

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAGU
DIDESA WAELAWI KECAMATAN MALANGKE BARAT
KABUPATEN LUWU UTARA**

SKRIPSI



**OLEH
TUTI HARDIANTI
105710229915**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR 2019**

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAGU DI DESA WAELAWI KECAMATAN MALANGKE BARAT KABUPATEN LUWU UTARA

TUTI HARDIANTI NIM 105710229915

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
Sebagai Persyarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi*

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR 2019**

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Mahas Esa dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Ayahanda tercinta Aminuddin dan ibunda tercinta Yanna yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada keduanya. Serta Kakakku tersayang Rosmiati, Ayu Wandira, dan Asmilatul Jannah yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'a yang keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terima kasih dan sayangku untuk kalian.
2. Sahabat dan teman-teman seperjuanganku angkatan 2015 khususnya kelas EP15E tanpa memberisemangat, dukungan dan bantuan kalian semua takkan mungkin aku sampai di sini, terima kasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama selama perkuliahan. Untuk teman KKP terima kasih untuk kenangan manis yang telah merukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita. Terima kasih kepada sahabatku Hasniati, Nurhikmah Syam dan Sri Sulastri Dewi. Terima kasih pula kepada Ayu Lestari, Tenri, Tita, Harmilah Rusli, Elis, Rika, Lilis, Wana, Cika, yang telah menyemangati kerja skripsi sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Terimah kasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan pengetahuan di masa yang akan datang, amin.

MOTTO HIDUP

”Jadilah seperti karang dilautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali.

Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon “





FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No.253 Gedung Ibra LL7 Tlp (0411) 868972 Makassar

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu di Desa
Waelawi Kecamatan Matangkene Barat Kabupaten Luwu
Utara

Nama Mahasiswa : Tuti Hardianti

No. Stambuk/NIM : 105710229915

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar


Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan Panitia
Penguji Skripsi Sifat Satu (S1) Pada Hari Senin 30 September 2019.


Makassar, 30 September 2019

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hj. Amiati, SE, M.Pd
NIDN. 0907037104


Muh. Rusdi, SE, M.Si
NIDN. 0928085403

Mengetahui:

Dehan Rakdhas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi EP


Enail Raulong, SE, MM
NBM. 903-076


Hj. Naidah, SE, M.Si
NBM. 710561



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl.Sultan Alauddin No.259 Gedung Iqra Lt.7 Tlp (0411) 866872 Makassar

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas nama Tuti Hardianti, 10510229915 diterima dan sahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan surat keputusan Rektor Muhammadiyah Makassar NOMOR : 0007/SK.Y/60201/091004/2019 M, tanggal 30 September 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 1 Syafar 1441 H
30 September 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE., MM
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Apes Salmi, HR, SE., M.Si
(Wd. Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Muhammad Rusydi, SE., M., Si
2. Asrial, SE., M.Si
3. Dr. Buyung Romadhoni, SE., MM
4. Asdar, SE., M.Si

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM.903 078



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra LL7 Tlp (0411) 868972 Makassar

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Tuli Hardianti
No. Stambuk/NIM : 105710229915
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu di Desa
Waelawi Kecamatan Malarene Barat Kabupaten Luwu
Utara

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pertanyan ini tidak benar.

Makassar, 30 September 2019

Yang Membuat Pernyataan:

MATERAI
TEMPEL

105710229915

Tuli Hardianti

Diketahui Oleh:

6000

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi EP

Sumar Rusufond, SE, MM
NBM. 903078

Hj. Naidah, SE., M.Si
NBM. 710561

Kata Pengantar



Syukur Alhamdulillah penulispanjatkankehadirat Allah SWT atassegalaRahmatdanHidayah yang tiadahentidiberikankepadahamba-Nya. ShalawatdansalamtaklupapenuliskirimkankepadaRasulullah Muhammad SAW besertaparakeuarga, sahabatdanparapengikutnya. Merupakannikmat yang tiadaternilaimanakala penulis skripsi yangberjudul “Analisis StrategiPengembangan Usaha Sagu di Desa Waelawi Kec.Malangke Barat Kab.Luwu Utara”.

Skripsi yang penulisbuatinibertujuanuntukmemenuhisyaratdalammenyelesaikan Program Sarjana (S1) padaFakultasEkonomidanBisnisUniversitasMuhammadiyah Makassar.

Teristimewadanterutamapenulissampaikanucapanterimakasihkepadakedua orang tuapenulisbapakAminuddindandanIbuYanna yang senangtiasamemberiharapan, semangat, perhatiankasih sayangdandoatulustakpamrih. Dan saudarakutercintaRosmiati, Ayu Wandira dan Asmilatul Jannah yang senantiasamendukungdanmemberikansemangathinggaakhirstudiini. Dan seluruhkeluargabesaratassegalapengorbanan, dukungandandoarestu yang telahdiberikan demi keberhasilanpenulisdalammenuntutillmu. Semogaapa yang telahmerekaberikankepadapenulismenjadiibadahdancahaya penerangkehidupan di duniadanakhirat.

