e-ISSN :2581-0227
Terakreditasi Peringkat 5
Kementrian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional
No 85/M/KPT/2020
http://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JAS/index

JAS

Jurnal Agri Sains, Vol. 6 No. 1, (Juni 2022)

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KOMODITAS SAGU DI KECAMATAN ANGGABERI

SAGO COMMODITY ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY IN ANGGABERI DISTRICT

Sarty Syarbiah[1], Hasniati[2]
[1,2]Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lakidende
Jalan Sultan Hasanuddin, No. 234, Wawotobi, Lalosabila, Unaaha, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara 93461, Indonesia
sartysarbiyah@gmail.com[1], atihasniati@gmail.com[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan ekonomi komoditas sagu dengan menggunakan 6 (enam) indikator bidang pengembangan pasar/ekonomi dalam menyusun strategi pengembangan usaha sagu di Kecamatan Anggaberi. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sensus, yaitu seluruh populasi dipilih sebagai sampel yaitu sebanyak 9 orang. Hasil penelitian menujukkan bahwa dari enam indikator pada bidang pasar/ekonomi yang mendapatkan kategori besar adalah indikator distribusi, struktur pasar, potensi pasar, keuntungan dan prasarana sedangkan yang mendapatkan kategori kecil adalah indikator persaingan produk sejenis. Nilai rata-rata skor akhir pada pengembangan usaha pasar/ekonomi tanaman sagu dengan skor akhir 2 untuk distribusi dan keuntungan dan bidang persaingan produk sejenis memiliki nilai skor akhir terendah yaitu 1.

Kata Kunci : *Pengembangan, Ekonomi , Sagu.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the economic development of sago commodities by using 6 (six) indicators in the field of market/economic development in formulating a strategy for developing sago business in Anggaberi District. Determination of the sample in this study was carried out by census, namely the entire population was selected as a sample of 9 people. The results of the study show that of the six indicators in the market/economic sector, those in the large category are indicators of distribution, market structure, market potential, profits and infrastructure, while those in the small category are indicators of competition for similar products. The average final score on the market/economic development of sago crops with a final score of 2 for distribution and profit and the field of competition for similar products has the lowest final score of 1.

Keywords: Development, Economy, Sago.

Pendahuluan

Sektor Pertanian memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Negara terutama negara yang bercorak agraris seperti Indonesia. Pembangunan ekonomi menitik beratkan pada bidang pertanian dan industri yang berbasis pertanian atau biasa disebut agroindustri. Dalam sistem agribisnis, agroindustri adalah salah satu subsistem yang bersama-sama subsistem lain membentuk agribisnis. sektor pertanian

yang baik maka hal ini juga akan berdampak baik bagi daerah pedesaan karena sektor pertanian merupakan sektor yang sangat berpengaruh bagi daerah pedesaan dalam hal untuk mendapatkan pendapatan riil masyarakat pedesaan. Oleh karena itu, sektor pertanian yang ada di desa dapat terus maju dan berkembang maka pendapatan riil pedesaan juga pasti akan naik (Fikriman. 2017).

Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen (Afuah, 2004). Mengembangkan suatu usaha dapat mengatasi problematik pembangunan ekonomi nasional seperti masalah pengentasan kemiskinan, tingginya jumlah pengangguran, rendahnya daya beli, sulitnya penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja serta peningkatan pertumbuhan ekonomi. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007).

Sagu diyakini merupakan tanaman asli Indonesia dan pusat asal sagu adalah sekitar Danau Sentani, Kabupaten Jayapura, Papua. Pohon sagu yangmenghasilkan sagu merupakan salah satu bahan pangan utama (*staple food*) bagi sebagian masyarakat diIndonesia seperti Papua, Maluku, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara dan Mentawai di Sumatera Barat (Otto,dkk, 2008).

Tanaman sagu memiliki peranan sosial, ekonomi dan ekologis yang cukup penting bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia timur. Secara kultural masyarakat lokal mengkonsumsi tanaman sagu sebagai makanan pokok secara turun temurun (Ibrahim dan Gunawan, 2015). Daun dari pohon sagu digunakan sebagai atap rumah, pelepah untuk dinding rumah dan ampasnya dapat dimanfaatkan sebagai pulp untuk pembuatan kertas atau pakan ternak (Batseba,dkk.,2000).

