

Strategi Pengembangan Makanan Unggulan Minangkabau Berdaya Saing Global

Eka Rosalina
Afridian Wirahadi Ahmad
Anda Dwi Haryadi
Politeknik Negeri Padang

Abstract

This research aims to discuss the development strategies of traditional minangkabau food which became pre-eminent in West Sumatra Province. Tours in the Minangkabau is known in three things namely culinary tour (traditional foods), nature tourism and cultural tourism. The technique of data collection through interviews and questionnaires as well as FGD. Data analysis was done with the analysis tools SWOT, EFAS, IFAD da QSPM. The object of the traditional food flagship developed is the beef rendang. The results of the analysis of internal factors obtained score 3.1 while external factor analysis of the retrieved value score 2.8. This indicates that the product is able to maintain the same power factor-factor exists to be able to overcome his weakness factors. In addition to the main development strategy that is right based on the internal-external matrix is keep and preserve consisting of market penetration strategies and product development strategy. While based on analysis of the QSPM retrieved the most priority strategy is a strategy of improving and maintaining the image quality of the products and packaging as well as food quality control. While the next alternative strategies is to increase promotion and different types of products.

Keywords: Strategy Development model, Minangkabau Cuisine

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya dengan beragam wisata. Salah satu kepulauan di Indonesia adalah kepulauan Sumatera yang memiliki tujuh propinsi yang salah satunya adalah Propinsi Sumatera Barat. Propinsi Sumatera Barat yang biasanya di kenal dengan nama Minangkabau. Daerah Minangkabau sangat terkenal dengan wisata alam, wisata budaya, dan wisata kuliner. Tetapi di daerah Minangkabau ini sangat terkenal sekali dengan wisata kulinernya, di karenakan banyak sekali ragam macam kuliner tradisional yang dimiliki di daerah ini. Makanan tradisional Minangkabau ini di olah dengan bumbu dan rempah yang sulit di tiru oleh daerah lain maupun negara lain di karenakan keunikannya yang beragam. Sehingga makanan tradisionalnya memiliki ciri khas tersendiri karena keunikannya. Misalkan Rendang, masyarakat sendiri tau bahwa asal rendang itu dari daerah Sumatera Barat atau Minangkabau, Misalkan Bakpia masyarakat tau bahwa itu berasal dari Yogyakarta. Oleh karena itu, Daerah Minangkabau harus mempertahankan

Bumbu dan rempah supaya nantinya bisa bersaing global.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi pengembangan makanan tradisional minangkabau yang menjadi unggulan di Propinsi Sumatera Barat serta memberikan rekomendasi kebijakan dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM agar makanan tradisional minangkabau berdaya saing global. Propinsi Sumatera Barat sangat terkenal sekali dengan kulinernya. Kuliner di Kabupaten kota yang ada di Sumatera Barat sangat beragam makanan tradisional yang dimiliki, yang mana juga memiliki rasa dan ciri khas masing masing di daerah kabupaten kota yang ada di Sumatera Barat.

Sangat disayangkan saat ini di daerah Minangkabau sendiri Banyak sekali tumbuh makanan cepat saji, seperti Kentucky Fried Chicken, Pecel lele dan lainnya, yang akan di takutkan nantinya akan mengubur makanan tradisional Minangkabau itu sendiri. Dalam hal ini sangat di perlukan suatu model pengembangan makanan tradisional Minangkabau. Supaya dapat meningkatkan minat Investor dan wisatawan untuk melakukan investasi dan kunjungan wisata.

Kajian ini di perlukan untuk menjawab beberapa tantangan seperti :

1. Belum ada kajian mendalam mengenai potensi makanan tradisional yang menjadi Unggulan di Sumatera Barat.

2. Perlu strategi dari pemerintah daerah untuk menyelaraskan Kebijakan daerah terkait dengan pengembangan Industri Makanan Tradisional yang menjadi unggulan di Minangkabau

3. Adanya panduan dari para investor dan calon investor mengenai potensi Industri makanan tradisional yang menjadi unggulan di Minangkabau..

