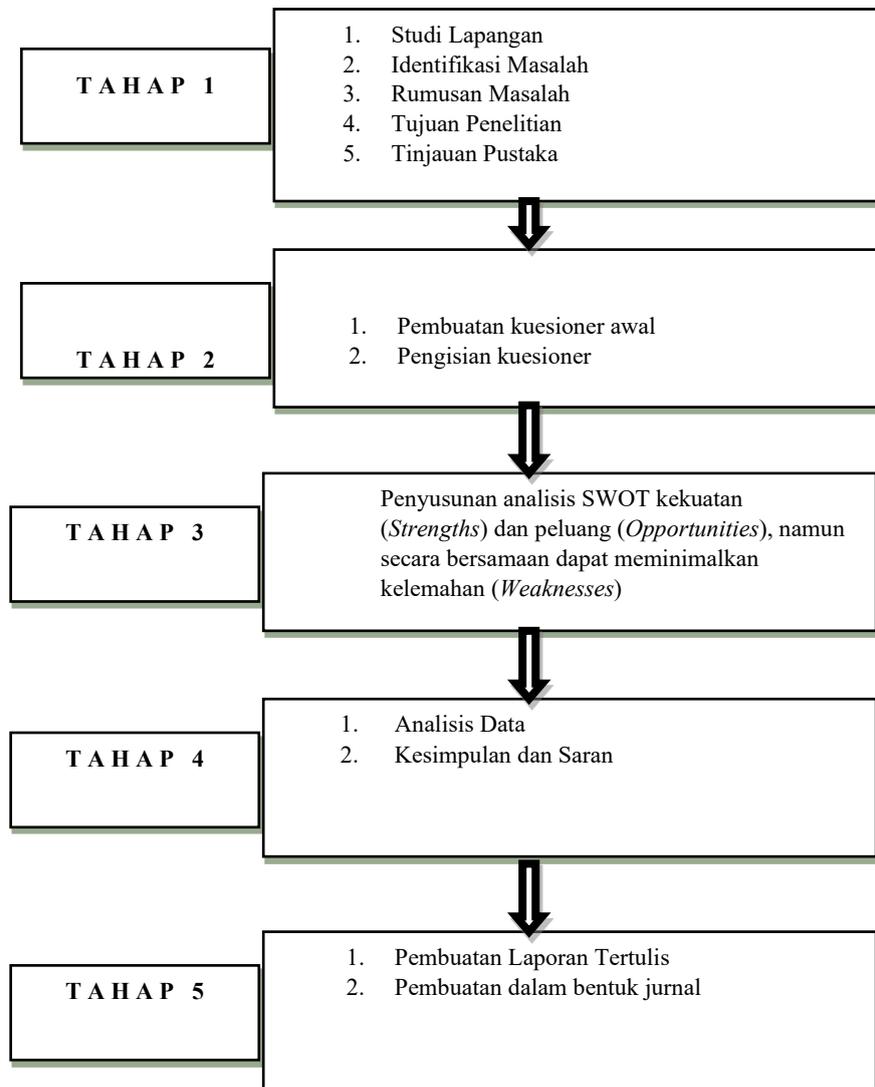
## **2. Metode**

Analisis Data Yang Digunakan Adalah Metode Kualitatif Deskriptif, Menggambarkan Dan Memaparkan Fenomena Tentang Peningkatan Produksi Jipang.

**Diagram Alir Penelitian**

Tahapan Penelitian Digambarkan Dalam Gambar Dibawah Ini :

**DIAGRAM ALIR PENELITIAN**



**3. Hasil dan Pembahasan**

**Strategi Pengembangan yang Tepat Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal Dengan Produk Modern**

Sebuah perencanaan strategi adalah gambaran kegiatan atau program kerja perusahaan atau wirausaha kedepan melalui program-program yang telah ditentukan sebagai upaya untuk menggapai tujuan bersama. Untuk menggapai tujuan tentunya dibutuhkan perencanaan strategis yang mampu meadahi jalannya usaha sesuai dengan situasi dan kondisi. Maka sebuah perencanaan tidak akan berpengaruh

implementasi kerja dilapangan, serta dibutuhkan formulasi sebagai stimulus jalannya perencanaan strategi yang telah disusun. Seperti halnya usaha mengembangkan daya saing produl lokal dengan produk modern di Desa Kanyuara, kecamatan Sidenreng Rappang, para pelaku industri kreatif harus mampu menyusun strategi sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar agar dapat tercapai usaha yang tumbuh dan berkembang. Strategi yang dapat diterapkan pada posisi tumbuh dan berkembang adalah untuk mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan, asset dan keuntungan strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk). Dimana strategi ini dilakukan untuk meningkatkan posisi persaingan dalam mencapai usaha yang berkembang dibutuhkan setrategi diferensiasi Menurut Porter strategi diferensiasi adalah strategi yang dilakukan dengan tujuan untuk membuat produk yang di angggap unik untuk meanarik minat konsumen hal ini juga diterangkan dalam teori ekonomi kreatif yaitu sebuah konsep di era ekonomi baru yang menginterpretasikan informasi dan kreativitas dengan mengandalakan ide serta pengetahuan dan kemampuan dan sumberdaya manusia sebagai faktor produksi utama.

