

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK HARUAN SEBAGAI PRODUK UNGGULAN LOKAL DI DESA KOTA RADEN HULU KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Widya Ananda¹, Haris Fadillah²
Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi, Amuntai
e-mail: widyayaya13@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk sebagai produk unggulan lokal di Desa Kota Raden Hulu, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Latar belakang penelitian ini adalah potensi besar ikan haruan (*Channa striata*) sebagai bahan baku lokal yang belum dioptimalkan dalam industri olahan pangan. Kerupuk haruan menjadi salah satu ikon kuliner yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat serta pelestarian budaya daerah. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis strategi efektif dalam peningkatan daya saing serta pengembangan usaha kerupuk haruan, dengan mengkaji faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku, dukungan pemerintah desa, serta inovasi produk baik dalam pengolahan maupun pengemasan merupakan faktor penentu utama keberhasilan pengembangan usaha ini. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan keterampilan, inovasi, pengemasan, dan akses pasar. Oleh karena itu, kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat sangat diperlukan guna meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, branding produk, dan keberlanjutan usaha. Implementasi strategi pengembangan yang tepat diharapkan mampu menempatkan kerupuk haruan sebagai produk unggulan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan memperkuat identitas budaya daerah.

Kata Kunci: Pengembangan usaha, Kerupuk haruan, UMKM.

ABSTRACT

*This study discusses the development strategy for haruan crackers as a superior local product in Kota Raden Hulu Village, Amuntai Tengah District, Hulu Sungai Utara Regency. The background of this study is the great potential of haruan fish (*Channa striata*) as a local raw material that has not been optimized in the food processing industry. Haruan crackers are a culinary icon that has the potential to encourage community economic growth and preserve regional culture. The purpose of this study is to identify and analyze affective strategies for increasing competitiveness and developing the haruan cracker business, by examining strengths, weaknesses, opportunities, and threats through a SWOT analysis. The result show that the availability of raw materials, village government support, and product innovation both in processing and packaging are the main determining factors for the success of this business development. Obstacles faced include limited skills, innovation, packaging, and market access. Therefore, collaboration between business actors, the government, and the community is essential to improve the effectiveness of marketing strategies, product branding, and business sustainability. The implementation of appropriate development strategies is expected to position haruan crackers as a superior product that improves the welfare of local communities and strengthens regional cultural identity.*

Keywords: Business development, haruan crackers, UMKM.

PENDAHULUAN

Negara Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam (SDA) yang tak terbatas, meliputi perkebunan, persawahan dan perikanan yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Kalimantan selatan memiliki salah satu jenis ikan air tawar yang cukup populer terkhusus di Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu ikan haruan atau yang biasa disebut *channa striata*. Warga sekitar memanfaatkan ikan ini menjadi berbagai olahan salah satunya adalah kerupuk haruan yang terus dikembangkan. Dalam memenuhi pertumbuhan ekonomi daerah usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat. Salah satunya adalah sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dikembangkan melalui industri olahan pangan berbasis sumber daya lokal. Daerah Indonesia banyak memiliki potensi bahan baku lokal yang belum dimanfaatkan secara maksimal termasuk daerah luar ataupun daerah pelosok karena terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dan skill masyarakatnya.

Definisi tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu” (Sanjaya and Nuratama, 2021). Peran UMKM dalam strategi pengembangan usaha kerupuk haruan sebagai produk unggulan lokal di Desa Kota Raden Hulu, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara sangat penting bagi masyarakat setempat. UMKM menjadi motor utama yang menggerakkan produksi kerupuk haruan, yang tidak hanya berfungsi sebagai sumber penghasilan bagi para pelaku usaha, tetapi juga membuka lapangan kerja bagi warga sekitar. Dengan adanya UMKM, masyarakat memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan produksi dan mengelola usaha secara mandiri, sehingga meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka. Selain itu, UMKM berperan dalam melestarikan tradisi dan kearifan lokal melalui produk kerupuk haruan yang menjadi ciri khas desa tersebut. Produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk dipasarkan lebih luas, sehingga mampu memperkenalkan budaya dan keunikan desa ke pasar yang lebih besar. UMKM juga memfasilitasi adanya inovasi dan peningkatan kualitas produk sehingga kerupuk haruan dapat bersaing dengan produk lain di pasar, baik dari segi rasa, kemasan, maupun daya tahan. Dalam konteks pengembangan usaha, UMKM menjadi penghubung antara masyarakat dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendukung, dan konsumen, sehingga membantu memperkuat jejaring dan akses pasar. Hal ini memungkinkan usaha kerupuk haruan tumbuh lebih baik, meningkatkan nilai ekonomi desa, dan mendorong perekonomian lokal secara berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM bukan hanya sebagai pelaku usaha semata, tetapi juga sebagai agen perubahan yang membawa dampak positif bagi kemajuan masyarakat di Desa Kota Raden Hulu.