Kebutuhan akan pati sagu ditingkat nasional dan internasional mengalami peningkatan yang cukup besar antara lain untuk kebutuhan industri pangan maupun energi (bioetanol). Kondisi seperti ini akan sangat menguntungkan usaha agroindustri sagu diIndonesia. Pengembangan tanaman sagu dilakukan karena sagu memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Pohon sagu berpotensi dan menghasilkan produksi yang sangat tinggi (Tirta,dkk.,2013). Upaya pengembangan tanaman sagu dapat dilakukan dengan menciptakan industri kecil dan industri rumah tangga untuk peningkatan pendapatan keluarga. Industri kecil dan rumah tangga merupakan usaha yang banyak menjaring tenaga kerja tanpa harus mempunyai jenjang pendidikan maupun keahlian khusus (Timisela, 2006).

Sagu merupakan salah satu sumber karbohidrat yang sangat penting di Indonesia termasuk di Sulawesi Tenggara, yang secara historis penduduknya mengkonsumsi sagu sebagai bahan makanan pokok selain beras. Bagi masyarakat Sulawesi Tenggara khususnya suku Tolaki, sagu merupakan bahan pangan local yang masih dikonsumsi masyarakat sampai sekarang, baik dalam bentuk makanan utama berupa sinonggi maupun makanan snack berupa roti bagea, sinole dan berbagai olahannya. Potensi tanaman sagu juga terdapat di Kelurahan Lawulo termasuk dalam Kecamatan Anggaberi, Kabupaten Konawe, Provinsi Sulawesi Tenggara. Masyarakat umumnya menanam tanaman tahunan ini di pinggir sungai dan sedikit di sekitar pemukiman warga, hal ini berdasarkan hasil pemetaan masyarakat Kelurahan Lawulo pada tahun 2016.

Analisis Pengembangan Pasar adalah salah satu metode yang dapat dipakai untuk lebih memberikan gambaran kepada masyarakat untuk mengenali potensi sumberdaya alam disekitarnya serta sejauhmana komoditas tersebut bisa

dikembangkan dan dipasarkan dengan lebih baik. Analisis pengembangan pasar penting dilakukan karena dapat mengidentifikasi komoditi potensial yang dapat dimanfaatkan secara lestari, menilai kelayakan usaha pengembangan suatu komoditas serta dapat mengidentifikasi pasar dan kemungkinan pengembangan jaringan pemasaran (Lecup dan Nicholson, 2006). Analisis pengembangan pasar yang digunakan dalam mengembangkan usaha sagu menggunakan beberapa kriteria dalam bidang-bidang berbeda yaitu pasar/ekonomi, sumber daya alam (SDA), sosial/budaya, legalitas/institusi, dan teknologi. Pengembangan usaha sagu sangat penting kaitannya dengan kepuasan konsumen, selain itu kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Menciptakan kepuasan konsumen dapat menggunakan strategi pemasaran, salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah penggunaan bauran pemasaran. Bauran Pemasaran adalah salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk dan untuk menciptakan kepuasan konsumen (Mevita, 2013).

Strategi bauran pemasaran yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha sagu yaitu : produk, harga, promosi, tempat dan orang. Bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Untuk menghasilkan produk yang dapat bersaing dipasaran, membutuhkan strategi bauran pemasaran yang tepat dalam mengembangkan usaha sagu. Strategi produk adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang (Assauri, 2013).

Strategi harga adalah menetapkan harga yang layak untuk produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan posisi penjualan dipasar dan mempengaruhi konsumen. Strategi tempat adalah pemilihan lokasi yang strategis sehingga mudah diakses oleh konsumen menggunakan transportasi umum atau pribadi. Strategi promosi adalah memberitahukan kepada calon pembeli baik itu calon pembeli mendapatkan informasi dari orang lain maupun dari produsen sendiri. Strategi orang adalah orang-orang yang mampu mengorganisir suatu usaha dan dapat menarik konsumen untuk membeli.

Kelurahan Lawulo merupakan salah satu sentra produksi dan penghasil sagu di Kabupaten Konawe. Beberapa masalah yang masih belum terpecahkan dalam mengembangkan usaha sagu di Kelurahan Lawulo adalah usaha mengolah dan memproduksi sagu masih sebatas industri rumah tangga, teknologi pengolahan sagu masih dilakukan dengan cara-cara tradisional, serta kurangnya kegiatan promosi terhadap hasil olahan sagu. Hal tersebut yang melatar belakangi untuk mengidentifikasi pengembangan usaha sagu dengan menggunakan bidang pengembangan pasar dan merumuskan strategi pengembangan usaha menggunakan pendekatan bauran pemasaran dalam meningkatkan pemanfaatan sagu juga meningkatkan pendapatan masyarakat dengan usaha mengolah dan memproduksi sagu. Berdasarkan urainan latar belakng diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha agroindustri sagu di Kelurahan Lawulo Kecamatan Anggaberi.