Penulismenyadaribahwapenyusunanskripsiinitidakakanterwujudtanpada nyabantuandorongandariberbagaipihak. Begitu pula penghargaansetinggi-tingginyadanterimakasihbanyakdisampaikandenganhormatkepada:

1. Bapak Prof.Dr.H. Abd. Rahman Rahim, SE.,M.M., RektorUniversitasMuhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM, DekanFakultasEkonomi Dan BisnisUniversitasMuhammadiyah Makassar.
3. IbuHj. Naidah, SE., M. Si, SelakuKetua Program StudiIlmuEkonomi Dan Studi Pembangunan UniversitasMuhammadiyah Makassar.
4. IbuDr. Hj. Arniati SE.,M.Si selaku pembimbng 1 senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak H. Muh. Rusdi, SE.,M.Si selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hinnga ujian skripsi
6. Bapak/ibu Dosen/Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Sengenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi danh Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulis skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karna itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 23 Agustus 2019

Tuti Hardianti



ABSTRAK

Tuti Hardianti, 105710229915 Tahun 2019 “ Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu di Desa Waelawi Kec.Malangke Barat Kab. Luwu Utara” skripsi studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar di Bimbing Oleh Ibu Hj Arniati selaku pembimbing I dan Bapak H. Muh Rusdi selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha sagu di desa waelawi kec. Malangke Barat Kab. Luwu Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, selanjutnya data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha sagu melalui bauran di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara pemasaran adalah Strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha sagu melalui bauran pemasaran di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yaitu: Strategi produk (*product*) meningkatkan kualitas produk. Strategi harga (*price*) yaitu petani sagu menyesuaikan harga dengan para pesaing dan menyesuaikan sesuai dengan kualitas produknya . Strategi tempat (*place*) yaitu petani sagu menggunakan lahan pribadi masing masing hal ini bertujuan untuk agar petani lebih mudah mengawasi proses pengolahan serta memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi. Strategi promosi (*promotion*) yaitu berhubungan baik kepada pelanggan,melakukan kerjasama dengan salahsatu perusahaan dan melakukan promosi melalui media sosial.

Kata kunci : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu di Desa Waelawi

ABSTRACT

Tuti Hardianti, 105710229915 Year 2019 "Analysis of Sago Business Development Strategies in Waelawi Village, Westangke Sub-District. North Luwu" thesis of Economic Development Study of the Faculty of Economics and Business, Makassar Muhammadiyah University in Guidance By Mrs. Hj Arniati as supervisor I and Mr. H. Muh Rusdi as supervisor II.

This study aims to determine how the strategy of developing sago business in waelawi village kec. West Malangke Regency. North Luwu. This study uses a qualitative method using data collection techniques through observation and interviews, then the data obtained is processed using data reduction methods, data presentation and drawing conclusions (verification).

The strategy used to develop sago business through marketing mix in Waelawi Village, West Malangke District, North Luwu Regency, namely: Product strategy to improve product quality. Price strategy, namely sago farmers adjust prices to competitors and adjust according to the quality of their products. The place strategy, namely sago farmers using their own private land, aims to make it easier for farmers to supervise processing and make it easier for consumers to make transactions. Promotion strategy (promotion) that is good relations with customers, collaborating with one of the companies and conducting promotions through social media.

Keywords: Analysis of Sago Business Development Strategies in Waelawi Village

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah	4
C.Tujuan Penelitian	4
D.Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Strategi.....	6
B. Pengembangan Usaha.....	9
C. Bauran Pemasaran	15
D.Sagu	19

E. Tinjauan Empiris.....	23
F. Kerangka Konsep	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	29
C. Definisi Operasional Variabel	29
D. Pengumpulan Data	30
E. Instrumen Pengumpulan Data	30
F. Teknik Analisis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	33
B. Penyajian Data	42
C. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR GAMBAR

Nomor Judul Halaman

2.1 Kerangka Konsep	28
4.1 Struktur Organisasi Desa Waelawi.....	41



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.2	Tinjauan Empiris	23
4.1	Sejarah Kepemimpinan Desa waelawi	38
4.2	Sarana/Prasarana Desa	39
4.3	Struktur Organisasi Desa Waelawi.....	39



BABI

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit - unit usaha yang semakin bertambah baik usaha skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian Indonesia. Disisi lain persaingan usaha saat ini semakin ketat Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan usaha.

Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen. Mengembangkan suatu usaha dapat mengatasi problematik pembangunan ekonomi nasional seperti masalah pengentasan kemiskinan, tingginya jumlah pengangguran, daya beli, sulitnya penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja serta peningkatan pertumbuhan ekonomi .pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

Komponen yang paling dominan dalam aci sagu adalah pati. Pati Sagu merupakan karbohidrat yang dihasilkan oleh tumbuhan untuk persediaan

bahan makanan. Secara kultural masyarakat lokal mengkonsumsi tanaman sagu sebagai makanan pokok secara turun menurun.

Pengembangan usaha sagu dilakukan karena sagu memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Pohon sagu berpotensi dan menghasilkan produksi yang sangat tinggi. Upaya pengembangan usaha sagu dapat dilakukan dengan menciptakan industri kecil dan industri rumah tangga untuk peningkatan pendapatan keluarga. Industri kecil dan rumah tangga merupakan usaha yang banyak menjering tenaga kerja tanpa harus mempunyai jenjang pendidikan maupun keahlian khusus. Analisis pengembangan pasar adalah salah satu metode yang dapat dipakai untuk lebih memberikan gambaran kepada masyarakat untuk mengenali potensi sumber daya alam disekitarnya serta sejauh mana komoditi tersebut bisa dikembangkan dan dipasarkan dengan lebih baik. Pengembangan pasar penting dilakukan karena dapat mengidentifikasi komoditi potensial yang dapat dimanfaatkan secara lestari, menilai kelayakan usaha pengembangan suatu komoditi serta dapat mengidentifikasi pasar dan kemungkinan pengembangan jaringan pemasaran. 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. Strategi bauran pemasaran yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha yaitu: produk, harga, promosi, dan tempat. Bauran pemasaran dianggap sebagai salah

satu unsur strategi yang paling potensial didalam memasarkan produk. Untuk menghasilkan produk yang dapat bersaing dipasaran, membutuhkan strategi bauran pemasaran yang tepat dalam mengembangkan usaha.

Sulawesi selatan merupakan salah satu provinsi yang masyarakatnya telah lama mengelolah dan memanfaatkan sugu secara tradisional, dan Kabupaten Luwu merupakan salah satunya. Kabupaten Luwu termasuk salah satu wilayah di Provinsi Sulawesi Selatan yang termasuk daerah yang mayoritas masyarakatnya tinggal di daerah pedesaan dan memiliki pekerjaan sebagai petani . Begitu banyak hasil pertanian yang dihasilkan di daerah ini selain sugu terdapat juga hasil pertanian lainnya seperti padi, kakao, nilam, dan berbagai produk pertanian lainnya . Dari dua puluh satu kabupaten di Sulawesi selatan hanya terdapat dua kabupaten yang memproduksi sugu yakni Kabupaten Luwu dan Kabupaten Luwu Utara. Wilayah Kabupaten Luwu, merupakan salah satu daerah dengan penyebaran sugu yang masih tersedia dalam jumlah yang cukup banyak. Sejak zaman dahulu, penduduk asli telah melakukan kegiatan pengolahan sugu secara sederhana dan bersifat tradisional.

Kecamatan Malangke Barat salah satu sentra penghasil sugu terbesar dikabupaten Luwu Utara dengan luas area tanaman sugu 1.061 yang terdiri dari tanaman belum menghasilkan 722 hektar dan 340 hektar tanaman menghasilkan. Desa Waelawi adalah salah satu bagian dari Kecamatan Malangke Barat yang memiliki tumbuhan sugu dan penghasil sugu yang paling dominan. Beberapa masalah yang belum terpecahkan dalam mengembangkan usaha sugu di Desa Waelawi adalah usaha mengolah dan memproduksi sugu 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 melatarbelakangi untuk mengidentifikasi pengembangan usaha sagu dalam meningkatkan pemanfaatan sagu juga meningkatkan pendapatan masyarakat dengan usaha mengolah dan memproduksi sagu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi perumusan masalah adalah Bagaimana Strategi pengembangan usaha sagu melalui bauran pemasaran di Desa Waelawi Kec. Malangke Barat Kab. Luwu Utara ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi pengembangan usaha sagu melalui bauran pemasaran di Desa Waelawi Kec. Malangke Barat Kab. Luwu Utara.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan, wawasan keilmuan mengenai judul analisis strategi pengembangan usaha serta untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh S1 jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan di Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bagi Instansi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bahan masukan dan informasi tambahan untuk mengambil kebijakan pada masa yang akan datang.

3. Bagi Akademisi

Untuk menambah koleksi karya ilmiah sebagai sumber atau acuan bagi yang ingin memperkaya wawasan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A.Strategi

1.Pengertian Strategi

Strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor atau masa lalu untuk memberi nilai tambah kepada pelanggan sehingga mampu mencapai sasaran jangka menengah atau jangka panjang perusahaan (Luis Et Al : 2011).

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya manusia (Rengkuti : 2006).

Strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearce dan Robinson : 2008).

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan (David : 2011).

