

**STRATEGI PEMASARAN ITIK ALABIO SEBAGAI PRODUK UNGGULAN  
DAERAH KALIMANTAN SELATAN**  
**MARKETING STRATEGY OF ALABIO DUCKS AS A FEATURED PRODUCT FOR  
SOUTH KALIMANTAN**

**Siska Fitriyanti<sup>1</sup> dan Herry Azhar Pradana<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Balitbangda) Provinsi Kalimantan Selatan  
Jl. Dharma Praja 1 Kawasan Perkantoran Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan, Banjarbaru,  
Kalimantan Selatan, Indonesia  
e-mail: siska.fitriyanti@kalselprov.go.id

Diserahkan: 20/06/2021; Diperbaiki: 28/07/2021; Disetujui: 04/08/2021

DOI: 10.47441/jkp.v16i2.193

**Abstrak**

Itik Alabio merupakan rumpun unggas lokal dengan sebaran geografis asli Kalimantan Selatan dan salah satu Produk Unggulan Daerah (PUD). Akan tetapi, sektor peternakan Itik Alabio selama ini belum menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian peternak maupun daerah. Perkembangan bisnis kuliner di daerah perkotaan membuka peluang terhadap pengembangan Itik Alabio di Kalimantan Selatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sektor hulu hingga hilir Itik Alabio untuk digunakan sebagai dasar penyusunan strategi pemasarannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer diambil melalui observasi dan wawancara dengan informan yang dipilih secara *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis penetapan nilai (*STP analysis*) dan analisis bauran pemasaran (*marketing mix analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa segmen dan target pasar adalah masyarakat daerah perkotaan yang memiliki kemampuan ekonomi menengah ke atas. Perluasan jangkauan pasar melalui suplai *cold meat* untuk pangsa pasar perhotelan, restoran, dan pasar modern. Strategi pemasaran adalah dengan memperhatikan keunggulan tekstur, rasa, dan warna daging Itik Alabio sebagai daya jual, menentukan harga jual yang bersaing dengan kompetitor tanpa menurunkan kualitas, menambah jalur distribusi secara daring, dan meningkatkan promosi di *platform* digital.

**Kata Kunci:** Itik Alabio, Produk Unggulan Daerah, Strategi Pemasaran.

**Abstract**

*Alabio Ducks are native poultry and a featured product of South Kalimantan. However, the ducks have not yet contributed economically to the farmers or region. Culinary business in urban areas opens opportunities for the development of the Alabio Duck. The purpose of this study was to analyze the upstream and downstream sectors of the Alabio Ducks to be used as the basis for preparing the marketing strategies. This study uses a qualitative approach. Data were taken through observation and interviews with informants selected by purposive sampling, analyzed using STP and marketing mix analysis. The results of this study indicate that the segment and target market are middle-upper people in urban areas. Expansion of the market can be done through the supply of cold meat for the hotel, restaurant, and modern markets. The marketing strategy is to pay attention to the advantages of texture, taste and color of the meat, determine competitive selling prices according to quality, add online distribution channels, and increase promotions on digital platforms.*



**Keywords:** *Alabio Duck, Featured Product, Marketing Strategy.*

## PENDAHULUAN

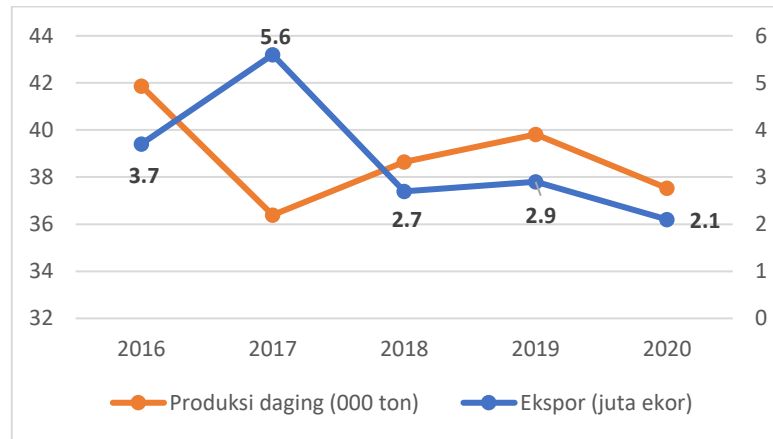
Itik Alabio merupakan salah satu plasma nutfah rumpun unggas lokal yang memiliki sebaran geografis asli Kalimantan Selatan yang ditetapkan melalui Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 2921/Kpts/OT.140/6/2011 tanggal 17 Juni 2011. Itik Alabio diberi nama dari daerah asalnya, yaitu Kecamatan Alabio, Kabupaten Hulu Sungai Utara (HSU). Seiring waktu unggas ini dipelihara dan berkembang di hampir semua daerah di Kalimantan Selatan. Usaha peternakan Itik Alabio di Banua Enam cukup banyak, terutama di daerah Kabupaten HSU, Kabupaten Hulu Sungai Tengah (HST), dan Kabupaten Hulu Sungai Selatan (HSS) (Suryana dan Yasin 2013).

Selama ini Itik Alabio lebih banyak dibudidayakan sebagai itik petelur. Hal ini memang sangat beralasan, mengingat Itik Alabio memiliki tingkat produktivitas telur yang tinggi, dan permintaan pasar terhadap telur itik cukup stabil dari waktu ke waktu. Total produksi telur di Kalimantan Selatan mencapai 69,71 ribu-ton pada tahun 2020, dengan kontribusi telur itik sebanyak 30,94 ribu ton (BPS Provinsi Kalimantan Selatan 2021). Sebagai itik petelur, kemampuan produksinya mencapai lebih dari 200 butir telur/tahun. Dalam usia 6 bulan sudah mampu memproduksi telur pertama dengan rata-rata beratnya 55 gr, hingga mencapai maksimal rata-rata berat 62 gr di masa produktifnya (Suryana 2013).

Itik Alabio juga dapat dimanfaatkan sebagai itik pedaging, meski demikian penjualan Itik Alabio pedaging tidak seluas jangkauan produk telur. Pemasaran Itik Alabio pedaging masih terbatas di sekitar daerah setempat (Banua Anam). Pada tahun 2019, industri peternakan unggas di Kalimantan Selatan menghasilkan sekitar 87,96 ribu-ton daging dengan pemasok terbanyak dari ayam ras/pedaging, yaitu 95% dari total produksi daging unggas. Kontribusi daging itik lokal hanya sekitar 1.323-ton atau sebesar 1,5% dari total produksi daging unggas (BPS Provinsi Kalimantan Selatan 2019). Berdasarkan data dan kenyataan di lapangan, perkembangan peternakan itik lokal, khususnya Itik Alabio tidak dipungkiri memang tidak pernah menunjukkan perkembangan yang signifikan dari waktu ke waktu.