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan pada di Kelurahan Lawulo Kecamatan Anggaberi Kabupaten Konawe. Penelitian di Lokasi ini dilakukan karena Kelurahan Lawulo merupakan salah satu sentra tanaman sagu.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani pengolah sagu sebanyak 9

orang. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sensus, yaitu seluruh populasi dipilih sebagai sampel yaitu sebanyak 9 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui :

1. Observasi Lapangan, yaitu pengumpulan data melalui survey/pengamatan langsung di lapangan.
2. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab terhadap responden dengan menggunakan kuisioner.
3. Studi literatur, yaitu pengumpulan data-data sekunder yang terkait dengan penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh data dan informasi pendukung.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun jenis data yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui observasi langsung dilapangan danwawancara mendalam terhadap pemerintah desa, pelaku industri rumahan dan pedagang.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi literatur maupun data-data lain yang terkait langsung dan tidak langsung dengan penelitian, meliputi data kependudukan, data kondisi sosial ekonomi serta kebijakan-kebijakan yang terkait dengan pemanfaatan produk sagu.

Analisis Data

Analisis data sangat diperlukan dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk menjawab semua pertanyaan-pertanyaan peneliti untuk menyelesaikan masalah tertentu. Untuk merumuskan strategi pengembangan usaha berdasarkan pasar/ekonomi dilakukan melalui distribusi, struktur pasar, potensi pasar (permintaan), persaingan produk sejenis, keuntungan dan prasarana terhadap bidang pengembangan pasar yang memiliki skor akhir tertinggi. Indikator, kriteria, skala, kategori dan skor pada Pasar/Ekonomi. Kriteria, skala, kategori dan skor yang dipakai untuk bidang pasar/ekonomi dengan indikator distribusi, struktur pasar,potensi pasar,persaingan produk sejenis, keuntungan dan prasarana dapat dilihat pada Tabel 1. Untuk mendapatkan kategori besar, maka skor harus lebih besar dari 1. dan untuk mendapatkan kategori kecil, maka skor harus lebih kecil dari 1,5.

Tabel 1. Indikator, kriteria, skala, kategori dan skor yang dipakai untuk bidang pasar/ekonomi

Indikator	Kriteria	Skala	Kategori	Skor
Distribusi	Cepatnya waktu yang diperlukan dalam pengangkutan komoditi/produk	<1 hari	Cepat (<18jam)	2
	Lambatnya waktu yang diperlukan dalam pengangkutan produk	≥ 1 hari	Lambat (≥18jam)	1
Struktur pasar	Besarnya konsumen	Pengepul dan Masyarakat lokal	Besar	2
	Kecilnya konsumen	Masyarakat lokal	Kecil	1
Potensi pasar (permintaan)	Jumlah permintaan lebih besar daripada penawaran	Permintaan besar	Besar (≥5.000kg/ bulan)	2
	Jumlah permintaan lebih kecil dari pada penawaran	Permintaan Kecil	Kecil (<5.000kg/ bulan)	1
Persaingan Produk Sejenis	Pengolah komoditi/produk Sejenis terbilang sedikit	<Rata-rata	Kuat (<10 pengolah)	2
	Pengolah komoditi/produk Sejenis terbilang banyak	≥Rata-rata	Lemah (≥10 pengolah)	1
Keuntungan	Hasil penjualan lebih besar dari modal	Laba>Modal	Tinggi	2
	Hasil penjualan lebih kecil dari modal	Laba<Modal	Rendah	1
Prasarana	Adanya prasarana berupa transportasi untuk pengangkutan produk	Lengkap (transportasi menggunakan bahan bakar)	Memadai	2
	Tidak adanya prasarana berupa transportasi untuk pengangkutan produk	Tidak lengkap (transportasi menggunakan Tenaga manusia)	Tidak memadai	1
	Total Skor			

Hasil dan Pembahasan

Profil Petani Responden

Kemampuan petani merupakan salah satu penentu keberhasilan pada usaha pengolahn sagu. Aktifitas petani sebagai pengolah sagu mencakup kegiatan pemikiran yang didorong oleh kemauan dan kemampuan. Kemampuan pengolah dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berusaha. Petani adalah setiap orang yang melakukan usaha untuk memenuhi sebagian atau seluruh kebutuhan hidupnya di bidang pertanian dalam arti luas, yaitu tanaman pangan, hortikultura, peternakan dan perikanan. Adapun identitas petani responden dalam penelitian ini yang meliputi umur, pendidikan, dan pengalaman berusahatani adalah sebagai berikut.