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Tjiptono : 2006)

2. Tipe Tipe Strategi

Menurut tipikal bisnis perusahaan biasanya mempertimbangkan tiga (Wheleen dan Hunger : 2012) :

a.Strategi Korporat

Menyatakan bahwa secara keseluruhan direksi perusahaan memiliki sikap secara umum terhadap pertumbuhan bisnis dan manajemen bisnis yang yang berbeda beda dan memiliki beberapa lini produk. Tipikal strategi korporat dikatakan sehat dengan tiga kategori yaitu stabilitas, pertumbuhan, dan penghematan.

b. Strategi Bisnis

Biasanya strategi bisnis terjadi pada unit bisnis atau level produk, dan menekankan peningkatan posisi yang kompetitif dari produk atau jasa perusahaan di industri yang spesifik atau segmen pasar yang telah dilakukan unit bisnis. Strategi bisnis dikatakan sehat dengan dua kategori yaitu strategi yang kompetitif dan kooperatif.

c. Strategi Fungsional

Strategi ini menggunakan pendekatan yang melalui area fungsional untuk mencapai tujuan perusahaan dan unit bisnis dan strategi untuk memaksimalkan produktifitas sumber daya.

3. Tujuan Manajemen Strategi

Tujuan manajemen strategi yaitu (Suandiyanto : 2010)

- a. memberikan arahan pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan
- b. membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak
- c. mengantisipasi setiap perusahaan perubahan kembali secara merata
- d. berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas.

4. Manfaat dari Manajemen Strategi

Manfaat dari manajemen strategi menurut(David : 2010) antara lain :

- a. Bisa membantu perusahaan dalam menyusun strategi perusahaan yang lebih baik dengan mempergunakan pendekatan yang jauh lebih sistematis, rasional, logis, rasional pada pilihan strategis.
- b. Manajemen Strategi adalah sebuah proses dan bukanlah keputusan ataupun dokumen. Tujuan utama dari sebuah proses adalah untuk mencapai pengertian serta komitmen dari semua pihak manajer dan karyawan.
- c. Suatu proses menyediakan pemberdayaan individual. Pemberdayaan merupakan kegiatan dalam memperkuat pengertian dari karyawan tentang efektivitas dengan cara mendorong serta menghargai mereka para karyawan untuk bisa berpartisipasi didalam pengambilan suatu keputusan dan latihan yang inisiatif serta imajinasi.
- d. Mendatangkan laba
- e. Meningkatkan kesadaran terhadap ancaman eksternal
- f. Manajemen Strategi bisa memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi dari pesaing
- g. Manajemen Strategi dapat meningkatkan produktivitas para karyawan

B.Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Hal yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Melaksanakan suatu pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain lain (Anoraga : 2007).

Memulai suatu usaha yang baru, modal utama yang harus pertama kali adalah ide baik, baik ide untuk melakukan pengembangan maupun ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Setelah memiliki ide, sebaiknya segera dilakukan analisis kelayakan usaha seperti analisis kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman. Selanjutnya ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk mengelolah usaha yaitu perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, strategi usaha dan teknik pengembangan usaha (Suryana : 2006).

Merumuskan suatu perencanaan pengembangan usaha, para anggota kelompok pemangku kepentingan menggabungkan semua informasi dan analisis yang telah mereka kerjakan sejauh ini atas suatu produk potensial. Mereka kemudian menyusun informasi untuk menghasilkan

laporan rangkuman yang menguraikan badan usaha secara singkat dan menunjukkan dengan menyakinkan bahwa usaha itu adalah investasi yang baik, bahwa produk dapat bersaing memenuhi kebutuhan konsumen yang sumber daya dan aspek sosial telah ditangani (Lecup dan Nicholson : 2006).

Rencana pengembangan usaha meminimalkan kemungkinan gagal dan memaksimalkan kemungkinan sukses dengan cara (Lecup dan Nicholson : 2006):

- 1.Mendorong kelompok sasaran untuk memikirkan setiap tahap bisnis dengan seksama.
- 2.Mengumpulkan informasi untuk membuat perkiraan yang cerdas tentang kemungkinan sukses dan tingkat resiko.
- 3.Memeriksa kelemahan dan kekuatan usaha jika dibandingkan dengan para pesaingnya.
- 4.Menilai kelayakan konsep dan mengidentifikasi faktor faktor khusus yang akan menentukan keberhasilan dan kegagalan.
- 5.Merumuskan tujuan yang realistis dan dicapai.

ada beberapa teknik pengembangan usaha antara lain (Suryana : 2006):

a. Peningkatan Skala Ekonomis

Peningkatan skala ekonomis adalah cara yang dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economics of scale*).Sebaiknya, bila peningkatan output mengakibatkan biaya jangka panjang (

diseconomies of scale), maka tidak baik untuk dilakukan. Pada saat produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik koefisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (*economics of scope*) apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis. Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (*learning curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

b. Perluasan Cakupan Usaha

Perluasan cakupan usaha adalah cara yang dapat dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (*diversifikasi*), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus. Lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila produksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini dilakukan

apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing masing jenis produksi itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (*joint venture*) atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

2. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahaptahap pengembangan usaha sebagai berikut (Kustoro Budiarto : 2009) :

- a. Memiliki Ide Usaha Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.
- b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang

lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

- c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*) Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.
- d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha dan kapan hal tersebut terjadi. Kadang kita perlu membahas tahapan tahapan yang sudah dilakukan, sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha.

Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi adalah lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu di pertimbangkan adalah sebagai berikut (Brian R. Ford, dkk.: 2008):

- a. Kemajuan akan terjadi lebih lambat dari yang diantisipasi, khususnya ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal. Meski usaha mungkin dianggap paling penting bagi wirausahawan, tetapi bagi penanam modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin tidak begitu penting. Oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan.
- b. Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Lakukan pendekatan kepada sumber dana dengan baik sebelumnya, dan biarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan dan pemasangan perlengkapan.
- c. Dalam menyiapkan jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dapat dipenuhi atau dilampaui. Dengan cara ini, wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran, yang akan meningkatkan kredibilitas di masa mendatang.

3. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu (Husein umar 2000):

- a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*) Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.
- b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*) Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.
- c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*) Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.
- d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*) Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.

C. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*).

Bauran Pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Jadi, kegiatan-kegiatan *marketing mix* terdiri dari empat unsur, dimana unsur-unsur tersebut saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain (Swastha dan Irawan : 2006). Bauran pemasaran adalah satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, distribusi, dan orang yang didalamnya akan menentukan tingkat

keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran (Kotler dan Armstrong : 2007).Empat variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut (kotler dan Armstrong : 2007) :

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Mevita : 2013).Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan(kotler : 2009).

2.Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tertukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga memiliki peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli (Kotler dan Armstrong : 2007). Ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu (Tjiptono : 2008) :

a. Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba.

b. Tujuan Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*.

c. Tujuan Berorientasi pada Citra

Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah disuatu wilayah tertentu.

d. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu yang produknya.

3. Tempat

Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk atau jasa kepasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dengan harapan produk tersebut

berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang haus akan produk tersebut (Kotler : 2009). Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan masa mendatang (Tjiptono : 2008).

4. Promosi

Promosi adalah arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan : 2006). Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Macam-macam bauran promosi adalah (Tjiptono : 2008) :

- a. Periklanan adalah segala bentuk presentasi dan promosi non personal suatu produk yang dibayar dan disponsori oleh sponsor yang jelas.
- b. *Personal selling* adalah suatu komunikasi secara persuasif seseorang secara individu kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan dan penjualan.
- c. Publisitas adalah sejumlah informasi tentang produk yang disebarluaskan kepada masyarakat dengan cara membuat berita yang mempunyai arti secara komersial atau berupa penyajian yang bersifat umum.

- d. *Sales promotion* adalah suatu proses promosi yang dapat dilakukan dengan cara peragaan, pertunjukan pameran dan demonstrans yang ditujukan dengan memberikan sampel produk, hadiah, menunjukkan alat peragaan dan undian rabat.

D. Sagu

1. Pengertian Sagu

Tanaman Sagu berasal dari genus *metroxylon* dapat digolongkan dalam dua golongan besar. Pertama, sagu yang berbunga atau berbuah dua kali dengan kandungan pati rendah dan kedua, tanaman sagu yang berbunga atau berbuah sekali yang mempunyai kandungan pati tinggi sehingga bernilai ekonomis untuk diusahakan (Bintoro, dkk : 2010).

Sagu tumbuh dalam bentuk rumpun, terdiri atas 1-8 batang sagu yang pada pangkal tanaman tumbuh 5-7 batang anakan. Pada kondisi liar maupun sagu akan melebar dengan jumlah anakan yang banyak dalam berbagai tingkat pertumbuhan. Tajuk pohon berbentuk 8-17 m tergantung jenis dan tempat tumbuh (Syakir dan Karmawati : 2013).

2. Manfaat dan Pengolahan Sagu

Komponen yang paling dominan dalam aci sagu adalah pati. Pati merupakan kabohidrat yang dihasilkan oleh tumbuhan untuk persediaan bahan makanan. Pati merupakan butiran kecil yang disebut granula didalam sel tanaman. Ukuran dan bentuk dari granula pati berbeda untuk setiap jenis tanaman (Parker : 2003).

Pemanfaatan sagu secara tradisional sudah lama dikenal oleh penduduk di daerah-daerah penghasil sagu. Produk-produk tradisional sagu didaerah Maluku antara lain *papeda, sagu, lempeng, buburne, sinoli,*

bagea, serut, sagu tumbuh, kue sagu dan lain sebagainya. Selain sebagai bahan pangan, sagu dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai macam industri, industri pangan, industri perekat, industri kosmetika, dan berbagai macam industri kimia. Dengan demikian pemanfaatan dan pemberdayaan sagu dapat menunjang berbagai macam industri, baik industri kecil, menengah maupun industri teknologi tinggi (Timesela : 2006).