Itik Alabio sebagai pedaging sebenarnya masih memiliki segmen dan target konsumen, meski tidak luas. Masakan itik panggang khas Kabupaten HSU merupakan jenis makanan yang konsisten menggunakan bahan baku Itik Alabio betina yang sudah tidak produktif (berusia di atas 2 tahun) atau biasa disebut itik afkir. Di sektor produk olahan, daging Itik Alabio biasa diolah sebagai dendeng itik dan kerupuk itik yang juga merupakan produk khas Kabupaten HSU. Dendeng itik masuk sebagai salah satu produk unggulan Kabupaten HSU yang dinyatakan dalam Surat Keputusan (SK) Bupati Hulu Sungai Utara No. 218 Tahun 2012 tentang Penetapan Produk Unggulan Kerajinan di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Meski demikian, teknologi pengolahan dendeng itik masih sangat konvensional, baik dari segi pengolahan, pengemasan, maupun penjualan (Fitriyanti 2018). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Balitbangda) Provinsi Kalimantan Selatan pada tahun 2018 mengenai hilirisasi produk unggulan daerah, diketahui bahwa dendeng itik berada pada fase dimana tren minat konsumen cenderung menurun. Meskipun dendeng itik memiliki ciri khas olahan Kabupaten HSU, akan tetapi pemasaran produk tidak pernah mencapai pasar regional, peminatnya sangat terbatas, dan hingga sekarang hanya tersisa 2 (dua) Industri Kecil Menengah (IKM) yang memproduksi dendeng itik di Kabupaten HSU. Lebih lanjut, menurut pengakuan pelaku IKM dendeng itik sejauh ini tidak ada regenerasi Sumber Daya Manusia (SDM) pengolah dendeng itik sesudah generasi mereka. Oleh karena itu, produk olahan Itik Alabio, terutama dendeng itik, sejauh ini belum bisa dikembangkan lebih lanjut (Balitbangda Prov. Kalimantan Selatan 2018). Menurut Fitriyanti (2018), harus ada intervensi pemerintah untuk membuka akses pasar dendeng itik, dibarengi dengan fasilitasi penyesuaian kualitas produk terhadap level pasar yang ingin dimasuki.

Peluang peningkatan nilai ekonomi Itik Alabio muncul kembali seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap daging itik, meskipun tidak spesifik terhadap Itik Alabio. Permintaan pasar mulai naik baik dalam bentuk *hot meat* atau ‘karkas segar’ maupun *cold meat* atau ‘daging beku’. Berdasarkan Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian (2020), ekspor daging itik sebanyak 3,7 juta ekor di tahun 2016 dengan total produksi daging itik nasional 41.870 ton. Namun pada tahun 2020 menurun menjadi 2,1 juta ekor dengan total produksi daging itik 37.530 ton. Seperti yang diketahui, pada tahun 2020 hampir semua sektor ekonomi terdampak oleh pandemi Covid-19.



**Gambar 1. Grafik fluktuasi produksi dan jumlah ekspor daging itik di Indonesia (2016-2020)**

(Sumber: Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian, diolah)

Maraknya bisnis kuliner dengan berbagai jenis sajian dari daging itik dan hadirnya pasar modern yang memiliki kebutuhan akan pasokan daging beku untuk diperjualbelikan dalam 5 tahun terakhir memunculkan peluang bagi pengembangan Itik Alabio sebagai komoditas bisnis. Menurut Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI), industri yang tersedia baru memenuhi 34% kebutuhan dalam rantai pendingin untuk makanan beku. Terjadinya pandemi Covid-19 di seluruh dunia yang mengharuskan pembatasan aktifitas sosial menjadikan makanan beku menjadi lebih diminati, terutama di kota-kota besar. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya permintaan ruang pendingin ukuran kecil (untuk industri kecil hingga menengah) sebanyak 80% (Yasni 2020). Pemenuhan kebutuhan daging itik yang dapat dipasok oleh itik pedaging Alabio akan mampu meningkatkan tingkat perekonomian peternak lokal dan akan berdampak positif terhadap tingkat pendapatan daerah.

Pengembangan produk Itik Alabio sebagai Produk Unggulan Daerah (PUD) sangat penting untuk dilakukan karena merupakan salah satu bentuk pelestarian plasma nutfah khas Kalimantan Selatan yang sebenarnya memiliki nilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, harus diupayakan agar jangkauan pemasaran Itik Alabio menjadi lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sektor hulu hingga hilir Itik Alabio untuk digunakan sebagai dasar penyusunan strategi pemasarannya. Kegiatan dalam rantai pasok merupakan proses penyampaian produk dari bibit ternak hingga menjadi produk yang siap dipasarkan ke konsumen (Emhar, Aji and Agustin 2014). Strategi ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap upaya pengembangan Itik Alabio sebagai PUD Kalimantan Selatan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada tahun 2019 di 5 lokus, yaitu Kota Banjarmasin, Kabupaten Banjar, Kabupaten Tanah Laut, Kabupaten HSU, dan Kabupaten Hulu Sungai Tengah (HST). Pemilihan lokus didasarkan pada pertimbangan keterwakilan unsur hulu dan hilir rantai pemasaran Itik Alabio. Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif. Data

primer diambil melalui wawancara mendalam dan observasi di lapangan. Data sekunder didapatkan melalui dokumen dari SKPD terkait dan berbagai referensi yang relevan dengan objek penelitian. Informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*. Informan pertama dipilih dari SKPD yang membidangi peternakan, yaitu pelaksana teknis yang bersentuhan langsung dengan masalah budidaya dan pemasaran Itik Alabio di daerah yang menjadi lokus penelitian (Dinas Pertanian Bidang Peternakan, Balai Pembibitan Ternak Unggas). Dari pelaksana teknis tersebut didapatkan informasi untuk informan selanjutnya, yaitu peternak dan/atau pembudidaya Itik Alabio. Sektor usaha kuliner diwakili oleh usaha waralaba Kalijo yang sajian utamanya berbasis daging itik. Kalijo dipilih karena unit waralabanya ada di semua lokus penelitian. Analisis data menggunakan analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Rantai Pasok (*Supply Chain*) Itik Alabio di Kalimantan Selatan

Industri ternak itik merupakan industri agribisnis yang memiliki komponen rantai pasok lengkap dari sektor hulu sampai ke hilir. Secara umum, rantai pasok dapat diartikan sebagai integrasi pembelian material dan jasa dalam menghasilkan suatu produk, dan proses-proses yang menyertainya hingga sampai ke tangan pelanggan (Yuliana 2020). Pada segmen hulu, terdapat peternak lokal ataupun perusahaan besar yang telah mengembangkan dan menguasai industri di levelnya masing-masing. Motor penggerak pemasok input di industri itik meliputi bibit, pakan, obat ataupun vaksin yang digunakan dalam titik awal produksi ternak itik. Di segmen hilir juga telah berkembang industri yang mengolah produk peternakan menjadi produk olahan dan memperdagangkan hasil olahan tersebut di pasar lokal. Pada teknis produksinya, peternak itik terlibat dalam bisnis perunggasan sebagai pihak yang menghasilkan atau memproduksi ternak itik hidup siap jual (*livestock*) dari hasil pemeliharaan bibit itik. Dalam pembahasan ini, rantai pasok dibagi menjadi 2 sektor, yaitu hulu dan hilir.

