ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KUE KHAS TE'TEKAN DI KABUPATEN ENREKANG

Oleh

A.Siti Nurul Izzati¹, A.Nuddin², Arman³

Email : Andinuruly81@gmail.com

Prodi Pertanian Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan
Universitas Muhammadiyah Parepare

ABSTRACT

Te'tekan cake is one of the traditional foods in Enrekang Regency that can increase regional income, so it is necessary to know how te'tekan typical cake business income, how the feasibility of te'tekan typical cake business and how the development strategy by using income analysis method feasibility analysis and interpretativ analysis Stuktural Modelling ISM by taking data through interviews by filling out questionnaires for income and feasibility analysis of 30 respondents and 12 respondents for ISM analysis. The results of this study showed that the income level of te'press cake business in the Village Able District Anggeraja Enrekang regency as much as Rp.18.798.400 / production with a feasibility level of 1.58 and. The results of ISM analysis obtained strategic strategy programs are: (1) production technology development, (2) promotion and marketing, (3) business development, (4) product quality improvement

Keywords : *Te'tekan Typical Cake Business, Income, Feasibility Level, Development Strategy*

ABSTRAK

Kue khas *te'tekan* merupakan salah satu makanan tradisional yang ada di Kabupaten Enrekang yang dapat menambah pendapatan Daerah, sehingga perlu diketahui bagaimana pendapatan usaha kue khas *te'tekan* bagaimana kelayakan usaha kue khas *te'tekan* dan bagaimana strategi pengembangannya dengan menggunakan metode analisis pendapatan analisis kelayakan dan analisis Interpretativ Stuktural Modelling ISM dengan pengambilan data melalui wawancara dengan pengisian kuisioner untuk analisis pendapatan dan kelayakan sebanyak 30 orang responden dan 12 responden untuk analisis ISM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan usaha kue khas *te'tekan* di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang sebanyak Rp.18.798.400/produksi dengan tingkat kelayakannya 1.58 dan. Hasil analisis ISM diperoleh program strategi yang strategis adalah : (1) pengembangan teknologi produksi, (2) promosi dan pemasaran, (3) pengembangan usaha, (4) peningkatan kualitas produk

Kata Kunci : *Usaha Kue Khas Te'tekan, Pendapatan, Tingkat Kelayakan, Strategi Pengembangan*

A. PENDAHULUAN

Enrekang merupakan salah satu daerah yang mempunyai aneka ragam jenis makanan tradisional. Setiap daerah di Enrekang memiliki makanan tradisional

dengan ciri khasnya masing-masing meskipun ada yang sama, tetapi setiap daerah memiliki cita rasanya sendiri. Kue khas *te'tekan* merupakan salah satu makanan tradisional yang ada di

Kabupaten Enrekang. Kue khas ini biasanya di konsumsi sebagai makanan pelengkap dan cemilan wajib masyarakat Enrekang pada hari-hari besar keagamaan seperti Idul Fitri, Idul Adha, Maulid Nabi dan acara keluarga. Kue khas ini juga di jadikan ajang promosi untuk memperkenalkan makanan tradisional yang ada di Kabupaten Enrekang sehingga dapat dijadikan oleh-oleh bagi warga masyarakat yang berkunjung ke kabupaten Enrekang.

Kegiatan usaha kecil merupakan bagian dari sektor informal yang mempunyai kedudukan dan peran yang strategis dalam mewujudkan pembangunan. Khususnya usaha kecil di daerah pedesaan mendapat tempat yang baik dan tanggapan positif oleh masyarakat pedesaan. Usaha kecil adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah diturunkan secara turun-temurun dan atau yang berkaitan dengan seni budaya (Anoraga, 2002).

Usaha kecil yang di kembangkan oleh masyarakat Enrekang khususnya ibu rumah tangga di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Adalah kue khas *te'tekan* yang merupakan kue khas dari daerah Enrekang dan termasuk usaha kecil atau home industry karena dikelola dengan skala yang kecil.

Kemampuan dan keterampilan pemilik usaha dalam mengelolah dan memproduksi kue khas *te'tekan* yaitu karena diperoleh dari warisan secara turun-temurun. Pemilik usaha melakukan pekerjaan dengan tujuan memperoleh dan menambah pendapatan keluarga untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari, karena itu para pemilik usaha sering dihadapkan pada persoalan tentang bagaimana mencapai keberhasilan usaha, serta strategi pengembangan.