Melihat perkembangan jumlah kunjungan wisatawan terus bertambah ke Sumatera Barat serta berkembangnya wisata kuliner prospek mengembangkan industri makanan tradisional di Sumatera Barat masing sangat besar. Untuk itu dibutuhkan strategi besar pengembangannya yakni dengan cara menentukan makanan tradisional yang menjadi unggulan dan strategi bisnis yang tepat dalam menyaingi hadirnya kuliner yang berasal dari luar Sumatera Barat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Strategi dan Pengembangan Produk

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2006:3) menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu untuk mencapai keunggulan bersaing dalam mencapai tujuan yang diwujudkan dalam bentuk program-program pengembangan. Dalam hal ini pengembangan makanan tradisional unggulan minangkabau untuk mampu bersaing dengan makanan- makanan dari negara lain, setidaknya mampu menjadi tuan rumah di daerah sendiri yaitu Sumatera Barat.

Menurut Buchari (2000) tujuan pengembangan produk adalah: (1) untuk

memenuhi keinginan konsumen yang belum puas, (2) untuk menambah omzet penjualan, (3) untuk memenangkan persaingan, (4) untuk mendayagunakan sumber- sumber produksi,(5) untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama, (6) untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan, (7) untuk mencegah kebosanan konsumen, dan (8) untuk menyederhanakan produk, pembungkus.

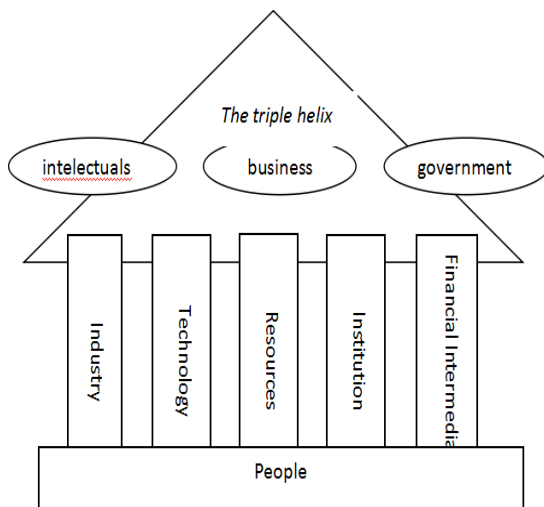
2. 1 Makanan Tradisional Minang Kabau

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2014) tradisional memiliki makna sebagai sesuatu yang sifatnya turun temurun dan menurut adat suatu daerah atau kawasan, sedangkan makanan memiliki arti sesuatu yang dimasukkan melalui mulut yang berfungsi memberi nutrisi kepada tubuh sehingga pengertian makanan tradisional secara sederhana berarti sebagai segala sesuatu yang dikonsumsi masyarakat suatu daerah secara turun temurun guna memenuhi kebutuhan nutrisi bagi tubuhnya. Menurut Ernayanti (2003:2) dalam Ensiklopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura memberikan pengertian tentang makanan tradisional memiliki nilai budaya, tradisi, serta kepercayaan yang bersumber pada budaya lokal (*local indigenous*).

2. 2 Model Pengembangan Industri Kreatif

Model pengembangan industri kreatif adalah layaknya sebuah bangunan yang akan menguatkan industri Indonesia, dengan landasan, pilar dan atap sebagai elemen bangunan tersebut, seperti tergambar dalam gambar 1. berikut :

Gambar 1 : Model Pengembangan Industri Kreatif



Dari Model pengembangan Industri Kreatif, ada kolaborasi dalam mengembangkan Industri kreatif, yaitu seperti gambar di bawah ini :