#### Sektor Hulu

Sumber utama bibit Itik Alabio yang ada di Kalimantan Selatan terdapat di 2 (dua) tempat, yaitu di Balai Pembibitan Ternak Unggul-Hijauan Pakan Ternak (BPTU-HPT) dan Kabupaten HSU. BPTU-HPT berlokasi di Kabupaten Tanah Laut. Salah satu tupoksi BPTU-HPT adalah menjaga ketersediaan bibit ternak unggas di Indonesia pada umumnya dan Kalimantan Selatan pada khususnya. Di sini dilakukan pembibitan beberapa jenis itik, antara lain Alabio, Mojosari, dan Alabio, serta itik persilangan Mojosari dan Alabio (MA). Saat penelitian ini dilakukan (tahun 2019), distribusi bibit itik Alabio dilakukan ke 7 kabupaten yaitu Kabupaten Kotabaru, Kabupaten Tanah Bumbu, Kabupaten Tanah Laut, Kota Banjarbaru, Kabupaten Tapin, Kabupaten Balangan, dan Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Sumber bibit Itik Alabio yang ada di Kabupaten HSU, ditetapkan oleh Pemerintah Pusat sesuai Kepmentan Nomor: 4436/Kpts/SR.120/2013, yakni di wilayah Kecamatan Amuntai dan Kecamatan Sungai Pandan. Di Kabupaten HSU, siklus ternak itik (sejak berupa telur hingga ternak siap jual) merupakan suatu proses yang berkesinambungan. Setiap rantai pelaku berhubungan dari satu tahap ke tahap berikutnya. Pelaku usaha pembibitan akan menjual produknya ke pelaku budidaya (pembesaran), hasil budidaya yang berupa telur kembali lagi ke pelaku pemibibitan sebagai telur yang akan ditetaskan. Dengan demikian para peternak di Kecamatan Alabio menerapkan sistem spesifikasi usaha yang berfokus pada 1 tahapan dalam pertumbuhan itik. Distribusi bibit Itik Alabio yang dihasilkan di Kabupaten HSU cukup luas. Selain dijual ke agen pengumpul untuk kebutuhan daerah setempat, bibit juga dijual langsung ke luar daerah kabupaten, hingga ke luar provinsi seperti Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur.

Rantai selanjutnya dalam pada sektor hulu adalah peternak. Peternak memiliki peran sangat penting didalam mekanisme rantai pasok. Peran peternak dalam rantai pasok sangat menentukan dalam penyediaan itik, baik kuantitas maupun kualitas itik yang dihasilkan. Peternak itik terbagi menjadi 2 yaitu peternak itik petelur dan peternak itik pedaging. Peternak itik petelur membeli anak itik berusia 4-5 bulan untuk mulai dipelihara dan dirawat secara intensif sebagai itik petelur. Itik Alabio sebagai petelur dirawat dan diberi asupan pakan secara intensif dalam rangka mengoptimalkan kualitas dan kuantitas produksi telur. Peternak harus menyediakan pakan yang mampu meningkatkan stamina itik serta meningkatkan kualitas dan kuantitas telur yang dihasilkan. Oleh karena itu biaya pakan seringkali merupakan biaya operasional terbesar dalam pemeliharaan ternak itik petelur. Untuk meniyasati hal ini, peternak biasanya memiliki formulasi sendiri dalam penyusunan komposisi ransum pakan. Dengan demikian mereka tidak perlu harus selalu bergantung pada pakan komersil yang harganya cukup mahal. Formulasi penyusunan ransum pakan tergantung pada pengalaman peternak dan ketersediaan bahan baku pakan yang dibutuhkan. Umumnya bahan pakan lokal yang digunakan berupa dedak halus, sagu/rumbia, ikan, siput air (keong), kepala udang, atau telur itik yang gagal dalam proses penetasan.

Peternak itik pedaging kebanyakan membudidayakan Itik Mojosari, keturunan persilangan itik Mojosari dan Alabio (biasa dikenal dengan sebutan MA), dan Itik Peking. Ternak pedaging yang murni berjenis Itik Alabio hanya ternak jantan dan betina afkir. Itik Alabio jantan dipelihara sejak berusia 3-4 hari hingga 3-4 bulan, tergantung target bobot tubuh yang diinginkan, sedangkan Itik Alabio afkir di atas usia 2 tahun (setelah tidak produktif lagi sebagai petelur). Hal inilah yang menyebabkan ketersediaan Itik Alabio pedaging sangat terbatas.

Minat pasar terhadap itik sekarang didominasi oleh Itik MA dan Itik Peking. Dari segi kualitas daging, di antara jenis Alabio, Mojosari, dan MA hampir tidak ada kompetisi, artinya penggemar kuliner itik tidak terlalu bisa membedakan ketiga jenis ini jika sudah dalam bentuk masakan. Bagi pelaku bisnis kuliner yang menggunakan itik lokal mereka lebih mementingkan bobot karkas. Semakin besar bobot karkas, semakin besar pula peminatnya. Supriyadi (2011) menyatakan bahwa bobot badan itik jantan yang dijadikan pedaging berkisar 1,2-2,6 kg/ekor dengan pemeliharaan selama 10-12 minggu. Ketika menjadi karkas bobotnya berkisar 0,6-1,1 kg/ekor. Dengan demikian dari standar bobot Itik Alabio jantan masih bersaing dengan jenis itik lokal lainnya.

Skala keuntungan peternak sangat ditentukan oleh jumlah ternak yang dimiliki, yang juga sangat tergantung pada modal yang tersedia. Peternak dikatakan berskala kecil jika hanya memiliki 100 – 200 ekor itik, dan berskala besar jika sudah bisa memelihara di atas 500 ekor (Bidang Peternakan 2019). Analisis usaha kedua jenis ternak ada di tabel 1 dan tabel 2.

**Tabel 1. Perbandingan Keuntungan Ternak Itik Alabio Petelur (selama siklus produktif 19 bulan)**

Uraian	100 ternak		300 ternak	
	Pemasukan	Pengeluaran	Pemasukan	Pengeluaran
<b>Investasi</b>				
1. Kandang & peralatan operasional		Rp7.000.000		Rp7.000.000
2. Bibit itik petelur (Rp.65.000/ekor)		Rp6.500.000		Rp19.500.000
<b>Operasional (19 bulan)</b>				
1. Penyusutan kandang & alat		Rp2.216.667		Rp2.216.667
2. Penyusutan ternak itik		Rp1.000.000		Rp3.000.000
3. Pakan (Rp.3500/kg)		Rp22.680.000		Rp68.040.000

4. Listrik & air	Rp2.280.000	Rp3.040.000
5. Upah tenaga (Rp.700.000/org/bln)	Rp.13.300.000	Rp.13.300.000
<b>Pendapatan (selama 18 bulan)</b>		
1. Penjualan telur (Rp.2000/butir)	Rp.35.000.000	Rp.105.000.000
2. Penjualan itik afkir	Rp.5.390.000	Rp.16.170.000
<b>Laba</b>	<b>(-) Rp.1.086.667</b>	<b>Rp. 31.573.333</b>

Sumber: data primer yang diolah (2019)

Analisis usaha itik petelur yang dilakukan didasari beberapa asumsi sebagai berikut: (a) masa pemeliharaan 18 bulan, produksi telur 250 butir/ekor tercapai maksimal hingga 70%; (b) penyusutan nilai kandang berdasarkan jangka pemakaian selama 5 tahun (60 bulan) menggunakan metode garis lurus (*straight line method*), di mana diasumsikan kegunaan pemakaian kandang dan peralatan beserta biaya perbaikan dan pemeliharaan dianggap sama setiap tahunnya; (c) jangka waktu pemeliharaan hingga berusia 2 tahun (afkir) adalah 19 bulan, 1 bulan pra-produktif, 18 bulan masa produktif; (d) tingkat kematian ternak sekitar 2% dalam 1 siklus produktif; (e) pakan buatan sendiri, konsumsi pakan 12 kg/100 ekor/hari, biaya pakan Rp3.500/kg; (f) upah tenaga berdasarkan rata-rata tarif tenaga kerja di peternakan yang diobservasi, yaitu Rp700.000,-/bulan; (g) harga telur itik Rp2.000/butir (standar terendah rata-rata harga telur itik); dan (h) harga jual itik afkir Rp55.000/ekor.