1. Umur

Umur merupakan faktor yang dapat mempengaruhi terhadap penyerapan teknologi dan pengambilan keputusan dalam menerapkan teknologi baru maupun inovasi baru pada usahanya. Umur dapat mendasari kemampuan fisik dalam bekerja serta mendasari pola pikir dalam menerima dan menerapkan teknologi baru. Pada umumnya petani yang sehat jasmani dan berumur muda memiliki kemampuan fisik yang lebih besar dengan pola pikir yang kreatif dan responsif terhadap teknologi sehingga mereka akan lebih dinamis dalam mengelola usahanya. Sebaliknya petani yang berumur tua cenderung untuk lebih berhati-hati dalam bertindak dan mengambil keputusan. Untuk lebih jelasnya keadaan umur responden di Kelurahan Lawulo dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Keadaan Umur Responden di Kelurahan Lawulo, Kecamatan Anggaberi

No	Umur	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	17-55 (produktif)	8	88,89
2	55 ke atas (kurang produktif)	1	11,11
	Jumlah	9	100

Data primer yang diolah.

Berdasarkan Data pada Tabel 2 nampak bahwa sebagian besar petani responden di Kelurahan Lawulo hampir seluruhnya berusia produktif sebanyak 8 orang atau 88,89 %, hanya 11,11 % yang sudah tergolong umur kurang produktif lagi karena sudah tua. Dengan demikian maka sebahagian besar responden memiliki kemampuan fisik yang kuat dengan pola pikir yang kreatif dan responsif dalam berusaha mengolah sagu di Kelurahan Lawulo.

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu proses yang dapat menambah dan meningkatkan pengetahuanseseorang utamanya dalam proses pengolahan sagu dengan baik. Kemampuan petani dan keputusan yang diambil dalam mengelola usahanya sangat tergantung pada tingkat pendidikannya. Pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendidikan formal yang pernah diikuti oleh responden. Tingkat pendidikan yang layak bagi petani dapat lebih mudah menerima inovasi baru dan selalu berpikir secara rasional didalam bertindak dengan mempertimbangkan berbagai aspek keuntungan dan kerugian dalam mengelola usahanya. Untuk lebih jelasnya keadaan pendidikan responden di wilayah penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Responden di Kelurahan Lawulo, Kecamatan Anggaberi

No	Pendidikan (Tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	SD	7	77,78
2.	SLTP	2	22,22
	Jumlah	9	100

Data Primer yang diolah.

Berdasarkan Data pada Tabel 3 terlihat bahwa sebahagian besar responden atau sebanyak 7 orang sudah mengenyam pendidikan SD (Sekolah Dasar). Namun demikian sebahagian besar responden sudah memiliki pendidikan formal, sehingga akan mempermudah penyerapan teknologi baru dalam mengelola usahanya.

3. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha bagi responden merupakan suatu proses pendidikan yang diperoleh secara non formal yang mempunyai arti yang sangat penting karena pengalaman merupakan suatu kejadian atau peristiwa yang pernah dilalui, didengar serta dilihat atau merupakan sesuatu yang diperoleh dari rekan seprofesi, petugas penyuluh dan lain-lain. Di mana pengalaman ini bagi seorang petani cenderung membawa perubahan dalam kegiatan usaha produksi kearah yang lebih baik. Pengalaman seseorang dapat dilihat dari lamanya seseorang melaksanakan kegiatan usahanya, semakin lama seseorang melakukan kegiatan usahanya dapat diasumsikan bahwa petani tersebut cenderung semakin terampil atau mantap dan matang dalam menghadapi masalah-masalah yang ada dilapangan sehingga dapat mempengaruhi produksi kearah yang lebih baik. Untuk lebih jelasnya mengenai pengalaman berusaha responden di Kelurahan Lawulo dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pengalaman Berusaha Responden diKelurahan Lawulo, Kecamatan Anggaberi

No	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	< 3 (kurang Berpengalaman)	1	11,11
2	>3 (berpengalaman)	8	88,89
	Jumlah	33	100

Data Primer yang diolah

Berdasarkan Data pada Tabel 4 memperlihatkan bahwa hampir seluruh responden atau 8 orang memiliki pengalaman berusaha lebih dari 3 tahun (berpengalaman). sehingga pengalaman berusaha responden dalam kategori rata-rata sangat berpengalaman.