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan masalah penelitian antara lain : 1) Bagaimana tingkat kelayakan usaha kue khas *te'tekan* di Kabupaten Enrekang, 2) Bagaimana strategi pengembangan usaha kue khas *te'tekan* di Kabupaten Enrekang ?

B. METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yaitu pada bulan Agustus sampai Oktober 2020. Di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang, sebagai dasar pertimbangan mata pencaharian sebagian besar masyarakat ialah usaha kue khas *te'tekan*.

2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015), “mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas :

subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”

Populasi dalam penelitian adalah semua pelaku usaha kue khas *te'tekan* yang berjumlah 30 pelaku usaha. Karena populasi dalam penelitian ini hanya 30 maka populasi yang di masukan sebagai sampel. Dari populasi disesuaikan dengan pendapat (Sugiyono, 2015) “ sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti)”. Penentuan responden dalam penelitian ISM. Dilakukan melalui sistem ahli pakar dengan menggunakan metode survey. Penetapan responden dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan ketentuan mewakili personil dibidang instansi yang terkait.

3. Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2015) “Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan

sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif kuantitatif diperlukan untuk mengetahui keadaan usaha kue khas *te'tekan* tersebut secara financial seperti pendapatan usaha, R/C Ratio dan ISM. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah :

- a. Biaya produksi, total biaya merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan (Firdaus, 2008). Total biaya dihitung dengan rumus :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC (total cost) = Total Biaya Produksi (Rp)

TFC (Total Fixed Cost) = Total Biaya Tetap (Rp)

TVC (Total Variable Cost) = Total Biaya Variabel (Rp)

- b. Penerimaan adalah hasil penjualan dari sejumlah barang tertentu yang diterima atas penyerahan sejumlah barang kepada pihak lain dapat dihitung menggunakan rumus : $TR = P \cdot Q$

Keterangan :

TR = Total Revenue (Total Penerimaan)

P = Price (Harga)

Q = Quantity (Jumlah Penjualan).

- c. Pendapatan usaha responden dapat dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Soekarwati, 2006).

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

- d. Untuk menentukan tingkat kelayakan usaha responden dapat ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan :

R/C = Return Cost Ratio

TR = Total Penerimaan (Total Revenue)

TC = Total Biaya (Total Cost)

- e. Interpretative Structural Modeling (ISM)

Analisis data menggunakan metode *Interpretative Structural Modelling* adalah kumpulan pendapat pakar sebagai panelis sewaktu menjawab tentang keterkaitan antar-elemen. Permodelan Interpretasi Struktural menganalisis elemen-elemen sistem dan memecahkannya dalam bentuk grafik dari hubungan langsung antar elemen. Elemen-elemen dapat merupakan tujuan kebijakan, target organisasi, faktor-faktor penilaian dan lain-lain. Hubungan

langsung dapat dalam konteks-konteks yang beragam (Marimin, 2008).

Teknik ISM ini dapat digunakan untuk melakukan analisis data. Secara garis besar teknik ISM, langkah pertama yang perlu dilakukan dalam analisis ISM adalah menentukan elemen-elemen yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Selanjutnya disusun sub-elemen pada setiap elemen yang dipilih. Pemilihan elemen dan penyusunan sub elemen dilakukan dari hasil diskusi di setiap instansi yang terkait. Hasil penilaian tersebut tersusun dalam *Structural Self Interaction Matrix* (SSIM) dalam bentuk *Reachability Matrix* (RM) dengan mengganti V, A, X, O menjadi bilangan 1 dan 0.

V = adalah eij adalah 1 eij adalah 0

A = adalah eij adalah 0 dan eij adalah 1

X = adalah eij adalah 1 dan eij adalah 1

O = adalah eij adalah 0 dan eij adalah 0

1 = adalah hubungan konsektual antara elemen

0 = tidak ada hubungan konsektual antar elemen

Nilai 1 berarti ada hubungan kontekstual antara elemen ke-I dan elemen ke-j, sedangkan eij = 0 berarti tidak ada hubungan kontekstual antar elemen ke-I dengan elemen ke-j. kemudian SSM diubah menjadi *Reachability Matrix*

dengan menrubah VAXO menjadi 1 dan 0, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap aturan *transivity*, matrix *Reachability*, untuk mendapatkan matrix *Reachability*, untuk mendapatkan Driver Power (DP) dan *Dependent* (D). tahap terakhir adalah pengelompokan sub-sub elemen kedalam 4 sektor (Saxena, 1994 dalam Eriyatno 1999).