Peternak yang memiliki 300 ekor itik petelur akan menghasilkan keuntungan bersih sekitar tiga puluh satu juta rupiah (jika tenaga dikompensasi sebagai biaya operasional), setara per bulannya adalah sekitar Rp1.600.000. Dengan keuntungan seperti ini, biaya modal sudah bisa kembali setelah 1 kali siklus produktif. Peternak yang hanya memiliki 100 ekor ternak akan merugi sekitar satu juta rupiah jika memasukkan upah tenaga sebagai biaya operasional. Jika tenaga dianggap sebagai *sunk cost*, dapat dikatakan keuntungannya adalah sekitar 12 juta rupiah, atau 1 juta rupiah setiap bulannya. Dengan perbandingan seperti ini, 300 ternak merupakan jumlah minimal untuk mendapatkan keuntungan yang cukup layak dan dapat menopang perekonomian keluarga.

**Tabel 2. Perbandingan Keuntungan Ternak Itik Alabio Pedaging**

Uraian	100 ternak		300 ternak	
	Pemasukan	Pengeluaran	Pemasukan	Pengeluaran
<b>Investasi</b>				
Kandang & peralatan operasional		Rp7.000.000		Rp7.000.000
<b>Operasional (4 bulan)</b>				
1. DOD Jantan (Rp7.500/ekor)		Rp750.000		Rp2.250.000
2. Penyusutan nilai kandang & alat		Rp466.667		Rp466.667
3. Pakan (Rp2.400/kg)		Rp2.880.000		Rp20.160.000
4. Listrik & air		Rp480.000		Rp640.000
5. Upah tenaga (Rp700.000/org/bln)		Rp2.800.000		Rp2.800.000
<b>Pendapatan (setelah 4 bulan)</b>				
Penjualan itik (Rp55.000/ekor)	Rp4.900.000		Rp37.730.000	
<b>Pendapatan – pengeluaran</b>		<b>(-) Rp1.726.667</b>		<b>Rp13.663.333</b>

Sumber: data primer yang diolah (2019)

Analisis usaha Itik Alabio pedaging yang dilakukan didasari beberapa asumsi sebagai berikut: (a) ternak Itik Alabio jantan dengan masa pemeliharaan 3-4 bulan dan tingkat kematian 2%; (b) penyusutan nilai kandang berdasarkan jangka pemakaian selama 5 tahun (60 bulan) menggunakan metode garis lurus; (c) Itik dipelihara sejak berusia 3-4 hari dan dipanen pada usia 4 bulan (mengambil usia tertinggi); (d) pakan buatan sendiri, konsumsi pakan 10 kg/100 ekor/hari, rata-rata biaya Rp1.600/kg; (e) upah tenaga peternak Rp700.000/bulan; dan (f) harga jual itik pedaging Rp55.000/ekor.

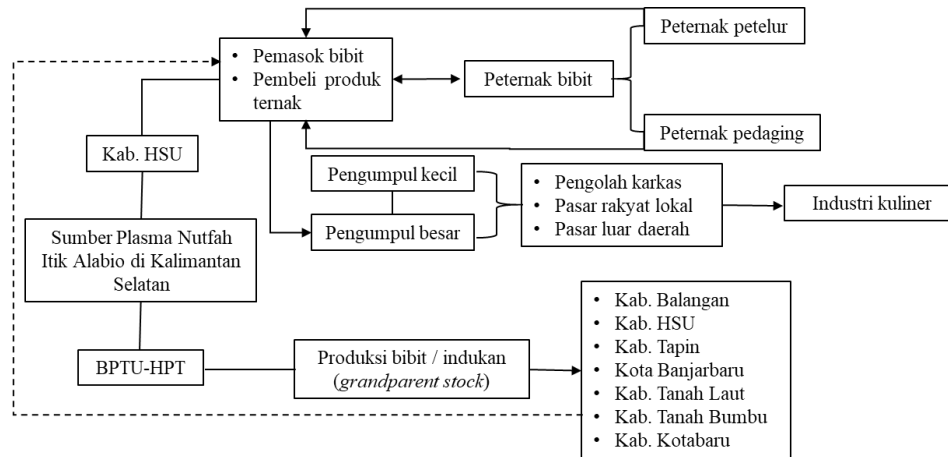
Peternak pedaging yang memiliki 300 ekor ternak dapat meraih keuntungan bersih sekitar Rp13.600.000 dengan masa pemeliharaan 4 bulan, atau setara dengan Rp3.400.000/bulan. Dengan hasil penjualan seperti ini maka modal investasi dapat dikembalikan setelah 1 kali siklus panen, dan masih menerima keuntungan bersih sekitar 50%. Peternak yang hanya memiliki 100 ekor ternak akan merugi sekitar Rp1.700.000 jika memasukkan upah tenaga sebagai biaya operasional. Jika tenaga dianggap sebagai *sunk cost*, keuntungannya hanya Rp1.000.000/4 bulan. Dengan keuntungan seperti ini, jangka waktu balik modal adalah 7 kali siklus panen (28 bulan).

Sebagai perbandingan, antara peternak itik petelur dan itik pedaging yang sama-sama memiliki ternak 300 ekor memiliki perbedaan margin keuntungan sekitar 10%. Dimana rata-rata keuntungan itik petelur sekitar 26% dan itik pedaging 36%. Dengan demikian sebenarnya ternak itik pedaging lebih menguntungkan daripada ternak itik petelur. Berdasarkan wawancara dengan beberapa peternak itik, mereka bersedia meningkatkan skala peternakan Itik Alabio pedaging mereka jika ada jaminan bahwa produk mereka akan habis di pasaran dan harga stabil. Akan tetapi kendalanya adalah permintaan Itik Alabio pedaging tidak terlalu tinggi dan harga itik sangat fluktuatif di saat-saat tertentu.

### Sektor Hilir

Sektor hilir terdiri atas *supplier* dan industri kuliner sebagai target pasar. *Supplier* dalam bahasan ini adalah orang yang menyediakan bibit atau telur tetas, menyediakan DOD, dan menyediakan itik pedaging untuk disalurkan ke mata rantai pemasaran berikutnya, tergantung tujuan. Di Kabupaten HSU, *supplier* bisa berperan sebagai penyedia bahan baku sekaligus pembeli produk yang dihasilkan. *Supplier* telur tetas biasanya merupakan orang yang sama dengan yang membeli produk bibit itik (DOD) yang dihasilkan. Begitu pula di peternak pembesaran, *supplier* bibit itik juga merupakan pembeli dari telur itik atau itik pedaging yang dihasilkan oleh peternakan tersebut.