Beberapa wilayah pada Kabupaten Hulu Sungai Utara memiliki banyak potensi salah satunya adalah pengembangan produk olahan ikan lokal seperti di Desa Hambuku Hulu, Kecamatan Sungai Pandan. Beberapa daerah lainnya yang juga memiliki potensi pengembangan produk olahan ikan berada pada Desa Kota Raden Hulu yang terletak di Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. Produk olahan kerupuk haruan ini tidak hanya menjadi daya tarik dan digemari oleh masyarakat lokal, tetapi juga mulai dikenal konsumen dari berbagai daerah dan menjadi ciri khas oleh-oleh yang berasal dari Kalimantan Selatan, Indonesia.

Tentunya dalam mengembangkan produk olahan kerupuk haruan ini memiliki persaingan bisnis yang cukup signifikan seiring dengan berkembangnya dan meningkatnya selera para konsumen sehingga semakin banyak produk sejenis yang dijual dipasaran maupun secara online. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha produk olahan kerupuk haruan yang dimiliki agar usaha tersebut dapat bersaing dan bertahan dengan lama. Salah satu cara efektif untuk mempertahankannya adalah dengan menjaga kualitas produk dan membuat kemasan yang menarik sesuai dengan perkembangan zaman.

Persaingan merupakan suatu keniscayaan dalam bisnis. Pelaku usaha tidak mungkin terhindar dari pesaing yang dapat mengganggu dan mengakuisisi pangsa pasar yang dimiliki. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi tekanan dari pesaing adalah menetapkan dan mengimplementasikan strategi yang tepat. Strategi dalam bisnis diyakini dapat mengoptimalkan peran sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam meminimalkan risiko persaingan. Tetapi masih banyak entitas bisnis yang belum menyadari pentingnya strategi untuk memenangkan persaingan dalam suatu industry (Arif and Anggraeni, 2023).

Persaingan bisnis pada produk olahan kerupuk haruan terjadi karena semakin banyak pelaku usaha yang tertarik untuk mengembangkan produk ini sebagai peluang ekonomi. Kerupuk haruan yang menjadi produk khas dari suatu daerah memiliki potensi pasar yang cukup besar, sehingga berbagai pelaku UMKM dan pengusaha mulai berlomba-lomba untuk memproduksi dan memasarkan kerupuk tersebut. Dalam kondisi seperti ini, persaingan tidak hanya terjadi dalam hal harga, tetapi juga dalam kualitas produk, inovasi rasa, kemasan, serta strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen.

Selain itu, persaingan bisnis juga dipengaruhi oleh kehadiran produk-produk kerupuk lain yang serupa dari daerah lain atau produk kerupuk dengan bahan dasar yang berbeda, sehingga pelaku usaha kerupuk haruan harus mampu membedakan produknya agar tetap diminati oleh konsumen. Faktor keunikan cita rasa kerupuk haruan dan kualitas bahan baku menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang harus terus dijaga dan dikembangkan. Tidak kalah penting, kemasan yang menarik dan pemasaran yang kreatif melalui media sosial atau jaringan distribusi yang luas juga menjadi bagian dari strategi menghadapi persaingan agar produk dapat dikenal dan diterima lebih luas.