Tabel 1 : Kolaborasi Pengembangan Industri Kreatif

| | People | Industry | Technology | Resources | Institution | Financial Intermediary |
|---------------------|--|--|---|--|---|--|
| Intellectual | bagaimana akademisi membangun pengetahuan dan literasi | bagaimana akademisi mendorong tumbuhnya industri kreatif yang kompetitif | bagaimana akademisi menciptakan teknologi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan daya saing | bagaimana akademisi mendukung lebih banyak sumberdaya yang terakumulasi dalam industri kreatif | bagaimana akademisi turut membangun masyarakat yang menghargai toleransi | bagaimana akademisi membentuk lembaga intermediasi yang mendorong tumbuhnya industri kreatif |
| Business | bagaimana bisnis memberdayakan insan kreatif | bagaimana bisnis menciptakan industri kreatif yang kokoh | bagaimana bisnis mengembangkan teknologi untuk mendorong industri kreatif | bagaimana bisnis menjaga ketersediaan sumberdaya | bagaimana bisnis mendukung pembentukan tata nalar sosial untuk tumbuhnya industri kreatif | bagaimana bisnis bekerjasama dengan lembaga pendanaan |
| Government | bagaimana pemerintah menciptakan dan menarik orang-orang kreatif | bagaimana pemerintah menciptakan insan kreatif yang berdaya saing | bagaimana pemerintah memberdayakan tenaga untuk bisnis dan pendidikan | bagaimana pemerintah menjamin kecukupan sumberdaya | bagaimana pemerintah membangun institusi yang mendukung industri kreatif | bagaimana pemerintah membantu memfasilitasi pendanaan |

3. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian dan Responden

Jenis penelitian ini adalah empiris dan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian pada diseluruh Kabupaten dan Kota di Sumatera

Barat Wilayah kajian di Propinsi Sumatera Barat meliputi 19 kabupaten dan kota dengan wilayah kecamatan seluruhnya adalah 175 kecamatan. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh kabupaten/Kota di propinsi Sumatera Barat.

3.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *desk study* untuk data sekunder dan untuk data primer melakukan observasi, wawancara, kuesioner dan *focus group discussion* (FGD). Disamping itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan wawancara mendalam dengan aparat pemerintah, masyarakat dan wisatawan terkait terutama makanan tradisional yang memiliki potensi unggulan dan dapat dikembangkan. Terakhir dilakukan survey lapangan ke seluruh daerah yang menjadi basis industri makanan tradisional unggulan yang dapat dikembangkan.

3.2 Variabel Penelitian

Beberapa variabel yang diidentifikasi dan di analisis lebih lanjut merupakan variabel dari lingkungan internal dan dari lingkungan eksternal. Variabel dari lingkungan internal yaitu: produk (product), harga (price), manusia (people), dan promosi (promotion). Sedang variabel dari lingkungan eksternal yaitu: persaingan (competition), hukum dan peraturan pemerintah (legislation and regulation), teknologi (technology), dan situasi sosial budaya (societal and cultural environment).

3.3 Teknik Analisis Data

1. Analisis Faktor internal dan eksternal

Analisis lingkungan dimaksud untuk mencoba mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) yang perlu segera mendapatkan perhatian dan pada saat yang sama diarahkan untuk mengetahui kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) yang perlu mendapatkan antisipasi (Suwarsono, 1998).

2. Analisis Internal

Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal. Penafsiran atas keterangan responden menjadi hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan dan kelemahan tersebut kemudian dianalisis internal dengan menggunakan matrik IFAS. Matrik IFAS digunakan untuk menganalisis faktor internal yang dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang telah diantisipasi keberadaannya. Kemudian faktor kekuatan dan kelemahan itu diberi bobot dengan nilai 0 (kurang penting), 1 (sama penting) dan 2 (lebih penting). Setelah dirata-rata maka total bobot nilai sama dengan 1. Selanjutnya, menghitung peringkat / rating dari masing-masing faktor dengan nilai 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (sedang) dan 1 (lemah). Menghitung skor pada kolom empat dengan cara mengalikan bobot dengan rating. Untuk mendapatkan skor total dengan cara menjumlahkan semua skor. Jika nilainya di bawah 2,50 maka berarti secara eksternal adalah lemah dan nilai skor di atas 2,50 menunjukkan posisi eksternal yang cukup kuat.

3. Analisis Eksternal

Matrik evaluasi faktor eksternal (EFAS) memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan (David, 2006: 143). Penafsiran atas keterangan responden menjadi hasil identifikasi peluang dan ancaman. Peluang dan ancaman tersebut kemudian dianalisis eksternal dengan menggunakan Matrik EFAS. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Untuk maksud tersebut digunakan Matrik EFAS (External Factor Analysis Strategy), dengan langkah-langkah seperti; membuat matrik yang terdiri dari empat kolom, dan memberi bobot pada semua faktor peluang dan ancaman dengan nilai 0

(kurang penting), 1 (sama penting) dan 2 (lebih penting) dan lebih lanjut dirata-rata maka jumlah bobot nilai sama dengan 1 pada kolom dua. Dalam menghitung peringkat/rating masing-masing faktor dengan nilai 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (sedang) dan 1 (lemah). Untuk mendapatkan skor pada kolom empat, dengan cara mengalikan bobot pada kolom dua dengan rating pada kolom tiga. Masing-masing faktor yang ada skornya dijumlahkan dan bila mendapatkan jumlah total skor dibawah 2,5 artinya secara eksternal adalah lemah, sedangkan bila diatas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang cukup.