Peran perantara di sektor itik pedaging yang diperlukan industri kuliner adalah *supplier* karkas. Industri kuliner yang dimaksud adalah warung tenda, rumah makan, dan restoran yang menyediakan olahan berbahan dasar daging itik. Para pelaku usaha kuliner biasanya hanya bersedia menerima itik dalam bentuk karkas (daging bersih, tanpa kepala dan organ dalam). *Supplier* karkas mendapatkan karkas dari unit-unit usaha pematangan itik. Mereka biasanya telah memiliki konsumen tetap, yaitu industri kuliner lokal dan penjual daging itik di pasar tradisional. Di level yang lebih besar, *supplier* karkas itik adalah unit layanan penyedia karkas (perusahaan) dengan produk akhir berupa *cold meat*. *Supplier* besar ini biasanya melayani industri perhotelan dan pasar modern. *Supplier* besar ini umumnya menyediakan Itik Peking karena ketersediaannya lebih terjamin dibandingkan itik lokal. Gambaran alur rantai pasok itik di Kalimantan Selatan disajikan pada gambar 2.



**Gambar 2. Diagram alur rantai pasok Itik Alabio**  
(Sumber: data primer yang diolah, 2019)

**Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)**

Berdasarkan data dan deskripsi rantai pasok Itik Alabio, dilakukan analisis STP untuk menghasilkan strategi pemasaran. Analisis STP dilakukan agar dapat memperoleh gambaran utuh dalam perumusan strategi pengembangan produk olahan Itik Alabio untuk memperoleh posisi bersaing yang lebih efektif dengan produk-produk dari pesaing yang telah dan mungkin akan ada. Selain itu, dengan analisis ini juga diharapkan akan dapat mengidentifikasi kesenjangan yang ada dalam pasar dan berpotensi dalam pengembangan produk olahan Itik Alabio.

*Segmenting* atau segmentasi pasar didefinisikan sebagai proses identifikasi kelompok konsumen yang memiliki kesamaan kebutuhan, dalam rangka pengembangan suatu produk agar sesuai dengan selera konsumen. Menurut Hadiguna (2016), efektivitas dan efisiensi mempengaruhi proses pengambilan keputusan dengan menjamin tujuan yang telah ditetapkan dalam manajemen rantai pasok dapat tercapai. Pentingnya peningkatan efektivitas dan efisiensi juga dapat memberikan peluang untuk perbaikan berkelanjutan pada keseluruhan struktur rantai pasok (Taticchi, et al. 2015). Analisis segmentasi pasar dalam penelitian ini diarahkan kepada segmentasi pasar konsumen karena belum ada skala usaha di sektor industri daging itik di Kalimantan Selatan yang dapat dikategorikan ke dalam segmentasi pasar bisnis.

Segmentasi pasar konsumen itik Alabio dapat dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu: (a) pasar *cold meat* (pasokan daging itik beku): memerlukan daging yang berkualitas, kuantitas besar dan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan industri berskala besar (supermarket, perhotelan, restoran); dan (b) pasar *hot meat*, daging itik dalam bentuk karkas segar untuk memenuhi kebutuhan industri yang berskala lebih kecil, atau kebutuhan hariannya dapat dipenuhi oleh karkas segar tanpa harus menyimpan pasokan karkas beku. Berdasarkan data (hasil wawancara dan observasi di lapangan), mayoritas pasokan itik Alabio hanya melayani kebutuhan lokal di Kalimantan Selatan, khususnya Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru, Kabupaten Banjar, Kabupaten Tanah Laut, Kabupaten HSU, Kabupaten HST, dan Kabupaten Hulu Sungai Selatan (HSS). Kabupaten lain di Kalimantan Selatan tidak memiliki permintaan pasokan daging itik yang besar. Begitu pula untuk distribusi Itik Alabio ke luar provinsi hanya sedikit dan jumlahnya tidak signifikan. Dengan demikian, sementara ini pasar Itik Alabio di Kalimantan Selatan masih terbatas pada pasar *hot meat*.

Pasar konsumen ini juga terkait erat dengan dengan perkembangan industri, perkembangan ekonomi, dan pertumbuhan penduduk. Di Kalimantan Selatan, terdapat 3 lokasi yang sesuai dengan kriteria ini, yaitu Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru dan Kabupaten Banjar. Kota Banjarmasin sebagai ibukota provinsi dan Kota Banjarbaru



sebagai ibukota pemerintahan merupakan wilayah tersibuk di Kalimantan Selatan, sedangkan Kabupaten Banjar yang terletak di antara kedua kota ini juga menjadi wilayah penyangga yang perannya cukup signifikan dalam perekonomian daerah. Oleh karena itu, pertumbuhan penduduk di 3 wilayah ini cukup tinggi dan menjadikannya lokasi potensial untuk pemasaran produk olahan Itik Alabio.

Berdasarkan hasil analisis segmentasi pasar di atas yang berbasis pendekatan segmentasi pasar (demografis, lokasi, dan pendekatan pembelian), selanjutnya dilakukan analisis target pemasaran (*targeting*) produk olahan Itik Alabio. Dengan sumber daya yang cukup, industri Itik Alabio dapat masuk ke segmen Pasar Konsumen dengan target pasar: (a) warung tenda, rumah makan, dan restoran; (b) IKM produk olahan itik (dendeng, kerupuk, dan sebagainya). Sedangkan untuk target konsumen adalah masyarakat perkotaan yang memiliki penghasilan menengah ke atas, dikarenakan harga itik yang lebih mahal jika dibandingkan dengan daging ayam yang lebih populer di masyarakat.

Selanjutnya dilakukan analisis dan strategi *positioning*, yaitu penentuan posisi pasar yang dapat menunjukkan bagaimana suatu produk dapat dibedakan dari para kompetitornya. *Positioning* sangat penting dalam usaha membangun citra suatu produk, yang dalam hal ini adalah daging Itik Alabio sebagai bahan dasar olahan makanan. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, Itik Alabio dapat diposisikan pada keunikan produk dan atribut produk (dibandingkan dengan produk sejenis lainnya). Itik Alabio telah diketahui merupakan jenis itik petelur yang unggul karena produktifitasnya yang tinggi. Pertumbuhannya pun cukup baik dengan bobot badan dewasa berkisar 1,6-1,7 kg. Dalam hal sebagai itik pedaging, berdasarkan wawancara dengan peternak dan pelaku usaha kuliner daging itik, daging Itik Alabio memiliki yang cerah dan putih meskipun setelah dimasak, sehingga memiliki kelebihan tersendiri pada aspek estetika tampilan makanan. Pada jenis masakan itik panggang, jenis daging Itik Alabio afkir diakui juga paling pas, dikarenakan tidak gampang menyusut ukurannya pada saat proses pemanggangan. Dengan demikian, *positioning* Itik Alabio di pasar selain sebagai penghasil telur yang berkualitas adalah sebagai *hot meat* dan bahan baku masakan khas Kalimantan Selatan.

### **Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix Analysis*) Itik Alabio**

Analisis bauran pemasaran dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi saluran perdagangan dan konsumen akhir yang ditargetkan. Bauran pemasaran merupakan pandangan penjual terhadap perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli (Kotler and Armstrong 2017). Bauran pemasaran yang digunakan pada bisnis produk umumnya hanya mencakup 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).