Persaingan yang terjadi memacu pelaku usaha untuk terus meningkatkan efisiensi produksi dan menjaga konsistensi mutu, sehingga mampu mempertahankan pelanggan sekaligus menarik pelanggan baru. Di sisi lain, persaingan ini juga membuka peluang kolaborasi antar pelaku usaha, misalnya melalui pembentukan kelompok usaha bersama atau asosiasi yang dapat saling mendukung dalam menghadapi tantangan pasar. Dengan demikian, persaingan bisnis pada produk olahan kerupuk haruan tidak hanya sebagai tantangan, tetapi juga sebagai dorongan untuk melakukan inovasi dan pengembangan usaha yang berkelanjutan agar produk dapat bersaing dan terus berkembang di pasar lokal maupun lebih luas.

Pemasaran yang efektif adalah kunci utama dalam pengembangan usaha olahan kerupuk haruan. Dengan diperlukannya usaha strategi branding yang kuat untuk memposisikan produk ini sebagai produk pilihan unggulan di pasar. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform online, produk olahan kerupuk haruan dapat

disebarluaskan untuk dikenalkan kepada konsumen dalam lingkup yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Dukungan dari pemerintah desa/kelurahan setempat sangat penting untuk pengembangan usaha ini. Melalui kebijakan yang mendukung UMKM, program pendampingan, dan bantuan permodalan, usaha kerupuk haruan dapat tumbuh dengan baik. Kerjasama antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha juga diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan usaha kerupuk ikan haruan.

Pengembangan kerupuk ikan haruan sebagai produk unggulan juga sejalan dengan pelestarian budaya lokal dan berkelanjutan sumber daya alam. Produk ini dapat menjadi simbol identitas desa, yang memperkenalkan keanekaragaman kuliner dan tradisi lokal kepada masyarakat luar. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bermanfaat bagi pelestarian budaya.

Namun, hingga saat ini pengembangan usaha kerupuk haruan masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan keterampilan pengolahan, rendahnya inovasi produk, teknik pengemasan yang sederhana, serta keterbatasan akses pasar. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan usaha yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk kerupuk haruan dipasar lokal maupun regional.

Inovasi dalam pengolahan kerupuk ikan haruan sangat diperlukan untuk menarik minat konsumen. Pengembangan varian rasa dan kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya jual produk. Menurut Yuniastri *et al.* (2024), inovasi produk merupakan kunci untuk bertahan dipasar yang kompetitif. Inovasi dalam pengolahan kerupuk ikan haruan merupakan langkah penting untuk meningkatkan daya saing produk serta memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Pengolahan kerupuk ikan haruan tidak hanya sebatas pada proses tradisional yang biasa dilakukan, tetapi juga dapat dikembangkan dengan berbagai cara agar menghasilkan produk yang lebih berkualitas, menarik, dan tahan lama. Salah satu bentuk inovasi adalah pengembangan varian rasa yang berbeda dengan memadukan rempah-rempah atau bumbu khas lokal sehingga menciptakan cita rasa yang unik dan menggugah selera. Hal ini dapat menarik minat konsumen yang mencari produk dengan rasa baru dan khas.

METODE

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena tertentu secara sistematis, faktual dan akurat. Penelitian deskriptif kualitatif tidak mencari hubungan kausal atau pengaruh antar variabel, melainkan bertujuan untuk mendeskripsikan strategi, tantangan, serta peluang dalam mengembangkan kerupuk haruan sebagai produk unggulan lokal. Sasaran dalam penelitian adalah berjumlah 7 orang informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul, dianalisis menggunakan teknik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari *Strengths, Weakness, Opportunites, dan Threats*. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan) lingkungan internal dan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2019). Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang

dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Pada penelitian ini, cara peneliti menguji uji kredibilitas hasil penelitian dilakukan dengan 3 cara yaitu, perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan trigulasi.

PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Haruan Sebagai Produk Unggulan Lokal Di Desa Kota Raden Hulu Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara

Analisis strategi pengembangan usaha kerupuk haruan sebagai produk unggulan lokal di Desa Kota Raden Hulu, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, melibatkan berbagai aspek yang saling terkait untuk mendorong pertumbuhan dan keberhasilan usaha tersebut. Pertama-tama, penting untuk memahami potensi dan kekuatan produk kerupuk haruan yang menjadi ciri khas desa ini. Produk ini memiliki nilai lebih karena bahan bakunya yang berasal dari ikan haruan yang melimpah dan khas daerah setempat, serta keunikan cita rasa yang membedakannya dari produk sejenis di daerah lain. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha harus memanfaatkan keunggulan ini sebagai modal utama dalam menarik perhatian pasar, baik lokal maupun di luar daerah.