Berikut adalah alternative strategi yang telah disusun berdasarkan situasi dan kondisi serta kebutuhan dari usaha industri kreatif dari produk pangan lokal di Desa Kanyuara, kecamatan Sidenreng Rappang, Kabupaten Sidrap.

**Tabel 1 Analisa Swot**

Faktor Internal	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi Lahan Yang Subur</li> <li>2. Ragam Jenis Pangan Kualitas Baik</li> <li>3. Peminat Pembeli Dari Kalangan Atas Dan Menengah Dan Dewasa.</li> <li>4. Promosi Melalui Media Internet</li> <li>5. Varians Rasa Berbeda</li> <li>6. Kemasan Rapih</li> <li>7. Harga Terjangkau</li> </ol>	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan Dan Sistem Keuangan Yang Tidak Tertulis</li> <li>2. Jaringan Pemasaran Yang Masih Terbatas.</li> <li>3. Keterbatasan Modal Usaha</li> <li>4. Peralatan Sederhana</li> </ol>
Faktor Eksternal	Peluang (O)	Ancaman (T)

- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pertumbuhan Masyarakat</li><li>2. Adanya Sarana Perekonomian</li><li>3. Peningkatan Pendapatan Masyarakat</li><li>4. Permintaan Dan Minat Oleh Konsumen Selalu Ada</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Banyak Pelaku Usaha Dibidang Sama</li><li>2. Banyak Produk Makanan Asing</li><li>3. Kehabisan Bahan Baku</li></ol> |
|---|---|

<p>STRATEGI (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas pangan lokal</li> <li>2. Meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan</li> <li>3. Meningkatkan promosi dengan membuat iklan di internet</li> <li>4. Mengoptimalkan kegiatan produksi dengan alat-alat yang modern</li> </ol>	<p>STRATEGI (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaiki manajemen untuk mengatasi kelemahan SDM</li> <li>2. Aktif mengikuti pameran dagang dan kerjasama dengan sesama industri kreatif</li> <li>3. Mencari alternatif sumber-sumber pembiayaan untuk mengembangkan usahanya</li> <li>4. Memperbarui alat-alat produksi, manajemen dan pemasaran</li> </ol>	<p>STRATEGI (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan kreativitas, efisiensi, produksi, pemasaran</li> <li>2. Bekerja sama dengan pasar-pasar dan membuka gerai pemasaran</li> <li>3. Menyetok bahan baku sehingga proses produksi tidak terhambat</li> </ol>
<p>STRATEGI (W-T)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan riset pemasaran secara berkelanjutan</li> <li>2. Bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga terkait untuk meningkatkan sarana penunjang usaha</li> <li>3. Menggunakan media internet untuk menganalisis pasar.</li> </ol>	

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Strategi S-O

Strategi S-O strategi yang menggunakan kekuatan dengan mengambil keuntungan peluang yang ada. Strategi S-O diantaranya mempertahankan kualitas tanaman pangan lokal, meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan. Mutu produk yang sudah baik harus terus ditingkatkan dengan penambahan inovasi baru agar dapat memenuhi referensi konsumen yang dapat meningkatkan daya saing usaha, meningkatkan promosi dengan membuat iklan dan media di internet serta

mengoptimalkan produksi dengan alat-alat yang modern dan memperluas jangkauan pemasaran.

## 2. Strategi W-O

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan usaha dengan memanfaatkan peluang. Beberapa strategi W-O yang dihasilkan yaitu dengan mengikuti pelatihan untuk meningkatkan professionalism. Sumber daya manusia yang memerlukan pembenahan serius meliputi memperbaiki manajemen untuk mengatasi kelemahan dari sumber daya manusianya sendiri, aktif pelatihan dan pameran dagang, bekerjasama dengan sesama pelaku usaha lainnya, mencari alternative memanfaatkan atau mengikuti lembaga-lembaga keuangan atau organisasi terpercaya guna mendapatkan modal usaha. serta memperbarui alat-alat produksi dengan alat-alat produksi yang modern agar proses kegiatan industri kreatif berjalan lebih maksimal, serikat berkerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga untuk meningkatkan manajemen dan pemasaran yang lebih baik.

## 3. Strategi S=T

Strategi ini bertujuan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman dengan kekuatan yang dimiliki usaha. Beberapa strategi adalah mengembangkan kreativitas, efisiensi, produksi, dan pemasaran. Strategi yang selanjutnya bekerjasama dengan pasar-pasar dan membuka gerai pemasaran agar konsumen lebih mudah mengenal produk yang dipasarkan, serta menyetok bahan baku agar proses produksi berjalan dengan lancar, tidak terhambat dan mengecewakan konsumen.