Analisis Pengembangan Usaha Sagu Pasar/Ekonomi

Berdasarkan hasil penelitian untuk melihat total skor pada bidang pasar/ekonomi dengan menggunakan beberapa indikator dan kriteria dapat dilihat pada Tabel 5. Dari enam indikator pada bidang pasar/ekonomi yang mendapatkan kategori besar adalah indikator distribusi, struktur pasar, potensi pasar, keuntungan dan prasarana sedangkan yang mendapatkan kategori kecil adalah indikator persaingan produk sejenis.

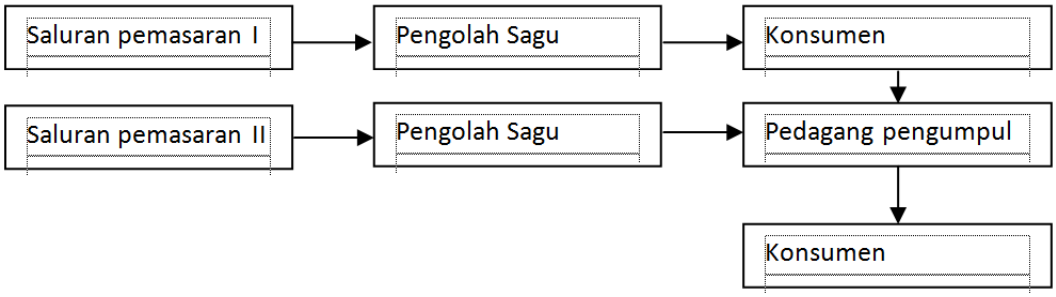
Tabel 5. Indikator, Kategori dalam Skor untuk Bidang Pasar/Ekonomi

Indikator	Hasil	Skor	Kategori
Distribusi	<1hari	2	Cepat
Struktur pasar	Pedagang pengumpul dan Masyarakat lokal	1,6	Besar
Potensi pasar (permintaan)	≥ 6.000 kg/bulan	1,6	Besar
Persaingan produk sejenis	<10 pengolah (9 orang pengolah)	1	Lemah
Keuntungan	Laba > Modal	2	Tinggi
Prasarana	Transportasi Menggunakan bahan bakar	2	Memadai
TotalSkor		10,3	

Data primer yang diolah

a. Distribusi

Distribusi dalam penelitian ini terbagi dua, pertama jika waktu yang diperlukan dalam pengangkutan produk membutuhkan waktu kurang dari satu hari maka diasumsikan proses distribusinya cepat. Kedua, jika waktu yang diperlukan dalam pengangkutan produk membutuhkan waktu lebih dari satu hari maka diasumsikan proses distribusinya lambat. Berdasarkan hasil penelitian pada usaha pengolahan sagu memiliki dua jenis saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I adalah pengolah sebagai produsen ke konsumen lokal (pasar lokal) dan saluran pemasaran II adalah pengolah sagu sebagai produsen ke pedagang pengumpul setelah itu ke pedagang kota/kabupaten,untuk lebh jelas dapat dilihat pada Gambar1.



Gambar 1. Saluran pemasaran usaha sagu di Kelurahan Lawulo Kecamatan Anggaberi.

Pelaku usaha yang terlibat dalam pemasaran produk sagu adalah pengolah sagu,konsumen lokal dan pedagang pengumpul. Pengolah sagu merupakan pemilik produkyang melakukan penjualan baik ke konsumen lokal maupun ke pedagang pengumpul,penjualan dilakukan setelah proses pengolahan. Konsumen lokal merupakan konsumen yang membeli produk pati sagu dan berdomisili di Desa Abola, konsumen lokal membeli pati sagu basah untuk dikonsumsi sendiri. Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang berdomisili di luar Kelurahan Lawulo, mereka membeli pati sagu basah dari pengolah kemudian menjualnya pada konsumen diluar Kelurahan Lawulo.