Pemanfaatan sagu diprovinsi Maluku yang dilakukan saat ini umumnya bersifat tradisional dan mayoritas dilakukan oleh masyarakat desa, sehingga kualitas maupun kuantitasnya terutama rendemennya masih relatif rendah. Dengan demikian walaupun ada kelebihan produksi, belum dapat dipasarkan dengan baik, sehingga hanya terjadi pedagang antar desa, dan ada yang dipasarkan keibukota propinsi, sedangkan untuk diekspor keluar negeri belum dapat dilakukan karena kualitas dan kuantitasnya belum memenuhi syarat yang ditentukan (Timisela : 2006). Pemanfaatan dan pendayagunaan sagu oleh masyarakat pedesaan masih rendah disebabkan oleh berbagai kendala. Budidaya sagu yang telah diterapkan petani masih berlatarbelakang subsisten , hal ini berkaitan dengan kebutuhan pangan pokok dan belum mengarah pada sistem komersial. Selain itu banyak aspek teknik belum ditangani secara sistematis dan tuntas serta penggunaan teknologi yang masih sangat sederhana. Teknologi yang digunakan umumnya secara manual tradisional dan sebagian kecil secara semi mekanis. Hal demikian menyebabkan masih banyak tepung sagu yang terbuang karena proses ekstraksi yang

kurang efisien, sehingga produktivitas rendah serta mutu tepung sagu yang dihasilkan rendah (Timisela : 2006).

Pada dasarnya, tepung sagu dibuat dari empulur batang sagu. Tahapan proses pembuatan tepung sagu secara umum meliputi: penebangan pohon, pemotongan dan pembelahan, penokokan atau pamarutan, pemerasan, penyaringan, pengendapan dan pengemasan. Ditinjau dari cara dan alat yang digunakan, pembuatan tepung sagu yang dilakukan di daerah-daerah penghasil sagu di Indonesia saat ini dapat dikelompokkan atas cara tradisional, semimekanis dan mekanis (Fadila, 2010).

1. Pembuatan Tepung Sagu secara Tradisional

Pada umumnya cara ini banyak dijumpai di Maluku, Papua, Sulawesi dan Kalimantan. Pengambilan tepung sagu secara tradisional umumnya diusahakan oleh penduduk setempat, dan digunakan sebagai bahan makanan pokok sehari-hari. Pelarutan tepung sagu dilakukan dengan cara peremasan dengan tangan, atau diinjak dengan kaki dan dibantu dengan penyiraman air, yang berasal dari rawarawa yang ada di lokasi tersebut. Tepung sagu yang terlarut kemudian dialirkan dengan menggunakan kulit batang sagu yang telah diambil empulurnya. Tepung sagu ini kemudian diendapkan, dan dipisahkan dari airnya. Tepung yang diperoleh dari cara tradisional ini masih basah, dan biasanya dikemas dalam anyaman daun sagu yang disebut tampin (Riau), tumang (Maluku dan Papua), balabba (Sulawesi Selatan) dan basung (Kendari). Sagu yang sudah dikemas ini kemudian disimpan dalam jangka waktu tertentu sebagai persediaan pangan rumah tangga dan sebagian lainnya dijual.

Sagu yang sudah dikemas masih basah, maka penyimpanan hanya dapat dilakukan selama beberapa hari. Biasanya, cendawan atau mikroba lainnya akan tumbuh, dan mengakibatkan tepung sagu berbau asam setelah beberapa hari penyimpanan.

2. Pembuatan Tepung Sagu secara Semi-mekanis

Pembuatan tepung sagu secara semi-mekanis pada prinsipnya sama dengan cara tradisional. Perbedaannya hanyalah pada penggunaan alat atau mesin pada sebagian proses pembuatan sagu dengan cara semi-mekanis ini. Perbedaan tersebut misalnya pada proses penghancuran empulur digunakan mesin pamarut; pada proses pelarutan tepung sagu digunakan alat berupa bak atau tangki yang dilengkapi dengan pengaduk mekanik; dan pada proses pemisahan tepung sagu digunakan saringan yang digerakkan dengan motor diesel. Cara semi-mekanis ini banyak digunakan oleh penghasil sagu di daerah Luwu Sulawesi Selatan, dan daerah Riau, khususnya di daerah Selat Panjang (Kabupaten Meranti).