Selanjutnya, strategi pengembangan usaha perlu fokus pada peningkatan kualitas produk secara konsisten melalui penerapan teknik produksi yang baik dan standar kebersihan yang baik. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi produk di pasaran. Selain itu, inovasi dalam varian rasa, kemasan yang menarik, dan penyesuaian produk sesuai dengan kebutuhan pasar dapat memperluas daya tarik kerupuk haruan. Kemasan yang menarik dan praktis juga dapat membantu produk lebih mudah dikenali dan diterima oleh konsumen, sekaligus memberikan nilai tambah yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

Aspek pemasaran menjadi elemen penting dalam strategi pengembangan usaha ini. Penggunaan media sosial dan platform digital untuk promosi dapat menjadi sarana efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk generasi muda yang sangat familiar dengan teknologi. Selain itu, membangun jaringan distribusi yang baik dan bekerja sama dengan toko-toko lokal, pasar tradisional, dan bahkan pengecer di kota-kota besar dapat membantu memperluas akses produk kerupuk haruan. Kerjasama dengan pemerintah daerah dan lembaga pendukung juga dapat memperkuat posisi usaha melalui pelatihan, pendampingan, maupun bantuan modal dan fasilitas promosi.

Dari segi sumber daya manusia, pemberdayaan pelaku UMKM di desa sangat krusial dalam menjalankan strategi ini. Pelatihan keterampilan produksi, manajemen usaha, hingga pemasaran harus terus diberikan agar pelaku usaha mampu meningkatkan kompetensi dan profesionalisme dalam menjalankan bisnis. Keterlibatan masyarakat secara aktif juga dapat memperkuat semangat gotong royong dan mempercepat perkembangan usaha secara kolektif.

Selain itu, analisis strategi pengembangan usaha kerupuk haruan harus mempertimbangkan tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi, seperti persaingan dengan produk sejenis, fluktuasi harga bahan baku, serta keterbatasan akses pasar dan teknologi. Oleh karena itu, strategi yang dirancang harus fleksibel dan adaptif terhadap perubahan kondisi pasar dan lingkungan bisnis. Pendekatan kolaboratif dan inovatif menjadi kunci agar usaha kerupuk haruan dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

1. Kekuatan

Kekuatan adalah segala sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang dimiliki suatu organisasi atau usaha yang dapat digunakan untuk mendukung

tercapainya tujuan. Kekuatan mencakup berbagai aspek yang mendukung pencapaian tujuan dan keberhasilan dalam menjalankan kegiatan.

a. Kualitas bahan baku

Bahan baku merupakan komponen utama dalam proses produksi suatu barang, terutama pada sektor industri pengolahan. Kualitas bahan baku sangat menentukan hasil akhir dari produk yang dihasilkan, baik dari segi rasa, bentuk, daya tahan, maupun nilai jual produk tersebut. Bahan baku yang berkualitas tinggi akan menghasilkan produk yang lebih baik, lebih konsisten, dan memiliki daya saing yang tinggi dipasar.

Dari hasil wawancara dan observasi di lapangan, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha kerupuk haruan di Desa Kota Raden Hulu memiliki perhatian besar terhadap kualitas bahan baku sebagai bagian penting dalam menjaga mutu produk. Proses pemilihan bahan dilakukan secara langsung dan mandiri, dengan mengandalkan pengalaman dan kepekaan terhadap ciri fisik bahan seperti kesegaran, aroma, dan warna.

b. Cita rasa khas

Cita rasa khas adalah karakter atau keunikan rasa yang dimiliki oleh suatu produk makanan dan menjadi pembeda dengan produk lainnya. Cita rasa ini terbentuk dari kombinasi bahan baku utama, cara pengolahan, bumbu yang digunakan, serta teknik penyajian yang konsisten. Cita rasa berperan penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan karena konsumen akan cenderung memilih produk yang memiliki rasa unik dan memuaskan. Oleh karena itu, mempertahankan cita rasa khas menjadi salah satu strategi utama dalam menjaga keberlanjutan usaha dan menarik konsumen baru.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa cita rasa khas pada kerupuk haruan merupakan hasil kombinasi antara bahan baku segar, cara pengolahan tradisional dan pengalaman pelaku usaha dalam menjaga konsistensi. Rasa gurih, tekstur renyah, dan aroma ikan yang khas menjadikan produk ini digemari oleh konsumen lokal maupun luar daerah.