Konsumen mengambil hasil pati sagu basah yang mereka beli dengan menggunakan alat transportasi milik sendiri. Waktu yang diperlukan untuk mengangkut pati sagu basah dari pengolah sagu sampai kerumahnya dibutuhkan waktu kurang lebih tiga puluh menit karena konsumen lokal merupakan masyarakat yang berasal dari desa tersebut danjarak rumah pengolah sagu ke rumah konsumen lokal tersebut tidak terlalu jauh. Jarak dari rumah pengolah sagu ke rumah konsumen lokal paling jauh 3km, jadi tidak membutuhkan waktu yang lama dalam proses pengangkutannya. Sedangkan untuk

mengangkut pati sagu basah dari pengolah sagu sampai ke pedagang pengumpul dibutuhkan waktu kurang lebih satu jam karena pedagang pengumpul berada di ibukota kecamatan, hal ini tidak mempengaruhi waktu yang diperlukan dalam proses pengangkutannya karena hanya melewati beberapa desa untuk sampai ke pedagang pengumpul yang berada dikecamatan. Jarak dari rumah pengolah sagu ke pedagang pengumpul kurang lebih 3-5 km. Hal ini menunjukkan bahwa pada proses distribusi, waktu yang dibutuhkan dalam pengangkutan pati sagu basah tergolong cepat dengan skor 2 yaitu kurang dari 18 jam atau kurang dari 1 hari.

b. Struktur Pasar

Struktur pasar terbagi atas dua, pertama jika konsumen terdiri dari pedagang pengumpul dan konsumen lokal maka konsumen pada struktur pasar usaha pengolahan sagu ini diasumsikan besar. Kedua, jika konsumen hanya masyarakat lokal saja maka konsumen pada struktur pasar usaha pengolahan sagu ini diasumsikan kecil. Konsumen pati sagu basah dari masing-masing pengolah sagu berbeda-beda.Konsumen dari tujuh orang pengolah sagu adalah konsumen lokal dan pedagang pengumpul dan dua orang pengolah sagu lainnya hanya konsumen lokal. Konsumen lokal membeli olahan pati sagu untuk mengkonsumsi sendiri dan tidak menjualnya kembali sedangkan pedagang pengumpul akan menjual kembali kepada konsumen diluar Kelurahan Lawulo atau dipasar. Hal ini menunjukkan bahwa struktur pasar dalam usaha sagu ini tergolong besar dengan skor 1,6 yaitu pedagang pengumpul dan masyarakat lokal.

Dalam usaha sagu ini terdapat banyak penjual dan pembeli sehingga tidak ada satupun pihak yang dapat mempengaruhi pasar. Baik pembeli maupun penjual mempunyai informasi yang lengkap mengenai pasar. Informasi ini berupa harga, kualitas serta kuantitas suatu produk. Struktur pasar pada usaha sagu menunjukkan struktur pasar persaingan sempurna. Struktur pasar persaingan sempurna merupakan suatu pasar dimana terdapat banyak produsen dengan memproduksi produk yang sejenis dengan jumlah konsumen yang banyak. Struktur pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal. Dalam struktur pasar persaingan sempurna tindakan masing-masing penjual tidak dapat mempengaruhi harga pasar yang berlaku, baik dengan merubah jumlah penawarannya ataupun harga produknya. Oleh karena itu setiap produsen dalam pasar persaingan sempurna adalah pengambil harga, karena hanya dapat menjual produknya pada harga yang berlaku di pasar.

c. Potensi Pasar (Permintaan)

Permintaan pasar dibagi menjadi dua bagian, pertama jika permintaan pati sagu basah lebih besar dari 5.000 kg per bulan maka diasumsikan permintaan besar. Kedua, jika permintaan pati sagu lebih kecil dari 5.000 kg per bulan maka diasumsikan permintaan kecil. Permintaan konsumen akan pati sagu basah lebih besar daripada yang ditawarkan atau dihasilkan oleh pengolah sagu. Dalam satu batang pohon sagu dapat menghasilkan 400 kg pati sagu. Pengolah sagu yang memiliki permintaan yang besar yaitu lebih dari 5.000 kg per bulan sebanyak tujuh orang, mereka menjual olahan pati sagu basah yang dikemas dalam karung yang berisi 20 kg patisagu. Sedangkan pengolah sagu yang memiliki permintaan yang kecil yaitu kurang dari 5.000 kg per bulan sebanyak dua orang, mereka menjual pati sagu yang dikemas dalam pelepah daun sagu (*basung*) yang berisi 20 kg. Jumlah permintaan pati sagu mencapai lebih dari 5.000 kg dalam satu bulan. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pasar (permintaan) tergolong besar dengan skor1,6 yaitu lebih dari 5.000 kg dalam satu bulan.