- a. *Weak Driver- weak Dependent Variables (AUTONOMOUS)*, pengubah di sektor ini umumnya tidak berkaitan dengan system, hubungannya sedikit.
- b. *Weak Driver Strongly- Dependent Variables (DEPENDENT)*, pengubah yang masuk kedalam kelompok ini merupakan pengubah tak bebas.

c. *Strong Driver Strongly Dependent Variables (LINKAGE)*, pengubah pada sektor ini harus dikaji secara hati-hati karena interaksinya dapat memberikan dampak dan umpan balik terhadap system.

d. *Strong Driver Weak Dependent Variables (INDEPENDENT)* pengubah dalam sektor ini memiliki pengaruh sangat kuat dalam sistem dan sangat menentukan keberhasilan program.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang di pengaruhi terhadap besar kecilnya produksi suatu usaha. Dimana biaya yang dikeluarkan mengikuti pertambahan atau pengurangan bahan produksi.

Tabel 1. Rata –rata Biaya Variabel Pelaku Usaha Kue Khas *Te'tekan*

No	Biaya Variabel	Jumlah Rata-rata	Nilai (Rp)
1	Minyak goreng	12.23 Ltr	160.033
2	Tepung beras	14.26 Kg	199.733
3	Isi tabung	1.10	22.000
4	Gula aren	12.40 Kg	184.333
5	Kemasan	57.06	28.533
6	Wijen	0.73 Kg	35.833
7	Upah	1.40	140.000
Jumlah Rata-rata			770.466

Sumber: Data Setelah Diolah, (2020)

Rata –rata biaya yang dikeluarkan oleh 30 pelaku usaha kue khas *te'tekan* di Kabupaten Enrekang yaitu sebesar Rp. 770.466

2. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak mengalami perubahan. Walaupun ada perubahan banyaknya

produksi atau penjualan dalam batas tertentu biaya pada dasarnya mempunyai arti jangka pendek dimana faktor-faktor produksi yang digunakan mempunyai faktor produksi tetap (Suratiyah, 2008).

Biaya tetap usaha kue khas *te'tekan* yang termasuk didalamnya adalah pajak,

Tabel 2. Rata –rata Biaya Tetap Pelaku Usaha Kue Khas *Te'tekan*

No	Biaya Tetap	Jumlah (Rp)	Rata-rata (Rp)
1	Pajak	300.000	10.000
2	Penyusutan	9.147.600	304.920
	Jumlah Rata-rata	9.447.600	314.920

Sumber: Data Setelah Diolah, (2020)

Pada tabel 2 biaya rata-rata yang dikeluarkan oleh 30 pelaku usaha kue khas *te'tekan* di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang adalah Rp. 314.920 jumlah biaya tersebut disesuaikan dengan berapa besar biaya yang dikeluarkan pada pengeluaran alat masing-masing responden.

3. Total Biaya Produksi

Menurut (Sukirno, 2013) ”mengemukakan bahwa biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut” Biaya produksi adalah sejumlah pengorbanan yang dinilai dengan uang yang dikeluarkan untuk

dan penyusutan alat serta biaya lainnya. Jumlah biaya tetap yang digunakan oleh pelaku usaha kue khas *te'tekan* di Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel 2.

memproduksi suatu barang atau jasa untuk menambah nilai guna suatu barang pada suatu periode tertentu.

Usaha kue khas *te'tekan* dalam menjalankan produksinya akan mengeluarkan sejumlah biaya mulai pada saat persiapan (menyiapkan alat dan bahan pengolahan lainnya), pelaksanaan usaha hingga pada saat pemasaran atau pada kegiatan menyalurkan hasil produksi kue khas *te'tekan* ke konsumen. Sehingga jika dikaitkan dengan biaya produksi maka dapat disimpulkan biaya usaha kue khas *te'tekan*

adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha kue khas *te'tekan* mulai pada saat akan menyiapkan usaha sampai pada saat mendapatkan hasil produksi.

Tabel 3. Rata-rata Total Biaya Produksi Pelaku Usaha Kue Khas *Te'tekan*

No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	Rata-rata (Rp)
1	Biaya Variabel	23.144.000	770.466
2	Biaya Tetap	9.447.600	314.920
Jumlah		32.591.600	1.085.386

. Sumber: Data Setelah Diolah, (2020)

Tabel 3 menunjukan rata-rata biaya yang dikeluarkan usaha responden di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dengan biaya variabel Rp.23.144.000 dengan biaya tetap Rp.9.447.600 sama dengan Rp.32.591.600 dengan biaya rata-rata yang dikeluarkan oleh pelaku usaha kue khas *Te'tekan* sebesar Rp.1.085.386.