c. Harga terjangkau

Harga terjangkau adalah kondisi di mana suatu produk atau jasa dijual dengan tingkat harga yang masih dapat dijangkau oleh mayoritas konsumen, sesuai dengan daya beli masyarakat. Dalam konteks usaha mikro dan kecil, harga terjangkau bukan berarti harga yang paling murah, tetapi harga yang sebanding dengan kualitas produk, serta tidak memberatkan konsumen dari berbagai latar belakang ekonomi. Penetapan harga yang sesuai dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi, daya beli masyarakat lokal, serta persaingan di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa harga terjangkau adalah salah satu faktor mempertahankan keberlangsungan usaha kerupuk haruan. Harga yang stabil dan tidak memberatkan konsumen menjadikan produk ini mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

2. Kelemahan

Kelemahan adalah merupakan faktor internal dalam suatu usaha yang menghambat pencapaian tujuan atau perkembangan usaha. Kelemahan muncul dari keterbatasan sumber daya, keterampilan teknologi atau manajemen yang kurang optimal, dan jika tidak ditangani, dapat menjadi penghambat keberhasilan.

a. Peralatan produksi masih tradisional

Peralatan produksi tradisional adalah peralatan yang digunakan secara manual dan sederhana, tanpa bantuan teknologi modern atau mesin otomatis. Proses produksi yang menggunakan alat tradisional ini biasanya memerlukan tenaga kerja lebih banyak, waktu yang lebih lama, dan hasil yang bergantung

pada keterampilan individu. Meskipun tetap mampu menghasilkan produk berkualitas, penggunaan alat tradisional menjadi kendala ketika permintaan meningkat atau saat cuaca tidak mendukung proses pengeringan. Keterbatasan alat juga membuat pelaku usaha kesulitan meningkatkan kapasitas produksi atau menjaga konsistensi ukuran dan bentuk produk.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa penggunaan peralatan produksi yang masih tradisional merupakan kelemahan internal yang signifikan dalam usaha kerupuk haruan. Proses dan membatasi kapasitas, sehingga menyulitkan pelaku usaha untuk memenuhi permintaan pasar dalam jumlah besar. Selain itu ketergantungan pada cuaca dalam proses penjemuran, menjadikan produksi tidak stabil. Meskipun kualitas rasa tetap terjaga, secara kualitas rasa tetap terjaga, secara kuantitas dan efisiensi, usaha menjadi kurang kompetitif jika dibandingkan dengan usaha serupa yang sudah menggunakan teknologi modern.

b. Kurangnya pemasaran dan promosi digital

Promosi dan pemasaran digital adalah upaya memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memanfaatkan media digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp), Marketplace (Shopee, Tokopedia), hingga website. Dalam dunia usaha modern, pemasaran digital menjadi salah satu elemen penting untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, baik lokal maupun luar daerah. Keterbatasan pemahaman teknologi, kurangnya akses internet yang stabil, dan minimnya pelatihan menjadi alasan utama mengapa pemasaran digital memiliki potensi besar untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan.

3. Peluang

Peluang adalah kondisi eksternal yang positif dan dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha. Peluang muncul dari lingkungan luar seperti perkembangan pasar, perubahan tren konsumen, dukungan kebijakan pemerintahan, atau kemajuan teknologi.

a. Dukungan dari Pemerintah dan Dinas UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pemerintah, baik pusat maupun daerah, memberikan perhatian besar terhadap pengembangan UMKM melalui berbagai bentuk dukungan seperti pelatihan manajemen usaha, bantuan alat produksi, pendampingan promosi dan pemasaran, keterlibatan dalam pameran UMKM.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa dukungan pemerintah merupakan peluang nyata yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha kerupuk haruan untuk berkembang. Walaupun belum menyentuh semua pelaku usaha secara merata, namun pelatihan, penyuluhan, bantuan alat, dan pameran UMKM sudah mulai berjalan dan memberikan dampak positif. Pelaku usaha yang aktif mengikuti program tersebut tampak lebih siap dari sisi pengemasan, promosi, dan legalitas. Dengan keterlibatan lebih lanjut, diharapkan semua pelaku usaha bisa memanfaatkan peluang ini secara merata dan maksimal.