#### **Produk**

Selama ini Itik Alabio terkenal sebagai penghasil telur, sehingga budidaya Itik Alabio yang lebih banyak diarahkan ke petelur. Telur Itik Alabio kebanyakan diolah menjadi telur asin. Telur asin yang berasal dari Itik Alabio diakui sangat berbeda dengan telur itik lain, yaitu pada tekstur dan warna kuning telurnya yang cenderung jingga kemerahan. Teksturnya agak kasar sehingga menambah cita rasa khas telur asin. Kendala sekaligus kelemahan dalam pemasaran telur asin ini adalah tidak adanya merk atau *brand* yang menunjukkan bahwa telur asin tersebut diproduksi dari telur Itik Alabio. Hampir semua telur asin hanya diberi stempel di bagian cangkang telur. Tidak adanya standar kualitas juga menjadi masalah untuk memasarkan telur asin ini ke level yang lebih tinggi, Seringkali telur asin dengan kualitas rendah (rasanya hampir sama dengan telur rebus biasa) sama harganya dengan telur asin berkualitas tinggi, dan antara produk yang bagus dan kurang bagus tidak bisa dibedakan atau dicirikan oleh pelanggan. Oleh karena itu, pemasaran telur asin Itik Alabio hanya bersifat lokal atau dalam daerah saja.

Secara umum, kandungan gizi daging itik merupakan sumber protein yang cukup baik (Zubaidah, et al. 2015), akan tetapi perannya sebagai penghasil daging masih rendah. Kontribusi daging itik hanya 1,5% dari total kebutuhan daging unggas yang selebihnya disuplai dari ayam ras (BPS Provinsi Kalimantan Selatan 2019). Selain produksi yang masih rendah, daging itik juga merupakan jenis daging yang masih kurang diminati oleh masyarakat. Daging itik terkenal di masyarakat dengan tekstur daging yang alot dan warna daging kemerahan yang disebabkan persentase serabut otot merah sebesar 84% dan serabut otot putih sebesar 16%. Aroma daging itik memiliki karakteristik yang khas, cenderung berbau amis atau anyir (Matitaputty and Suryana 2010).

Adapun kelebihan daging Itik Alabio berbeda untuk setiap kelompok usia itik. Itik pedaging jantan berusia 3–4 bulan memiliki kelebihan warna daging yang putih menyerupai ayam dan itik Peking. Kelebihan ini membuat Itik Alabio muda cocok untuk diolah sebagai itik/bebek goreng, karena lebih baik dari segi estetika masakan. Itik Alabio betina afkir memiliki kelebihan susut daging rendah dan tekstur daging yang khas. Itik afkir sangat sesuai untuk jenis masakan yang membutuhkan waktu masak yang cukup lama. Lamanya proses memasak ini di sebagian unggas (terutama itik) akan membuat ukuran daging menyusut cukup banyak. Akan tetapi, khusus Itik Alabio afkir setelah mengalami pemanasan yang cukup lama tidak banyak menyusutkan bobot dagingnya.

Sebagai bahan baku masakan, di daerah asal Itik Alabio, yaitu Kabupaten HSU, kuliner yang berbahan baku daging itik yang banyak ditemui adalah itik panggang dan itik masak habang. Itik panggang merupakan salah satu masakan khas Kabupaten HSU, dimana daging itik direndam dalam larutan bumbu dan kecap, kemudian dipanggang dengan menggunakan arang. Itik masak habang, sebagai makanan khas lainnya, juga menjadi salah satu ciri khas masakan daerah di Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar. Itik masak habang merupakan sajian daging itik yang dimasak dalam sambal berwarna merah yang terdiri dari kombinasi bawang, cabe kering tanpa biji, dan bumbu lainnya. Kedua jenis masakan itik ini merupakan jenis yang harus disantap di tempat atau tidak bisa disimpan lama. masakan ini berpotensi menjadi oleh-oleh khas Kalimantan Selatan, jika dapat dikemas dalam bentuk kaleng. Contoh yang dapat diadopsi adalah Yogyakarta yang telah banyak memproduksi masakan khas daerahnya dalam bentuk kalengan seperti *gudeg* dan *oseng mercon* kalengan. Produk ini telah banyak dijual di *marketplace*, sehingga jangkauan pemasarannya luas. Peluang ini cukup bagus jika bisa diterapkan terhadap masakan Itik Alabio. Akan tetapi kendalanya adalah belum ada teknologi pengalengan di Kalimantan Selatan. Teknologi pengalengan ini memang membutuhkan modal yang cukup besar, sehingga belum ada pengusaha kuliner di Kalimantan Selatan yang mau atau mampu untuk mengembangkannya.

## Harga

Penetapan harga berdasarkan biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasikan produk. Tujuan utama penetapan harga tentu saja adalah untuk menghasilkan laba dari penjualan, mengembangkan produksi produk, dan memperluas target pemasaran. Karena penentuan harga didasarkan pada penawaran atau biaya, maka harga yang telah ditetapkan juga menjadi penentu target pasar. Penetapan harga dalam industri kuliner sangat dipengaruhi oleh Harga Pokok Penjualan (HPP) yang meliputi biaya langsung (perolehan bahan baku) dan biaya tidak langsung (operasional penunjang dalam melakukan proses produksi). Selain itu, penetapan harga juga harus memperhatikan harga yang ditawarkan oleh kompetitor.

**Tabel 3. Analisis Penetapan Harga Masakan Itik Alabio**

Jenis itik	Jenis Masakan	HPP per porsi	Margin 30%	Margin 25%
Itik jantan (3 – 4 bulan)	Goreng	Rp24. 000	Rp31.000	Rp30.000
Itik betina (1,5 – 2 tahun)	Panggang	Rp45.000	Rp59.000	Rp56.000

Sumber: data primer yang diolah (2019)

Analisis harga pada tabel 3 dihitung berdasarkan rata-rata harga bahan pokok di 5 lokus penelitian. Harga daging Itik Alabio (karkas) dijual di kisaran Rp65.000–Rp75.000 per ekor, sedangkan Itik Alabio afkir sekitar Rp70.000–Rp80.000 per ekor. Sajian itik goreng (itik jantan berusia 7-8 minggu) biasanya memerlukan  $\frac{1}{4}$  bagian karkas per porsi, artinya biaya bahan baku dalam 1 porsi menu adalah Rp75.000 dibagi 4, yaitu sekitar Rp19.000. Dengan asumsi biaya bumbu sekitar Rp5000 per porsi, maka HPP adalah Rp24.000. Jika harga bahan baku Rp65.000, maka HPP per porsi adalah Rp21.000.

Harga penjualan ini menentukan target pasar yang bisa dicapai. Penetapan harga produk merupakan salah satu kunci untuk memenangkan kompetisi bisnis. Meski demikian, menetapkan harga rendah tidak selalu menjadi strategi yang baik. Secara psikologis harga justru menunjukkan indikator kualitas (Napik, Qomariah and Santosa 2018). Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas produk yang meliputi tekstur, rasa, tampilan, dan aroma produk. Dengan harga seperti dalam tabel 3, maka target pasarnya adalah kalangan bertaraf ekonomi menengah ke atas (sesuai dengan analisis STP sebelumnya).