4. Kelayakan

Kelayakan merupakan penilaian yang menyeluruh untuk menilai keberhasilan suatu proyek. Dan studi kelayakan proyek mempunyai tujuan

untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Studi kelayakan atau bisnis merupakan suatu kegiatan mengevaluasi, menganalisis, dan menilai layak atau tidaknya suatu proyek bisnis dijalankan (Jumingan, 2009).

Kelayakan usaha kue khas *te'tekan* yang dilakukan oleh pelaku usaha kue khas di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang dengan menggunakan rumus R/S Ratio

Tabel 4. Rata-rata Total Biaya Tetap Pelaku Usaha Kue Khas *Te'tekan*

No	Uraian	Jumlah (Rp)	Rata-rata (Rp)
1	Penerimaan	51.360.000	1.712.000
2	Biaya	32.561.600	1.085.386
Jumlah			1.58

Sumber: Data Setelah Diolah, (2020)

Tabel 4 menunjukkan bahwa Nilai R/S Ratio yang diperoleh sebesar Rp. 1.58 berdasarkan kriteria R/S Ratio >1, maka usaha tersebut layak untuk dikembangkan atau diusahakan, jadi setiap pengeluaran Rp. 1,- akan diperoleh penerimaan sebesar 1.58,- dengan melihat jumlah usaha yang diperoleh tersebut maka secara ekonomis layak untuk dikembangkan

5. Strategi Pengembangan

Program strategi pengembangan usaha kue khas *te'tekan* di Kabupaten Enrekang. Hasil analisis *Interpretative Stuktural Modelling* (ISM). Usaha kue khas *te'tekan* menunjukkan bahwa 10 sub-elemen, 8 diantaranya merupakan program yang berperan penting dalam strategi pengembangan usaha kue khas *te'tekan*. 4

diantaranya memiliki daya penggerak (Driver power) seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Perbandingan Bobot DP-D Program Strategi Pengembangan Usaha Kue Khas *Te'tekan*

Posisi	Sub Elemen	Bobot	
		DP	D
Linkage	1. Pengembangan teknologi produksi	1,0*	0,6
	2. Promosi dan pemasaran	1,0	0,6
	3. Pengembangan usaha	1,0	0,6
	4. Peningkatan kualitas produk	1,0	0,7
	5. Program pendidikan dan pelatihan	0,8	0,3
	6. Peningkatan peran penyuluh	0,7	0,6
	7. Pengembangan mutu kemasan	0,6	0,7
	8. Pengembangan merek produk/ikon daerah	0,6	1,0
Dependent	9. Penganekaragaman bentuk dan model produk	1	0,8
	10. Pengstabilan harga	0,2	0,9

Keterangan : DP (Driver Power). D (Dependent), *) Program Prioritas Kunci

a. Program Strategis diposisi Linkage teknologi produksi, perkembangan Hasil analisis Interpretative teknologi komunikasi, dan perkembangan Struktural Modelling (ISM) Menunjukkan teknologi transportasi. Jenis teknologi bahwa ada 8 program strategis yang berada digolongkan menjadi dua yaitu teknologi pada posisi linkage, diantaranya adalah jaman dahulu (tradisional) dan jaman sub elemen : 4. Pengembangan teknologi sekarang (modern). Teknologi tradisional produksi, 8. Promosi dan pemasaran, 9. masih menggantungkan pada tenaga Pengembangan usaha, 2. Peningkatan hewan, angin dan manusia, sedangkan kualitas produk, 10. Program pendidikan teknologi modern sudah memanfaatkan dan pelatihan, 6. Peningkatan peran tenaga mesin (Pujianti dan Yulianti, 2008). penyuluh/pendampingan, 3. Program srategi selanjutnya adalah Pengembangan mutu pengemasan, 1. promosi dan pemasaran, selain modal, Pengembangan produk ikon/daerah. materi, dan niat yang kuat dibutuhkan juga

Program strategi pengembangan strategi yang jitu untuk menghadapi usaha kue khas *Te'tekan* yang berada pada persaingan. Salah satu strategi marketing posisi linkage adalah pengembangan yang dijamak, diaplikasikan oleh pelaku teknologi produksi. Pengembangan usaha adalah promosi (media sosial) teknologi meliputi perkembangan melalui promosi ini konsumen akan lebih

tertarik akan produk kue khas *te'tekan* ini. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan, 2001).