b. Potensi oleh-oleh

Oleh-oleh adalah produk yang biasanya dibawa pulang oleh seseorang setelah melakukan perjalanan, baik untuk diberikan kepada keluarga, teman, atau sebagai kenang-kenangan dari suatu daerah. Produk oleh-oleh umumnya memiliki ciri khas lokal, baik dari segi bahan, rasa, kemasan, atau keunikan tradisi daerah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa kerupuk haruan memiliki potensi besar sebagai produk oleh-oleh khas daerah. Permintaan dari luar daerah sudah ada dan cukup konsisten, terutama jika pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas kemasan, branding, serta memperpanjang daya simpan produk. Keunikan bahan baku, rasa khas, dan identitas lokal menjadi keunggulan yang menjadikan kerupuk haruan mampu bersaing sebagai oleh-oleh, khususnya dari wilayah Hulu Sungai Utara.

4. Ancaman

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi menghambat atau merugikan perkembangan usaha. Ancaman berasal dari luar organisasi dan tidak bisa dikendalikan secara langsung oleh pelaku usaha. Namun, ancaman tetap harus diantisipasi dan diminimalkan dampaknya dengan strategi yang tepat. Jika diabaikan, ancaman dapat menurunkan daya saing dan menghambat pertumbuhan usaha.

a. Persaingan dengan produk serupa

Persaingan dengan produk serupa merupakan kondisi di mana suatu usaha menghadapi kompetitor yang menjual produk dengan jenis, fungsi, bahan baku, atau manfaat yang hampir sama. Dalam dunia usaha, hal ini merupakan ancaman dunia usaha, hal ini merupakan ancaman eksternal yang tidak bisa dihindari dan harus dihadapi dengan strategi yang tepat.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa persaingan dengan produk sejenis menjadi ancaman nyata yang dirasakan oleh pelaku usaha. Walaupun kerupuk haruan memiliki keunikan dari segi bahan dan rasa, namun tanpa perbaikan dari sisi kemasan dan promosi, maka produk ini akan tertinggal dalam kompetisi pasar. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga penampilan dan informasi produk, terutama di era digital saat ini. Maka, inovasi dan peningkatan daya saing menjadi langkah penting untuk mengatasi ancaman ini.

b. Ketergantungan pada cuaca

Ketergantungan terhadap cuaca adalah kondisi di mana aktivitas usaha sangat dipengaruhi oleh faktor alam, seperti musim hujan, kemarau, atau perubahan iklim ekstrem. Ketika usaha tergantung pada sumber daya alam atau proses kondisi lingkungan, maka perubahan cuaca menjadi faktor eksternal yang berpotensi menghambat kelangsungan produksi, distribusi, hingga penjualan produk.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa ketergantungan terhadap cuaca merupakan salah satu ancaman utama dalam keberlangsungan usaha berbasis bahan alami dan pengolahan tradisional. Minimnya teknologi dan infrastruktur seperti tempat penyimpanan, alat pengering buatan, serta ketergantungan pada pasokan musiman membuat usaha menjadi rentan terhadap perubahan cuaca. Usaha kecil khususnya menjadi lebih terdampak karena tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk menyaingi kondisi cuaca buruk, sehingga perlu perhatian dan solusi jangka panjang.

c. Kenaikan harga bahan baku

Kenaikan harga bahan baku merupakan salah satu bentuk ancaman eksternal dalam dunia usaha, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Harga bahan baku sering kali fluktuatif dan tidak stabil, tergantung pada musim, kondisi pasar, inflasi, pasokan dari produsen, serta faktor eksternal lainnya seperti distribusi dan cuaca. Ketika harga bahan baku naik, pelaku usaha terpaksa mengeluarkan biaya produksi lebih besar. Jika tidak