## 4. Strategi W-T

Strategi ini merupakan taktik bertahan dengan cara mengurangi kelemahan sertamenghindari ancaman. Strategi yang dimaksud adalah melakukan riset pemasaran secara berkelanjutan, bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga terkait untuk meningkatkan sarana penunjang usaha, dengan teknologi yang modern ini memanfaatkan media internet untuk menganalisis pasar. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan salah satu faktor utama yang dilakukan dalam mengembangkan suatu bisnis adalah dengan mengutamakan faktor produksi. Industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono merupakan sebuah industri yang rumahan yang mengelola dan bergerak dibidang penjualan barang sudah tentu harus mengutamakan kualitas produk yang akan dijual. Dalam hal ini produk yang dipasarkan adalah makanan Strategi pengembangan yang dilakukan. di Desa

Kanyuara, kecamatan Sidenreng Rappang dilakukan melalui strategi produk yaitu dengan memberikan kualitas makanan yang enak dan sesuai dengan keinginan masyarakat dengan adanya variasi rasa produk.

Kemudian, dari segi penetapan harga yang dilakukan tidak terlalu berlebihan harga menyesuaikan ukuran produk yang ditawarkan dengan harga terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. Untuk harga sendiri tidak ematok harga terlalu mahal untuk meningkatkan volume penjualan. mereka lebih memilih untung sedikit dengan volume besar, industri tumbuh dengan secara pesat dan lancer. Dalam meningkatkan omset penjualan tentu dibutuhkan promosi penjualan yang baik untuk meningkatkan penjualan industri kreatif dikecamatan Bandar sribawono belum menerapkan strategi yang tetap, hanya dengan tetap menjaga kualitas rasa makanan dan produk. Tetapi ada sebagian industri yang menggunakan media sosial dan selebaran. dari strategi-strategi yang diterapkan diharapkan dapat bersaing dengan home industri lainnya.

Dengan memperoleh kepercayaan konsumen strategi selanjutnya adalah memperluas pasar dibuktikan dengan pemasaran makanan lokal hanya dikecamatan Bandar sribawono. Kemudian sebagian industri melakukan pemasaran keluar kecamatan dan luar kabupaten. Dengan perluasan area pemasaran mampu meningkatkan volume penjualan dan omset penjualan bertambah.

### **Strategi Pengembangan Potensi Pangan Lokal Untuk Meningkatkan Industri Kreatif Di Desa Kanyuara kecamatan Sidenreng Rappang Kabupaten Sidrap**

Pangan merupakan komoditas penting dan strategis karena pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang pemenuhannya menjadi hak asasi aetiap rakyat. Beragam pangan mempunyai prospek yang cukup luas untuk dikembangkan sebagai substitusi beras dan untuk diolah menjadi makanan berkreasi. potensi industry kreatif dan usaha mikro kecil merupakan peluang untuk mengembangkan kemandirian pangan suatu daerah berbasis pangan lokal yang dimana masyarakat tidak hanya menjual hasil panen tetapi masyarakat bisa mengembangkan dan merasakan hasil panen sebagai makanan. Permasalahannya telah kita lihat saa ini makanan asing dan modern sudah banyak mengalahkan makanan sendiri atau makana tradisional.

#### **4. Kesimpulan**

Strategi pengembangan yang diterapkan industri kreatif di Desa Kanyuara, kecamatan Sidenreng Rappang kabupaten Sidrap untuk meningkatkan daya saing produk lokal dengan produk modern yang pertama adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk). Dimana strategi ini dilakukan untuk meningkatkan posisi persaingan. Strategi kedua yaitu melalui strategi produk dengan memberikan kualitas produk

dengan varians rasa yang berbeda sesuai keinginan konsumen. Kemudian jika dilihat dari strategi penetapan harga menetapkan dengan harga yang terjangkau bagi kalangan konsumen. Jika dilihat dari strategi pengembangan seperti promosi penjualan melalui media sosial dan juga selebaran atau brosur yang dilakukan sebagian pelaku industri kreatif di Desa Kanyuara, kecamatan Sidenreng Rappang kabupaten Sidrap.

#### Referensi :

- Hıdıroğlu, D. (2019). ŞekerlemEndüstrisineYönelikStratejik PlanlamaSürecinde Du- RuAnalizi Uygulamasi: Cadbury, a.Ş.Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.579949>
- Ivanova, E. A., Mackay, M. M., Platonova, T. K., & Elagina, N. V. (2017). Theoretical basis for composition of economic strategy for industry development. *European Research Studies Journal*, 20(1), 246–256. <https://doi.org/10.35808/ersj/614>
- Ratna Sari, N., & Putri Sri, A. (2017). Model of Nature Tourism Development and Its Economic Contributions for Local Communities in Peliatan Village, Ubud, Bali. *Udayana Journal of Social Sciences and Humanities (UJoSSH)*, 1(2), 184. <https://doi.org/10.24843/ujossh.2017.v01.i02.p11>
- Ratnasari, D. S., & Kusumawardani, P. (2015). Spatial Modelling for Food Vulnerability Using Remote Sensing Data and GIS (Study Case in Klungkung Regency, Bali). *Procedia Environmental Sciences*, 24, 15–24. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.03.003>.