4. Analisis SWOT

Setelah menganalisis faktor internal dan eksternal atau analisis matrik IFAS dan EFAS maka dilanjutkan dengan menggambarkan matrik SWOT. Analisis SWOT adalah alat untuk mengenali situasi, yang jika dilakukan dengan benar maka akan menghasilkan pondasi yang kuat untuk merumuskan atau memformulasikan suatu strategi (Bozac dan Tipuric, 2006). Analisis SWOT juga digunakan sebagai alat untuk mengetahui kekuatan, kelemahan yang dipengaruhi kebijakan internal perusahaan serta peluang dan ancaman yang dipengaruhi faktor-faktor eksternal yang tidak bisa dikontrol oleh perusahaan. Berdasarkan analisis matrik SWOT dapat dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pengembangan makanan tradisional unggulan minangkabau. Formulasi keempat strategi tersebut adalah: Strategi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO), dan Weaknesses Threats (WT).

5. Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

QSPM adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara obyektif, berdasarkan *Key Success Factor Internal-External* yang telah diidentifikasi sebelumnya. Jadi secara konseptual,

tujuan QSPM untuk menetapkan kemenarikan relatif (*r elative attractiveness*) dari strategi-strategi yang

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan mengumpulkan data di seluruh kabupaten/kota di Sumatera Barat kecuali Kabupaten Kepulauan Mentawai melalui teknik wawancara terhadap wisatawan untuk mengidentifikasi dan memetakan makanan tradisional unggulan menurut wisatawan. Pertanyaan yang diajukan kepada wisatawan adalah makanan tradisional apa yang ingin dinikmati wisatawan di daerah ini (kabupaten/kota). Wawancara dilakukan terhadap 520 orang wisatawan yang tersebar di Kabupaten/kota di Sumatera Barat. Berikut pemetaan makanan unggulan daerah di 18 Kabupaten/Kota di Sumatera Barat :

a. Dendeng Tokok Balado

Dendeng adalah salah satu makanan khas Padang yang terbuat dari daging sapi yang diiris tipis dan diolah sedemikian rupa hingga menjadi makanan yang lezat, enak dan pastinya menggoda selera makan. Berbeda dengan olahan dendeng jawa yang manis dan lunak, dendeng padang mempunyai tekstur yang tipis, keras dan juga pedas, tekstur ini didapat dari proses pembakaran, penggorengan maupun penjemuran.

b. Es Durian “Ganti Nan Lamo”

Durian merupakan buah yang berbentuk bundar (elips) besar dan mempunyai cangkang yang berduri. Buah yang disebut sebagai *King of Fruit* ini merupakan buah yang punya kandungan manfaat yang banyak bagi tubuh kita, tapi juga bisa membahayakan kalau di konsumsi secara berlebihan karena terdapat kandungan alkohol di dalamnya. Es Durian adalah salah satu jenis kuliner favorit yang sudah pasti wajib hukumnya kalau sedang berkunjung ke Kota Padang.

C. Gulai Cancang

bervariasi yang telah dipilih dan untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan.

Masakan Padang dengan bahan utama adalah daging dipotong kecil-kecil (kadang ukuran besar). Pakai santan dan cabai merah giling. Rasanya cukup pedas dan aromanya sangat khas. Biasanya daging yang digunakan adalah daging kambing.

D. Gulai Ikan Pangek Masin

Masakan ini tidak pedas dan gurih. Kalo mau terasa pedas, cabenya silahkan dimakan. Untuk ikannya bisa pake ikan laut apa saja. Dan untuk menyamarkan bau amis ikan, biasanya digunakan daun ruku-ruku tapi di sini saya ganti daun kemangi. Daun ruku-ruku itu mirip seperti daun selasih atau kemangi, hanya saja permukaan daunnya tidak halus dan aromanya sedikit berbeda.