3. Pembuatan Tepung Sagu secara Mekanis

Pada pembuatan tepung sagu secara mekanis ini, urutan prosesnya sama dengan cara semi-mekanis. Pembuatan tepung sagu dilakukan melalui suatu sistem yang kontinyu, dan biasanya dalam bentuk sebuah pabrik pengolahan. Untuk mempercepat prosesnya pada pabrik-pabrik yang sudah modern, seperti di Sarawak Malaysia, proses pengendapan tepung dilakukan dengan menggunakan alat centrifuge atau spinner; dan pengeringannya dilakukan dengan menggunakan alat

pengering buatan. Produk tepung sagu yang dihasilkan dari pabrik-pabrik pengolahan ini adalah berupa tepung kering, sehingga memiliki daya simpan yang lebih lama.

E. Tinjauan Empiris

Terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berikut ini peneliti sajikan hasil penelitian terdahulu atau yang relevan seperti dapat dilihat pada uraian dibawah ini :

Tabel 2.2 Tinjauan Empiris

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pradibtya Dwi Ayuningtias Putri (2018)	Analisis pengembangan usaha sagu didesa Pekajoang Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bidang yang memiliki skor akhir tertinggi akan dirumuskan strategi pengembangan usaha adalah pasar atau ekonomi.
2.	Soestyo Priharjanto (2012)	Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan pada PD Sinar Berlian di Jakarta Barat	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha makanan ringan PD. Sinar Berlian secara finansial layak dilaksanakan.
3	Muh. Supriyanto (2017)	Studi Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya ikan Lele di Kecamatan	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif	Hasil Penelitian diketahui bahwa profil budidaya ikan lele yang mampu menyerap 54 orang tenaga kerja dengan 31 orang atau 57,6 % tenaga kerja berstatus tenaga kerja pada

		Maospati Kabupaten Magetan		usaha budidaya ikan lele dikecamatan maospati kabupaten magetan. Sedangkan 23 orang atau 42,6% merupakan tenaga kerja sambilan.
4.	Haryati Lakamisi (2016)	Analisis Finansial dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kacang Vernis	Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ini layak dan menguntungkan karena memberikan nilai NPV yang positif yaitu sebesar 167.396.499, nilai IRR sebesar 178%
5.	Gustina Siregar (2012)	Analisis kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha ternak sapi potong	Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif	Hasil penelitian diperoleh ketersediaan input (bibit,kandang,peralatan modern, dan tenaga kerja)dilokasi penelitian. Secara ekonomi usaha ternak sapi potong layak dikembangkan dengan pendapatan Rp. 32. 274.213 pertahun dengan B/C ratio 2,03. Strategi pengembangan adalah meningkatkan produksi dan mutu ternak sama dengan agen penyalur.
6	Dilla Sefa Ledy (2018)	Analisis Bauran pemasaran dan Strategi Pengembangan Agroindustri	Penelitian ini menggunakan Analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan pada agroindustri kopi bubuk cap intan adalah

		Kopi bubuk cap intan dikota Bandar Lampung		<p>a. Produk yang berkualitas baik</p> <p>b. Harga yang bersaing</p> <p>c. Lokasi penjualan yang strategis</p> <p>d. Kegiatan promosi yang diterapkan adalah dengan cara penjualan tatap muka.</p> <p>Strategi pengembangan pada agroindustri kopi bubuk cap intan dikota Bandar Lampung adalah pemilik agroindustri kopi bubuk cap intan dikota Bandar Lampung adalah</p> <p>a. Pemilik agroindustri menentukan kebijakan dalam memanfaatkan teknologi yang digunakan</p> <p>b. memanfaatkan lokasi yang ada dipasar</p> <p>c. mempertahankan kualitas produk yang baik</p> <p>d. memberdayakan kemampuan dan keterampilan SDM.</p>
7	Umi Sa Adah (2017)	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani dalam Perspektif Ekonomi Islam	Penelitian ini menggunakan Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan petani adalah dengan menerapkan sistem bauran pemasaran yaitu produk, Harga, Tempat, dan promosi. Dari strategi yang diterapkan pendapatan petani buah naga mengalami

				peningkatan.
8	Mutiara Rahma (2019)	Bauran pemasaran dan strategi pengembangan agroindustri tahu di kota bandang lampung	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang di terapkan oleh agroindustri tahu skala rumah tangga, menengah dan besar untuk bauran produk, harga, tempat dan promosi berbeda-beda. Lingkungan internal agroindustri tahu terdiri dari produk, majemenen, dan pendanaan sumber dan manusia, lokasi usaha dan pemasaran sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari ekonomi, sosial, budaya, teknologi, pesaing, kebijakan pemerintah dan konsumen. Strategi pengembangan yang digunakan adalah pengembangan produksi tahu ke skala yang lebih besar karena tahu diminati berbagai kalangan masyarakat.
9	Muh. Deni Johansyah (2016)	Analisis strategi pengembangan usaha pada industri sepatu cipaduyut di kota bandung	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah bauran pemasaran. Startegi produk yaitu menjaga kualitas produk, strategi harga yaitu lokasi yang strategis, strategi harga yaitu memberikan potongan harga kepada