#### **Placement (Penempatan atau Jalur Distribusi)**

*Placement* atau penempatan dapat diartikan sebagai lokasi bisnis atau sebagai jalur distribusi. Di era yang serba digital, lingkup pemasaran sebenarnya sudah tidak terbentur pada konsep jarak. Maraknya berbagai *platform* digital dengan berbagai kegunaan telah banyak memudahkan konsumen dalam membeli produk yang diinginkan. Peluang ini harus digunakan secara optimal oleh pelaku bisnis kuliner itik Alabio untuk dapat memasarkan produknya. Cara ini juga secara tidak langsung dapat membangun *brand* itik Alabio yang tadinya tidak terlalu dikenal dapat menjadi lebih diketahui oleh konsumen. Membuat situs untuk memperkenalkan kuliner Itik Alabio juga merupakan salah satu alternatif yang cukup menjanjikan. Yang harus diperhatikan adalah *brand* produk harus tercantum di judul situs agar dapat terdeteksi melalui *search engine*. Laman web ini juga dapat didaftarkan di situs aggregator (contoh: *Google Bisnisku*) agar dapat ditemukan di *search engine* dengan *keyword* tertentu.

#### **Promosi**

Berdasarkan penghitungan harga sebelumnya, maka langkah selanjutnya adalah menyusun strategi promosi yang tepat untuk meraih target pasar yang sesuai. Peminat sajian itik memang tidak sebanyak peminat sajian ayam. Tidak sedikit orang yang kurang menyukai tekstur ataupun aroma khas itik. Selain itu harganya yang terbilang mahal juga menjadi salah satu alasan sajian itik tidak bisa sepopuler ayam. Berdasarkan hal ini, maka target pasar produk olahan itik memang lebih spesifik, yaitu orang-orang yang menyukai cita rasa khas itik dan memiliki kemampuan finansial yang cukup baik. Untuk kisaran usia, bisa dikatakan rata-rata penyuka olahan itik berusia di atas 25 tahun. Anak kecil dan usia remaja pada umumnya lebih menyukai produk olahan ayam. Dengan demikian jika ingin menyusun strategi promosi, maka segmentasi ini juga harus diperhatikan.

Kondisi bisnis kuliner daging itik sekarang memang mudah ditemui dengan sebaran lokasi yang cukup banyak dan jenis masakan yang cukup variatif. Akan tetapi sejauh ini sudah tidak ada lagi inovasi produk kuliner. Segmen konsumennya pun relatif stabil, tidak ada perubahan atau penambahan jenis konsumen. Harapan untuk meningkatkan pasar adalah adanya populasi baru yang memiliki minat lebih tinggi terhadap produk ini. Untuk mengatasi kondisi seperti ini, ada 3 cara promosi yang bisa dilakukan

yaitu: (a) Modifikasi pasar, konsepnya adalah memasuki segmen pasar baru dan merebut pelanggan kompetitor. Hal ini bisa dilakukan dengan mengemas kuliner itik menjadi bentuk makanan atau menu yang sedang digemari orang saat ini. Misalnya mengemas masakan itik menjadi bebek goreng *crispy* dan bebek geprek, menu yang banyak disukai para penikmat ayam goreng; (b) Modifikasi produk, yaitu pembaruan karakteristik produk yang dilakukan melalui penambahan fitur baru seperti menggabungkan menu masakan dengan minuman yang sedang digemari saat ini dalam satu paket. Paket menu yang terdiri atas makanan dan minuman dalam satu harga secara psikologis lebih menarik minat konsumen. Konsumen secara alami berpikir bahwa harga paket selalu lebih menguntungkan dibandingkan dengan harga makanan tersebut secara satuan. Paket lengkap seperti ini juga dipandang lebih praktis dan menarik dari sisi tampilan menu dan tampilan di media promosi; (c) Modifikasi pemasaran, yaitu usaha untuk mempertahankan pangsa pasar yang telah ada dengan cara menerapkan diskon di momen-momen tertentu, penambahan jalur distribusi (menggunakan layanan pesan antar yang tersedia), pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, dan intervensi pemerintah dalam menciptakan pasar.

**Tabel 4. Indikator Variabel di Promosi**

Indikator	Deskripsi
Modifikasi pasar	Mengubah jenis olahan itik menjadi olahan yang sedang banyak digemari saat ini.
Modifikasi produk	Penambahan fitur tambahan produk, seperti menu pendamping yang dipaketkan dengan menu olahan itik.
Modifikasi pemasaran	Diskon atau potongan harga di momen tertentu. Penambahan jalur distribusi online. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Peran pemerintah dalam menunjang upaya promosi produk olahan Itik Alabio.

Sumber: data primer yang diolah (2019)

### Rekomendasi Strategi untuk Pemerintah terhadap Pengembangan Itik Alabio

Pengembangan pemasaran produk olahan Itik Alabio yang didominasi oleh mekanisme pasar memang tidak sepenuhnya bisa dikendalikan oleh intervensi pemerintah daerah. Meski demikian, pemerintah tetap dapat melakukan langkah-langkah strategis dalam mendukung pengembangan Itik Alabio sebagai salah satu produk unggulan daerah. Langkah-langkah ini disusun berdasarkan temuan di lapangan dan hal-hal yang perlu dilakukan dalam pengembangan Itik Alabio sesuai analisis STP dan bauran pemasaran.

**Tabel 5. Rekomendasi Langkah Strategis bagi Pemerintah Daerah untuk Mendukung Pengembangan Itik Alabio di Kalimantan Selatan**

No	Permasalahan	Strategi
1	Belum ada <i>database</i> mengenai jumlah dan informasi khusus Itik Alabio (hanya ada data umum semua jenis itik).	Perlunya inventarisir jumlah dan ketersediaan ternak itik berdasarkan jenisnya.
2	Budidaya Itik Alabio pedaging memiliki potensi kerugian yang besar. Salah satu penyebabnya adalah adanya distribusi bibit itik bantuan dari pemerintah pada saat-saat tertentu yang mengakibatkan stok melimpah, sehingga harga itik menurun tajam.	Pengendalian sebaran bibit Itik Alabio dari bantuan Pemerintah (misalnya dari BPTU) dengan cara memisahkan/membedakan daerah distribusi bantuan dengan jangkauan distribusi para produsen lokal (terutama Kabupaten HSU dan sekitarnya), atau mengatur waktu distribusi agar tidak bersamaan dengan pasokan peternak lokal saat memasuki pasar.
3	Permintaan pasar terhadap Itik Alabio pedaging rendah.	Fasilitasi penciptaan pasar Itik Alabio oleh pemerintah daerah melalui pemanfaatan koperasi

		sebagai produsen karkas Itik Alabio dalam bentuk <i>cold meat</i> , membuka jalur pemasaran <i>cold meat</i> pada rumah makan dan perhotelan yang ada di daerah setempat.
4	Syarat <i>cold meat</i> dapat memasuki pasar modern antara lain harus memiliki sertifikasi rumah potong, vaksin, logo halal, serta perizinan dan standarisasi lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menetapkan regulasi dan program wajib vaksin untuk unggas dengan implementasi yang lebih ketat.</li> <li>b. Pembangunan rumah potong unggas yang memiliki kewenangan untuk mengeluarkan sertifikat kesehatan, lolos vaksin, halal, dan semua yang dibutuhkan untuk dapat memasuki pasar modern (<i>one stop access</i>).</li> </ul>
5	Citra atau merek Itik Alabio belum terbentuk di masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membuat konten digital mengenai Itik Alabio yang dikelola secara professional.</li> <li>b. Kerjasama dengan <i>influencer</i> untuk meningkatkan level publikasi <i>brand</i> Itik Alabio.</li> <li>c. Penyelenggaraan <i>event</i> budaya bertema Itik Alabio di Kab. HSU (meliputi edukasi hulu hingga hilir Itik Alabio, <i>talkshow</i> dengan narasumber yang kompeten, kompetisi bertema Itik Alabio, kunjungan ke peternakan Itik Alabio, dan sebagainya).</li> </ul>
6	Pemanfaatan <i>platform</i> digital untuk bisnis kuliner belum optimal.	Sosialisasi dan pelatihan untuk memasukkan bisnis pada berbagai aplikasi pencarian, cara menciptakan kata kunci dan <i>brand</i> yang mudah diakses di <i>search engine</i> .