E. Katan Durian

"*Ado katan ado lo durian tu baru sero*". Begitulah orang Minang menyebut tentang kuliner yang satu ini yang berarti "ada ketan ada juga durian ini baru nikmat". Ya, bagi masyarakat Sumatera Barat menikmati durian belum lengkap rasanya tanpa kehadiran ketan. Katan merupakan olahan beras ketan yang dikukus hingga matang. Dalam proses pengukusan beras ketan ditambahkan irisan daun pandan agar wangi.

Dalam penyajiannya bersama durian, katan ditaburi kelapa parut yang telah ditambahkan garam halus secukupnya. Buah durian yang telah dikupas disajikan diatas piring dengan katan dan kelapa parut. Legitnya buah durian nan manis dan lembut dimakan bersamaan dengan gurihnya katan akan mampu menggoyang lidah penikmatnya.

F. Karupuk Jangek

Kerupuk jangek merupakan kerupuk kulit yang terbuat dari kulit sapi atau kambing. Kerupuk jangek merupakan makanan khas minang yang sering dimakan sebagai santapan pada saat makan nasi, sate, dan lai-lain. Kerupuk jangek ini juga dijadikan sebagai oleh-oleh khas minang.

G. Lompong Sagu

tepung aren, di ulen bersama santan, pisang kepok dan kelapa muda. Kemudian dibungkus dengan daun pisang yang kedua ujungnya dijepit dengan lidi lalu dipanggang di atas bara. Aroma harum akan tercium akibat dari lapisan daun pisang tersebut.

H. Lamang Tapai

Lamang tapai adalah makanan khas tradisional minangkabau yang terbuat dari perpaduan antara lemang yang terbuat dari ketan putih dan tapai ketan hitam di piring membuat rasa makanan ini menimbulkan citra rasa yang membuat ketagihan. Lamang adalah beras ketan (putih atau hitam), yang dimasak dengan menggunakan bambu yang sudah dilapisi dengan daun pisang dan dibakar dengan bara api. Panganan ini lebih banyak ditemui saat bulan suci Ramadhan. Pada saat Ramadhan, banyak penjual dadakan di pinggir jalan menjelang waktunya berbuka puasa, ada yang dijual per bambu atau per potong. Untuk varian lamang sendiri ada yang biasa atau sudah ada yang ditengahnya diberi pisang. Biasanya lamang dimakan dengan tapai hitam. Memakan lamang disaat panas atau dengan guyuran tapai yang dingin, keduanya memiliki sensasi rasa yang berbeda.

I. Sate Padang

Sate Padang adalah salah satu makanan khas yang asli dari Padang yang memiliki cita rasa yang enak dan lezat. Sate Padang memiliki penggemar tidak hanya di daerah Padang saja tetapi hampir menyebar di seluruh daerah di Indonesia. Penggemar Sate Padang ini tidak cuma dari kalangan anak muda tetapi ada juga dari kalangan orang tua. Bila dilihat bumbu sate padang berbeda dengan bumbu sate yang lain bila dilihat dari segi warna, di Sate Padang memiliki warna kuning. pilihan daging satenya yang beraneka macam, seperti usus, jantung, lidah dan daging biasa. Biasanya disuguhkan langsung sebanyak 50 tusuk, jadi

Kue lompong sagu adalah kue khas tradisional minang kabar yang terbuat dari

konsumen tinggal ambil sepuasnya berapa tusuk yang mau dimakan. Di dampingi dengan lontong atau nasi bagi yang kurang suka dengan lontong.

J. Soto Padang

Soto Padang terbuat dari irisan daging sapi. Daging sapi yang dipergunakan tidak sembarangan, melainkan hanya bagian khas dalam saja, sehingga memiliki tingkat kekenyalan yang pas namun tetap terasa empuk. Masakan ini cocok dijadikan sebagai hidangan pembuka atau sebagai menu utama.

Kelezatan soto padang terletak pada variasi bumbu yang begitu lengkap. Bumbu soto padang pada umumnya mudah ditemukan di pasar tradisional ataupun supermarket. Satu lagi yang tidak boleh hilang dari soto padang, penggunaan kerupuk beras berwarna merah jambu sebagai pelengkap.