Program strategi selanjutnya adalah pengembangan usaha. Pengembangan usaha. Merupakan salah satu kegiatan membuat suatu usaha lebih stabil, layaknya usaha kue khas *te'tekan* dengan adanya perhatian khusus terhadap kegiatan usaha ini, sehingga pengembangan diluar usaha kue khas *te'tekan* juga dapat menambah pendapatan usaha seperti penjualan baje, dodol, kripik dan lain sebagainya

Program strategis selanjutnya ialah peningkatan kualitas produk. Saat ini perkembangan dunia bisnis telah mengalami banyak kemajuan yang cukup pesat sehingga mendorong persaingan antar perusahaan semakin meningkat . dengan adanya fenomena tersebut kita dituntut untuk dapat bersaing dalam menciptakan produk unggul yang dapat laku dipasaran. Produk yang berkualitas tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan. Kualitas produk merupakan suatu ciri dari tempat yang mana pelanggan akan merasa puas

saat melakukan pembelian maupun mengkonsumsi produk tersebut. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk yang ia beli pelanggan akan loyal dan akan melakukan pembelian ulang.

Program strategi selanjutnya adalah program pendidikan dan pelatihan, manusia memiliki sejumlah kemampuan yang dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pengalaman. Pengalaman itu terjadi karena interaksi manusia dengan lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial manusia secara efektif. Kegiatan pelatihan memberikan manfaat yang cukup besar bagi peserta pelatihan apabila dikelola dengan baik. Banyak orang telah memanfaatkan pelatihan untuk membantu mereka dalam melaksanakan berbagai tugas dalam kehidupan, pada hakikatnya pelatihan merupakan pemberian pengalaman kepada seseorang untuk mengembangkan tingkah laku dalam hal ini skill dan sikap agar mencapai sesuatu yang diinginkan (Robinson, 1981).

Peningkatan peran penyuluh/pendampingan merupakan agen perubahan yang langsung berhubungan dengan pelaku usaha. Fungsi utamanya yaitu mengubah perilaku pelaku usaha kue khas *te'tekan* dengan pendidikan non formal sehingga dapat memberikan hal

yang baru secara berkelanjutan. Penyuluh dapat mempengaruhi sasaran dan peranannya sebagai motivator, educator, dinamisator, kominikator, maupun sebagai penasehat (Jermie 2000).

Pengembangan mutu pengemasan merupakan hal yang penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi kemasan digunakan sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Menurut Kotler (2003) pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk, sedang menurut Swasta, Basu (1999) mengatakan kemasan (packaging) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut.

Pengembangan merek produk ikon daerah adalah kemampuan dalam

mengembangkan produk ikonik adalah produk yang menjadi ikon atau lambang yang bersifat spesifik yang menjadi daya pengingat konsumen dengan simbol-simbol yang terdapat pada produk tersebut (Fitriani, 2014). Jadi keunggulan produk ikon atau lambang yang menjadi daya pengingat konsumen dengan simbol-simbol yang terdapat pada produk tersebut.

b. Program Strategi Dependent

Hasil analisis Interpretatif Structural Modelling (ISM) menunjukkan bahwa ada 2 program yang berada pada posisi dependent, 5. Penganekaragaman bentuk dan model produk, 7. Pengstabilan harga. Program yang ada diposisi ini tidak bebas artinya semua bergantung pada tindakan terhadap sub-elemen lainnya.

Kecilnya *Driver power* (DP) menunjukkan idikasi bahwa sub-elemen tidak menjadi strategi pengembangan usaha kue khas *Te'tekan*, sedangkan *dependent* (D) menunjukkan bahwa ketergantungannya terhadap sub-elemen lainnya besar artinya sub-elemen yang ada diposisi ini adalah tidak bebas karena itu sub-elemen yang ada diposisi ini tidak penting atau tidak menjadi strategi pengembangan usaha kue khas *te'tekan*.