Setiap pengolah sagu mempunyai beberapa konsumen yang akan membeli

sagu mereka, konsumen tersebut akan memesan terlebih dahulu berapa karung yang akan mereka beli kepada pengolah sagu. Berdasarkan hal tersebut pengolah sagu hanya memproduksi pati sagu sesuai permintaan konsumen mereka, karena permintaan sagu cukup tinggi maka pengolah sagu lebih meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga tidak mengecewakan konsumen tetap mereka. Jumlah permintaan sagu lebih besar daripada penawaran, hal ini disebabkan karena persebaran tanaman sagu di Kelurahan Lawulo sudah mulai jarang ditemukan sehingga mengakibatkan produksi yang rendah. Tanaman sagu di Kelurahan Lawulo tumbuh secara alami di lahan masyarakat terutama di daerah dataran rendah atau rawa dengan sumber air yang melimpah baik itu di tepi pantai, sepanjang aliran sungai maupun tanah bergambut. di desa ini tanaman sagu tidak dibudidayakan secara khusus, hanya dilakukan sambil lalu saja dengan cara memindahkan anakan sagu kelokasinya dan tidak dirawat.

d. Persaingan Produk Sejenis

Persaingan produk sejenis dibagi menjadi dua bagian, pertama jika pengolah komoditi/produk sejenis kurang dari 10 pengolah maka diasumsikan persaingan yang lemah. Kedua, jika pengolah komoditi/produk sejenis lebih dari 10 pengolah maka diasumsikan persaingan yang kuat. Jumlah pengolah sagu sebanyak sembilan orang dan letak tempat produksi saling berdekatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan produk sejenis terbilang lemah. Persaingan yang lemah dikarenakan jumlah pengolah sagu yang sedikit dan jumlah permintaan secara terus menerus meningkat. Meskipun dengan kesamaan produk yang dihasilkan dan pembeli memiliki daya tawar yang tinggi tetapi masing-masing pengolah memiliki konsumen tetap. Harga penjualan dari setiap pengolah sagu juga tidak berbeda. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan konsumen. Untuk mempertahankan konsumen agar tidak mencari produsen yang lain maka para pengolah sagu berupaya untuk meningkatkan kualitas hasil olahan sagu mereka. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan produk sejenis tergolong lemah dengan skor 1 yaitu pengolah sagu kurang dari10.

e. Keuntungan

Keuntungan terbagi atas dua, pertama jika hasil penjualan lebih besar dari modal maka diasumsikan keuntungan yang tinggi, persentase keuntungan tidak ditentukan namun walaupun laba tidak terlalu besar tapi melebihi besarnya modal maka tetap dikatakan keuntungan tinggi. Kedua, jika hasil penjualan lebih kecil dari modal maka diasumsikan keuntungan yang rendah, dan jika hasil penjualan sama besar dengan modal tetap dikatakan keuntungan rendah. Keuntungan dari usaha sagu ini tidak menentu tetapi hasil penjualan tidak pernah lebih kecil dari modal atau sama dengan modal. Para pengolah sagu tidak pernah mengeluh akan keuntungan dari usaha ini, karena mendapatkan keuntungan meskipun dalam skala kecil.

Pengolah sagu ada yang memiliki lahan sendiri tetapi ada juga yang membeli batang pohon sagu. Pengolah sagu yang memiliki tanaman sagu dilahannya akan mendapatkan keuntungan lebih besar karena tidak mengeluarkan uang untuk membeli batang sagu, namun apabila tanaman sagu dilahannya tidak ada atau belum siap dipanen maka mereka akan membeli batang pohon dari orang lain. Sedangkan pengolah sagu yang tidak memiliki lahan, mereka selalu mencari orang-orang yang akan menjual batang pohon sagu. Satu batang pohon dijual seharga Rp. 200.000 – Rp. 300.000, satu batang pohon sagu dapat menghasilkan 20–30 karung @20kg. Harga jual 1 karung sagu basah sebesar Rp.60.000. Hasil penjualan untuk 8 orang pengolah mengeluarkan modal awal yaitu biaya

bahan baku, biaya produksi dan upah pekerja kemudian akan mendapatkan hasilnya. Untuk biaya pengangkutan, pengolah sagu tidak mengeluarkan biaya apapun karena menyerahkan kepada pembeli untuk mengambil sendiri pati sagu yang dibelinya. Hal tersebut dilakukan karena menurut pengolah sagu harga pati sagu tidak termasuk ongkos angkutnya. Untuk upah pekerja, pengolah sagu tidak menentukan upah untuk pekerjanya karena kebanyakan dari pengolah sagu hanya mempekerjakan anggota keluarganya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan tergolong tinggi dengan skor 2 yaitu laba lebih besar daripada modal yang dikeluarkan.