K. Rendang

Rendang adalah masakan tradisional khas Minang Sumatera Barat. Rendang merupakan masakan favorit hampir setiap orang yang datang ke rumah makan Padang. Rendang terbuat dari daging sapi yang dimasak bersama kuah santan dan bumbu-bumbu khas Padang lainnya.

L. Sala Lauk

Sala lauak ini merupakan jajanan wajib bagi orang Pariaman. Sala dalam bahasa minang yang berarti goreng. Sala lauak adalah gorengan yang terbuat dari adonan tepung beras dan ikan asin sehingga rasanya sangat gurih dan renyah. Dibuat dari bahan-bahan tepung beras, cabe, kunyit, bawang-bawangan, garam serta ikan asin membuatnya tak ingin berhenti mencicipinya. Si bola kuning yang imut ini atau disebut sala lauak adalah camilan khas orang Pariaman yang mempunyai rasa renyah, gurih dan sedikit pedas. Itulah ciri orang pariaman selalu yang pedas-pedas. Kenikmatan sala lauak sudah tercium dari aromanya yang khas

karena irisan daun kunyit dalam sala begitu mengundang selera. Sala lauak cenderung lebih kecil seperti bola pimpanong.

M. Asam Padeh

Asam Padeh merupakan salah satu resep yang digemari oleh banyak orang, selain itu asam padeh juga sangat mudah sekali dimasaknya. Resep masakan *asam padeh* ini terbuat dari bahan dasar ikan tongkol yang mempunyai banyak sekali manfaatnya, seperti mencegah anemia, mencegah ejakulasi dini dan bisa menyembuhkan *rheumatic*.

N. Ampiang Dadiah

Dadiah adalah makanan yang berasal dari susu kerbau yang di fermentasikan dalam sebuah bambu, sebagaimana yoghurt (istilah umum dari jenis susu ini), namun *dadiah* diperam dalam bekas buluh yang tertutup (atau ditutup dengan daun pisang). Makanan khas ini di Minangkabau disajikan dengan cara mencampurkan *dadiah* dengan emping beras ketan merah yang sudah dipipihkan serta ditambah santan dan airan gula merah. *Dadiah* juga sedap dimakan dengan nasi panas dan sambal.

Dari pemetaan makanan makanan yang termasuk unggulan di beberapa kabupaten kota di Propinsi Sumatera Barat. Dengan ini di simpulkan lebih lanjut bahwa makanan yang menjadi unggulan terunggul di daerah Minangkabau ini adalah Rendang.

4.1 Strategi Pengembangan Rendang Sebagai Makana Tradisional

Untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat dalam trangka mengembangkan makanan tradisional Minangkabau. Maka perlu di identifikasi terkait kekuatan dan kelemahan faktor eksternal dan internal dari produk rendang tersebut.

Kekuatan dan Kelemahan Internal Rendang

Adapun faktor kekuatan internal dari industri makanan rendang adalah sebagai berikut:

- 1) Mudah diperoleh. Yakni disemua rumah makan minang diseluruh daerah. Tidak hanya di daerah Sumatera Barat namun juga diluar daerah Sumatera Barat.
- 2) Kualitas penataan atau penyajian. Rendang disajikan secara menarik yakni menonjolkan bahan utamanya dan disertai dengan kuah rendangnya sehingga memberikan kesan menarik dilihat dan dicoba.
- 3) Kualitas produk. Hal ini didasarkan pada tekstur daging rendang yang tidak keras dibanding daging olahan lainnya serta tahan lama lebih dari 1 bulan.
- 4) Keunikan cita rasa dan aroma. Rendang kaya akan bahan-bahan rempah-rempah dan memberikan cita rasa unik serta aroma yang mengundang selera.
- 5) Dapat dinikmati disegala suasana dan waktu. Rendang dapat dijadikan makanan utama dalam berbagai acara dan waktu untuk menikmatinya dapat pagi, siang atau malam hari. Bahkan rendang tidak hanya dapat dinikmati dengan nasi namun juga dapat dinikmati dengan lontong dan lainnya.
- 6) Kesesuaian biaya yang dibayar dengan kepuasan. Harga merupakan salah satu variabel konsumen untuk menikmati makanan. Konsumen menilai harga rendang sangat sesuai dengan kepuasan atas cita rasa yang mereka nikmati.
- 7) Variasi produk sangat banyak. Saat ini produk tidak hanya berbahan baku utama daging saja, namun juga divariasikan dengan ikan, sayur, ayam dan lainnya.
- 8) Dapat dijadikan sebagai oleh-oleh atau cederamata dari Sumatera Barat.
- 9) Dapat dijadikan sebagai bekal makanan untuk perjalanan jauh.