Gambar 1. Model structural Program Strategi yang perlu dilakukan untuk Pengembangan Usaha Kue *Te'tekan*

Gambar 1 menunjukkan bahwa yang berada pada level 1 ada 4 strategi pengembangan usaha kue khas *te'tekan* yang berarti bahwa strategi pengembangan usaha kue *te'tekan* yang sangat diperlukan adalah adanya pengembangan teknologi produksi. Pengembangan teknologi yang paling penting bagi manusia salah satunya, saat ini teknologi produksi berperan dalam mempermudah atau mempercepat (pekerjaan) proses produksi. Perkembangan teknologi meliputi perkembangan teknologi produksi, perkembangan teknologi komunikasi, dan perkembangan teknologi transportasi. Disamping promosi dan pemasaran, pengembangan usaha, peningkatan kualitas produk untuk mendukung pengembangan usaha kue khas *te'tekan* di Kabupaten Enrekang. Dimana strategi tersebut harus dilakukan untuk pengembangan usaha kue khas *te'tekan* oleh pemerintah.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan penelitian yang dilakukan di Desa Mampu Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kelayakan usaha kue khas *te'tekan* yang diperoleh sebesar 1.58 jadi setiap pengeluaran Rp. 1,- akan diperoleh penerimaan sebesar 1.58,- dengan melihat jumlah usaha *te'tekan* dapat dikatakan usaha tersebut menguntungkan secara ekonomis dan layak untuk diusahakan.
2. Program kegiatan yang strategis dalam upaya pengembangan usaha kue khas *Te'tekan*. Sebagai berikut :
 - a. pengembangan teknologi produksi, sangat berperan penting dalam mempermudah atau mempercepat (pekerjaan) proses produksi.
 - b. Promosi dan pemasaran, salah satu strategi marketing yang di jamak,

- diaplikasikan oleh pelaku usaha adalah promosi (media sosial), melalui promosi konsumen akan lebih mengetahui secara detail produk yang ada dipasaran.
- c. Pengembangan usaha, merupakan salah satu kegiatan yang membuat usaha lebih stabil, layaknya kue khas *te'tekan* dengan adanya perhatian yang khusus terhadap kegiatan usaha ini, sehingga dapat memberikan nilai tambah yang lebih.
 - d. Peningkatan kualitas produk, Produk yang berkualitas tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan. Kualitas produk merupakan suatu ciri dari tempat yang mana pelanggan akan merasa puas saat melakukan pembelian maupun mengkonsumsi produk tersebut.
 - e. Program pendidikan dan pelatihan, Kegiatan pelatihan memberikan manfaat yang cukup besar bagi peserta pelatihan apabila dikelola dengan baik. Banyak orang telah memanfaatkan pelatihan untuk membantu mereka dalam melaksanakan berbagai tugas dalam kehidupan.
 - f. Peningkatan peran penyuluh/ pendampingan, Fungsi utamanya yaitu mengubah perilaku pelaku usaha kue khas *te'tekan* dengan pendidikan non formal sehingga dapat memberikan hal yang baru secara berkelanjutan.
 - g. Pengembangan mutu pengemasan, kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi kemasan digunakan juga sebagai media promosi untuk memikat konsumen.
 - h. Pengembangan merek produk/ikon daerah, yang menjadi ikon atau lambang yang bersifat spesifik yang menjadi daya pengingat konsumen dengan simbol-simbol yang terdapat pada produk tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga. 2002. Koperasi Kewirausahaan, Dan Usaha Kecil. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha, 1999 Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Ketiga Yogyakarta, *Liberty*.
- Eriyatno. 1999. Ilmu Sistem Meningkatkan Mutu dan Efektivitas Manajemen. IPB Press, Bogor, Hal 79
- Firdaus, M.2008. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Fitriani, L.K. (2014). Produk Ikonik Akulturatif. Disertasi Program Doktor Ilmu Ekonomi Bidang Kajian Manajemen Pemasaran Universitas Diponegoro, Semarang : Penerbit Pustaka Magister.

- Jermie MJ. 2000. Peranan Imu Penyuluhan Menuju Pembangunan Pertanian Yang Berwawasan Agribisnis Dalam.
- Jumingan, 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Bumi Aksara
- Marimin. 2008. *Tenik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kreteria Majemuk*. Grassindo. Jakarta.
- Philips Kolter, 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas*, Jakarta: PT. Indeks.
- Pujianti, R. H. dan U. Yulianti. 2008. *Cerdas Pengetahuan Sosial untuk SD/MI Kelas IV*. Jakarta: Pusat Perbukuan Depdiknas.
- Robinson. 1981 *Chilid Develoment, New York*: Holt Rinehart.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Pendekatan Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua satu. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar : PT. Radja Grafindo Persada*.
- Soekartawi, (2006: 85-86). *Pembangunan Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.