Sumber: data primer yang diolah (2019)

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

### SIMPULAN

Rantai pasok Itik Alabio terbagi menjadi sektor hulu dan hilir. Di sektor hulu meliputi: (a) sumber bibit dari Kabupaten HSU sebagai sumber bibit komersil (diperjual-belikan); (b) sumber bibit dari BPTU di Kab. Tanah Laut yang memproduksi dan mendistribusikan bibit indukan Itik Alabio ke beberapa kabupaten di Kalimantan Selatan untuk mempertahankan sumber daya genetik Itik Alabio; dan (c) Peternak itik petelur dan peternak itik pedaging. Di sektor hilir meliputi (a) pembeli produk ternak yang sekaligus berperan sebagai pemasok produk ke rantai pasok selanjutnya; (b) pengolah karkas; (c) industri kuliner dan pasar rakyat. Segmen pasar Itik Alabio adalah tempat makan yang menjual sajian berbahan dasar itik dengan target lokasi di Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar. Target konsumennya adalah masyarakat berpenghasilan menengah ke atas dengan usia di atas 25 tahun. Perluasan jangkauan pasar dapat dibantu oleh pemerintah daerah dengan memposisikan (*positioning*) Itik Alabio sebagai suplai *cold meat* untuk pangsa pasar perhotelan, restoran, dan pasar modern. Strategi pemasaran Itik Alabio sebagai olahan makanan adalah dengan memperhatikan keunggulan tekstur, rasa, dan warna daging Itik Alabio sebagai daya jual, menentukan harga jual yang bersaing dengan kompetitor tanpa menurunkan kualitas, menambah jalur distribusi secara daring, dan meningkatkan promosi di *platform* digital untuk mengangkat citra atau merek Itik Alabio sebagai PUD Kalimantan Selatan.

## REKOMENDASI

Mekanisme pasar sangat tergantung pada permintaan konsumen dan keberlanjutan suplai produk. Meski demikian, pemerintah daerah tetap dapat melakukan intervensi untuk mendukung upaya pengembangan Itik Alabio sebagai PUD Kalimantan Selatan. Hal mendasar yang harus dilakukan adalah memastikan bahwa Itik Alabio yang dimiliki daerah benar-benar galur murni, bukan hasil persilangan dengan jenis itik lainnya. Jika telah dipastikan, langkah selanjutnya adalah menjaga keberlangsungan keturunan galur murni dengan menetapkan suatu lokasi atau desa sebagai budidaya khusus Itik Alabio, sehingga sumber genetik Itik Alabio tetap ada di Kalimantan Selatan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tulisan ini merupakan hasil dari kegiatan penelitian yang diselenggarakan oleh Balitbangda Prov. Kalimantan Selatan (TA. 2019). Penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Bapak Ir. Gusti Syahrani Noor yang juga terlibat dalam kegiatan ini, dan telah memasuki masa purna tugas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Balitbangda Prov. Kalimantan Selatan. 2018. *Kajian Potensi Hilirisasi Produk Unggulan di Kalimantan Selatan*. Laporan Akhir Penelitian, Banjarbaru: Balitbangda Prov. Kalimantan Selatan.
- BPS Provinsi Kalimantan Selatan. 2019. *Kalimantan Selatan dalam Angka 2018*. Banjarbaru: BPS Provinsi Kalimantan Selatan.
- BPS Provinsi Kalimantan Selatan. 2021. *Kalimantan Selatan dalam Angka 2020*. Banjarbaru: BPS Provinsi Kalimantan Selatan.
- Emhar, Annona, Joni Murti Mulyo Aji, dan Titin Agustin. 2014. "Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Daging Sapi di Kabupaten Jember." *Berkala Ilmiah Pertanian Volume 3 (1)* 53-61.
- Fitriyanti, Siska. 2018. "Strategi Pengembangan IKM Berbasis Komoditas Itik Alabio dan Purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara." *Jurnal Kebijakan Pembangunan* 67-72.
- Hadiguna, RA. 2016. *Manajemen Rantai Pasok Agroindustri: Pendekatan Berkelanjutan untuk Pengukuran Kinerja dan Analisis Risiko*. Padang: Andalas University Press.
- Kementerian Pertanian. 2020. *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2020*. Jakarta: Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian.
- Kepala Bidang Peternakan Dinas Pertanian Kabupaten HSU, diwawancarai oleh Tim Peneliti Balitbangda Prov. Kalimantan Selatan. 2019. *Dinas Pertanian Kabupaten HSU* (1 Agustus 2019).
- Khoir, Misbahul. 2016. "Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Memilih Pasar Sasaran ." *Akademika Vol. 10 (1)* 119-134.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2017. *Principles of Marketing (17th Edition)*. London: Pearson.
- Manap, Abdul H. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Matitaputty, Procula R, dan Suryana. 2010. "Karakteristik Daging Itik Dan Permasalahan Serta Upaya Pencegahan *Off Flavor* Akibat Oksidasi Lipida." *Wartazoa Vol. 20 No. 3* 130 - 138.
- Napik, Ahmad, Nurul Qomariah, dan Budi Santosa. 2018. "Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Blackberry*." *Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 3 (1)* 73-85.
- Suryana. 2013. "Pemanfaatan Keragaman Genetik untuk Meningkatkan Produktivitas Itik Alabio (*Anas platyrhynchos* Borneo)." *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian Vol. 32 (3)* 100-111.
- Suryana dan Muhammad Yasin. 2013. "Profil Usaha Peternakan Itik Alabio (*Anas platyrhynchos* Borneo) di Kalimantan Selatan." *Seminar Nasional Inovasi Teknologi Pertanian*. Banjarbaru: BPTP Kalimantan Selatan. 500-509.
- Surat Keputusan (SK) Bupati Hulu Sungai Utara No. 218 Tahun 2012 tentang Penetapan Produk Unggulan Kerajinan di Kabupaten Hulu Sungai Utara.
- Taticchi, P, P Garengo, SS Nudurupati, F Tonelli, dan R Pasqualino. 2015. "A Review of Decision Support Tools and Performance Measurement and Sustainable Supply Chain Management." *International Journal Production Research Vol. 53 (21)* 6473-6494.
- Yasni, Hasanuddin, diwawancarai oleh Ipak Ayu. H Nurcaya. 2020. *Tren Frozen Food, Pasar Daerah Pacu Kapasitas Rantai Pendingin*. (18. Desember).
- Yuliana, Lingga. 2020. "Manajemen Rantai Pasok Produksi Rak Piring Aluminium di Depok (Studi Kasus pada Sumber Jaya Aluminium)." *Jurnal Riset Bisnis Volume 3 (2)* 97-105.
- Zubaidah, Pudji Rahayu, I Anie, dan Darlis. 2015. "Pengolahan Ternak Itik Afkir sebagai Pangan Asuh di Desa Semau Kecamatan Bram Hitam Kabupaten Tanjung Jabung Barat." *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Vol. 30 (15)*.