Adapun Faktor Kelemahan internal adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas (rasa) produk yang tidak konsisten. Hal ini disebabkan karena banyaknya produsen yang memproduksi

- rendang, sehingga cita rasa berbeda-beda dan berdampak pada bisa rusaknya citra produk bagi konsumen.
- 2) Hanya tersedia di restoran atau rumah makan khusus minang. Produk ini hanya dapat diperoleh di rumah makan minang. Hotel-hotel ataupun rumah makan selain rumah makan padang hampir tidak pernah menyajikan produk ini kecuali ada permintaan khusus dari konsumennya.
 - 3) Proses produksi yang sangat lama dan biaya besar. Untuk membuat rendang dibutuhkan waktu paling kurang 3 jam. Hal ini berdampak pada rendang hanya diproduksi hanya jika ada acara khusus. Namun dampak positifnya adalah rendang menjadi makanan berbahan santan yang tahan lama sehingga cocok dijadikan sebagai oleh-oleh.

Berdasarkan faktor-faktor diatas, maka masing-masing faktor diberikan bobot dalam bentuk persentase dan diberikan rating dan skor masing-masingnya. Dari hasil pengolahan data diperoleh total skor faktor internal adalah sebesar 3,1. Angka ini menunjukkan kategori sangat kuat karena berada diatas rata-rata 250 (David, 2000). Ini menunjukkan bahwa posisi internal strategi pengembangan produk rendang sebagai makanan unggulan dikatakan kuat sehingga mampu memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang ada untuk dapat mengatasi faktor-faktor kelemahannya.

Peluang dan ancaman Lingkungan Eksternal

Adapun faktor-faktor peluang eksternal meliputi:

1. Telah ditetapkan rendang sebagai makanan terlezat di dunia versi stasiun berita internasional CNN pada tahun 2011. Hal ini berdampak pada semakin terkenalnya rendang diseluruh negara.
2. Himbauan pemerintah untuk lebih memperkenalkan makanan tradisional khususnya rendang.

3. Tumbuhnya industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia khususnya Sumatera Barat.
4. Penggunaan teknologi modern untuk pengembangan atau produksi rendang.
5. Berkembangnya wisata minat khusus yakni wisata kuliner.
6. Rendang sudah dianggap bagian dari budaya minang sehingga dalam setiap acara, rendang selalu disajikan.

Sedangkan faktor-faktor ancaman eksternal adalah sebagai berikut:

- 1) Produk makanan dari negara lain. Produk-produk franchise semakin tumbuh dan meningkat pesan serta semakin meningkatnya konsumennya. Hal ini tentunya konsumen lebih leluasa dalam memilih produk lainnya sebagai produk pengganti.
- 2) Higienis. Hingga saat ini, permasalahan higienis produk rendang masih rendah. Diperlukan teknik produksi yang sehat dan kemasan yang baik sehingga produk menjadi higienis.

Berdasarkan faktor lingkungan eksternal tersebut diatas, dilakukan pembobotan dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan terhadap faktor peluang dan ancaman eksternal. Berdasarkan analisa faktor eksternal diperoleh total skor sebesar 2,9. Hal ini mengindikasikan skor faktor eksternal tergolong kat karena berada diatas rata-rata 2,50. Ini menunjukkan bahwa faktor eksternal mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

4.2 Analisa Strategi Pengembangan

Strategi pada penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi dan arah pengembangan produk rendang. Analisa strategi dilakukan dengan menganalisis matrik Internal Eksternal (IE) yakni dengan menggunakan dimensi nilai total skor lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Matriks IE dapat menentukan strategi-strategi utama (*grand strategy*).