f. Prasarana

Prasarana terbagi atas dua, pertama dalam proses pengangkutan dari tempat pengolahan sagu sampai ke tujuan konsumen memakai alat transportasi yang menggunakan bahan bakar berupa becak motor, motor, dan mobil *pickup*, maka diasumsikan prasarana usaha pengolahan sagu ini memadai. Kedua, dalam proses pengangkutan dari tempat pengolahan sagu sampai ketujuan konsumen memakai alat transportasi yang menggunakan tenaga manusia berupa becak dan gerobak dorong maka diasumsikan prasarana usaha pengolahan sagu ini tidak memadai. Proses pengangkutan dari tempat pengolahan sagu ketempat tujuan konsumen menggunakan alat transportasi. Untuk pengangkutan pati sagu dari tempat pengolahan sagu ke rumah konsumen lokal menggunakan motor karena jarak tempat pengolahan sagu dengan konsumen lokal tidak terlalu jauh yaitu kurang lebih 0-3 km, sedangkan untuk pengangkutan pati sagu dari tempat pengolahan sagu ketempat pedagang pengumpul menggunakan mobil *pickup* karena jarak tempat pengolahan sagu dengan pedagang pengumpul lumayan jauh yaitu kurang lebih 3 sampai 5 km. Proses pengangkutan pati sagu untuk kedua konsumen memakai alat transportasi menggunakan bahan bakar. Alat transportasi yang digunakan merupakan kendaraan yang dimiliki oleh pihak pembeli yaitu konsumen lokal dan pedagang pengumpul. Hal ini menunjukkan bahwa prasarana tergolong memadai dengan skor 2 yaitu proses pengangkutan pati sagu ini diasumsikan memadai.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari enam indikator pada bidang pasar/ekonomi yang mendapatkan kategori besar adalah indikator distribusi, struktur pasar, potensi pasar, keuntungan dan prasarana sedangkan yang mendapatkan kategori kecil adalah indikator persaingan produk sejenis. Nilai rata-rata skor akhir pada pengembangan usaha pasar/ekonomi tanaman sagu dengan skor akhir 2 untuk distribusi dan keuntungan dan bidang persaingan produk sejenis memiliki nilai skor akhir terendah yaitu 1.

Saran

Perlunya dukungan dan bantuan dari organisasi, lembaga maupun pemerintah setempat untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh pengolah sagu dalam mengembangkan usaha agroindustri sagu.

Daftar Pustaka

Afuah, A. 2004. *Business Model: A strategic management approach*. McGraw-Hill.New York.

Anoraga,P.2007.*PengantarBisnis:Pendekatan bisnis dalam era globalisasi*. Rineka Cipta.Jakarta.

Arikunto,S.2010.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.Jakarta.

Assauri,S.2013.*Manajemen pemasaran*. Rajawali Pers.Jakarta.

Batseba, M. W. Tiro, S. Tijaroh, dan Usman. 2000. *Teknologi*

peningkatan produktivitas ayam buras.Loka Pengkajian Teknologi Pertanian Koya Barat Jayapura. Hal 24-28.

Fikriman, F. (2017). Tranformasi Pertanian dan Pembangunan Pedesaan. *JAS (Jurnal Agri Sains)*, *1*(2).

Ibrahim,K.dan H.Gunawan.2015. *Dampak kebijakan konversi lahan sagu sebagai upaya mendukung program pengembangan padi sawah dikabupaten Halmahera Barat, Maluku Utara*. Pros Seminar Nasional Masyarakat Biodiversity Indonesia.1 (5),48-53.

Lecup, I. dan K. Nicholson. 2006. *Kewirausahaan dalam bidang hasil tanaman keras dan hutan berbasis masyarakat.* Regional Community Forestry Training Center for Asia and The Pasific Indonesia.Jakarta.

Mevita, A.S. 2013. *Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen*.Ilmu dan Riset Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia,2(9),28-31.

Otto, dkk.2008. *Pengembangan Komoditi Sagu sebagai Pangan Alternatif di Sulawesi Selatan*. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah ProvinsiSulawesi Selatan.

Timisela,N.R.2006.*Analisis usaha sagu rumah tangga dan pemasarannya.*Agroforestri.Fakultas Pertanian Unpatti Ambon, 1(3), 57-64.

Tirta, P. W. W. K., N. Indrianti, dan R.Ekafitri.2013. *Potensi tanaman sagu (Metroxylonsp.) dalam mendukung ketahanan pangan di Indonesia.* Pangan,22 (1),61-78.