diimbangi dengan penyesuaian harga jual atau efisiensi produksi, maka keuntungan akan menurun.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga bahan baku merupakan ancaman nyata bagi keberlangsungan usaha mikro kecil. Kenaikan ini tidak hanya mempengaruhi biaya produksi, tetapi juga mempengaruhi kelancaran operasional dan kestabilan usaha secara umum. Tanpa strategi khusus untuk mengatasi fluktuasi harga, pelaku usaha akan terus berada dalam posisi yang tidak menguntungkan dan berisiko mengalami kerugian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Haruan Sebagai Produk Unggulan Lokal Di Desa Kota Raden Hulu Sungai Utara, dapat disimpulkan bahwa usaha kerupuk haruan memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi salah satu produk unggulan daerah. Potensi ini tidak hanya ditinjau dari ketersediaan bahan baku lokal berupa ikan haruan, tetapi juga dari cita rasa produk yang khas dan telah dikenal oleh masyarakat luas sebagai makanan tradisional yang bernilai ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa kerupuk haruan bukan hanya sekedar makanan olahan, melainkan juga bagian dari warisan kuliner lokal yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pasar dalam maupun luar daerah.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pengembangan usaha kerupuk haruan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Dari sisi internal, kekuatan yang dimiliki oleh para pelaku usaha meliputi penggunaan bahan baku segar yang mudah didapatkan, proses produksi tradisional yang masih dipertahankan sehingga menghasilkan rasa yang autentik, serta harga produk yang cukup terjangkau bagi berbagai kalangan. Namun demikian, kelemahan juga cukup jelas terlihat, seperti masih rendahnya kemampuan dalam mengelola usaha secara profesional, keterbatasan dalam hal pemasaran dan promosi, kurangnya inovasi dalam kemasan produk, serta peralatan produksi yang masih perlu dukungan untuk meningkatkan kapasitas usahanya agar mampu bersaing dipasar yang lebih luas.

Sementara itu, dari faktor eksternal peluang besar dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha, di antaranya adalah meningkatkan minat masyarakat terhadap produk makanan lokal dan tradisional, adanya dukungan dari pemerintahan dan instansi terkait seperti dinas koperasi dan UMKM dalam bentuk pelatihan dan bantuan peralatan serta pengembangan teknologi informasi yang memungkinkan promosi produk dilakukan melalui media sosial dan platform digital. Meski demikian, ancaman tetap ada dan perlu diantisipasi, seperti persaingan dari produk serupa baik dari dalam maupun luar daerah, perubahan selera konsumen yang cepat, penurunan daya beli masyarakat akibat faktor ekonomi, serta keterbatasan akses distribusi produk ke luar wilayah.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, strategi pengembangan usaha kerupuk haruan yang paling relevan dan dapat diterapkan adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*) yakni memaksimalkan kekuatan usaha untuk menangkap peluang yang ada. Dalam hal ini, pelaku usaha diharapkan dapat mengandalkan kualitas bahan baku, rasa produk yang khas, serta harga yang kompetitif untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial, promosi lokal, maupun event pameran daerah. Selain itu, strategi lainnya seperti memperbaiki kelemahan usaha dengan mengikuti pelatihan, memperbaiki kemasan, serta memperkuat jejaring distribusi juga penting dilakukan agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan dan bersaing di tengah dinamika pasar.

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha kerupuk haruan sangat bergantung pada kesadaran pelaku usaha dalam melihat peluang, meningkatkan kapasitas internal, serta menjalin strategi dengan pihak-pihak eksternal yang dapat mendukung pengembangan usaha. Jika strategi pengembangan ini diterapkan



secara konsisten dan kesinambungan, maka kerupuk haruan berpotensi menjadi produk unggulan yang tidak hanya memperkuat ekonomi lokal, tetapi juga membawa identitas kuliner khas Kalimantan Selatan ditingkat yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M.E. and Anggraeni, R. (2023) *Strategi Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Pemerintah RI (2008) “Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.” Jakarta: Pemerintah RI.
- Rangkuti, F. (2019) *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Sanjaya, P.K.A. and Nuratama, I.P. (2021) “Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah.” Denpasar: UNHI Press.
- Yuniastri, R., Herowati, H. and Wibisono, A. (2024) “Inovasi Kemasan dan Diversifikasi Produk Olahan Ikan Bandeng,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(6), pp. 5589–5599. Available at: <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.26764>.