Tabel 2. Matriks Internal - Eksternal
Matrik Posisi makanan rendang

dilakukan dengan intervensi dari pemerintah yakni diantaranya mewajibkan hotel-hotel menyediakan rendang sebagai

| Total Nilai Rata-rata IFE | | | | |
|------------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|-----------------------|
| Total Nilai rata-rata EFE | | Kuat (3,0 - 4,0) | Rata-rata (2,0 - 2,99) | Lemah (1,0 - 1,99) |
| | Kuat (3,0 - 4,0) | I | II | III |
| | Rata-rata (2,0 - 2,99) | IV | V | VI |
| | Lemah (1,0 - 1,99) | VII | VIII | IX |

Berdasarkan pada hasil analisis faktor strategis lingkungan internal dan lingkungan eksternal diperoleh nilai total skor lingkungan internal adalah sebesar 3,1 dan nilai faktor eksternal sebesar 2,9. Hal ini menunjukkan posisinya baik di lingkungan internal dan lingkungan eksternal kuat. Berdasarkan matriks total nilai rata-rata tertimbang lingkungan internal dan lingkungan eksternal, maka posisi rendang berada pada kuadran IV. Gambar 2 diatas menunjukkan matriks posisi makanan rendang.

Matrik internal-eksternal pada gambar 2 menunjukkan bahwa makanan rendang berada pada sel IV. Karena itu, berdasarkan pada teori Davis (2006) maka strategi yang seharusnya diterapkan dalam upaya mengembangkannya adalah *Growth and Build Strategy* (strategi tumbuh dan kembangkan). Kuadran IV ini juga disebut dengan *Stability Strategy* yaitu strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan. Strategi ini terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Strategi penetrasi pasar adalah usaha peningkatan pangsa pasar atau *market share* suatu produk yang ada dipasar melalui pemasaran yang lebih gencar. Peningkatan promosi dapat dilakukan dengan cara periklanan, personal selling, pameran dan lainnya.

Strategi berikutnya adalah pengembangan pasar. Pengembangan pasar dilakukan dengan mengoptimalkan pasar yang ada dan menumbuhkan pasar-pasar baru. Pasar-pasar baru dapat

sajian utama atau dengan mengembangkan pasar-pasar baru.

Strategi ketiga adalah strategi pengembangan produk. Strategi ini ditempuh dengan cara meningkatkan kualitas dan mutu produk, memodifikasi produk yang ada atau menambah jenis re37roduk yang ada. Hal ini menuntut adanya inovasi produk agar dapat mempertahankan daya saingnya.

5. KESIMPULAN

Berapa Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Pentingnya strategi pengembangan makanan tradisional Minangkabau agar adanya pengakuan terhadap makanan tersebut, sehingga membutuhkan perbaikan dan pengembangan terhadap ke khas san makanan tradisional tersebut.
2. Melakukan pemetaan terhadap berbagai jenis makan tradisional Minangkabau di beberapa kabupaten kota di Sumatera Barat.
3. ampel penelitian ini adalah pelaku usaha makanan tradisional, wisatawan dan pemerintah.
4. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner
5. Rendang merupakan rangking makanan tradisional terunggul di Daerah Minangkabau atau Sumatera Barat.

Daftar Pustaka

David, F. R. 2006. Strategic Management: Concepts (Ichsan Setiyo Budi. Pentj.) Jakarta: PT.Salemba Empat.

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2025, Jakarta 2008
- Departemen Pendidikan Nasional. (2003). Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka
- Ernayanti, dkk. 2003. Ensilopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura. Deputi bidang pelestarian dan pengembangan kebudayaan, asdep. Urusann epercayaan terhadap Tuhan Bahasa Indonesia. Jakarta: Pearson Education Asia Ptc. Ltd dan PT.Prenhallindo.
- Rangkuti, F, 2006. Analisis SWOT, Tehnik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. Cetakan ke 14. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Yang Maha Esa. Jakarta: Proyek pelestarian dan pengembangan tradisi dan kepercayaan.
- <http://travel.cnn.com/explorations/eat/readers-choice-worlds-50-most-delicious-foods-012321>
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. 2002. Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan. Jilid II Edisi