				pelanggan dan strategi promosi yaitu melalui internet.
10	Imsar (2018)	Analisis strategi pengembangan usaha ucok durian dikota medan	Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif kualitatif	Dari hasil penelitian ini berdasarkan wawancara ditemukan bahwa ucok durian menetapkan strategi produk mulai dari penyempurnaan kualitas produk, menentukan ciri khas produk dan juga menentukan model dan jaminan dari produk yang dijualnya. Pada strategi harga, ucok durian menetapkan harga dimulai dari memposisikan produk melalui harga dan kualitasnya dan juga menetapkan potongan harga dan imbalan khusus bagi konsumen. Pada strategi tempat, ucok durian menetapkan tempat mulai dari memilih lokasi yang strategis, menyiapkan kenyamanan pada tempat usahanya dan memenuhi kelengkapan tempat untuk kenyamanan konsumen. Pada strategi promosi, ucok durian menetapkan strategi mulai dari pemasangan baliho dan sosial media.

F.Kerangka Konsep

Kerangka konsep digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pembangunan berbagai konsep dan teori yang digunakan dengan penelitian ini. Kerangka konsep merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Untuk lebih jelasnya berikut gambaran kerangka konsep dalam penelitian ini.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yakni suatu pendekatan yang juga tersebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan petani sagu. Dengan demikian penulis dapat memperoleh data yang objektif dalam rangka mengetahui strategi pengembangan usaha sagu melalui bauran pemasaran di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi pelaksanaan penelitian adalah di Desa Waelawi kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan dengan waktu kurang lebih dari 2 (dua) bulan terhitung dari Juli-Agustus.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah empat variabel sebagai berikut :

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk digunakan atau dikonsumsi.

2. Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditentukan oleh pemilik usaha untuk sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen.

3. Tempat

Tempat yang digunakan untuk kegiatan perdagangan, produksi, dan pemasaran.

4. Promosi

Promosi merupakan strategi yang digunakan oleh pemilik usaha untuk mempengaruhi atau membujuk pelanggan.

D. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah secara primer dan sekunder. Data primer berasal dari pihak berwenang yakni pihak pemilik usaha sagu di Desa Waelawi Kec. Malangke Barat Kab. Luwu Utara yang melibatkan petani sagu yang melibatkan diri dalam aktifitas di area Desa Waelawi.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah berupa observasi (pengamatan berulang), wawancara serta dilakukan pengumpulan langsung terutama data kualitatif.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun

kedalam pola, dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah. Analisis data kualitatif adalah penelitian induktif, data kategori yang diperoleh ditemukan setelah dilakukan pengumpulan data terlebih dahulu. Oleh karena itu analisis data kualitatif merupakan proses penelitian yang sistematis, karena dimulai dari pengumpulan data, pemilihan data, pengkategorian, perbandingan, penyatuan, dan penafsiran data. Berikut teknik metode yang sering digunakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses proses rangkuman data dengan cara memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Penyajian Data adalah hasil reduksi yang dapat berbentuk tabel, grafik, phie card, pictogram, dan sejenisnya yang tersusun secara sistematis dalam pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data lebih cenderung dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori yang bersifat narasi.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi adalah langkah terakhir dalam menganalisis data penelitian kualitatif. Akan tetapi, kesimpulan

awal yang dikemukakan biasanya masih bersifat sementara sehingga dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti yang dapat mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Sebaliknya, Apabila kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan pengumpulan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Kabupaten Luwu Utara

Sejarah Tana Luwu sudah berawal jauh sebelum masa pemerintahan Hindia Belanda bermula. Sebelumnya Luwu telah menjadi sebuah kerajaan yang mewilayah Kolaka (Sulawesi Tenggara) dan Poso (Sulawesi Tengah). Hal sejarah Luwu yang dihubungkan dengan nama La Galigo dan Sawerigading. Setelah Belanda menundukkan Luwu, mematahkan perlawanan Luwu pada pendaratan tentara Belanda yang ditantang oleh hulubalang Kerajaan Luwu Andi Tadda bersama dengan laskarnya diponjalae pantai palopo pada tahun 1905. Belanda selanjutnya membangun sarana dan prasarana untuk memenuhi keperluan pemerintah penjajah diseluruh wilayah kerajaan Luwu mulai dari selatan, Pitumpanua kedaerah Poso, dan dari Tenggara Kolaka (Mengkongga) ke barat Tana Toraja.

Pada Pemerintahan Hindia Belanda, sistem pemerintahan di Luwu dibagi atas dua tingkatan pemerintahan, yaitu : Pemerintahan tingkat tinggi dipegang langsung oleh pihak Belanda dan Pemerintah tingkat rendah dipegang oleh pihak swaparaja. Dengan terjadinya sistem pemerintahan dualisme dalam tata pemerintahan Luwu pada masa itu, pemerintahan tingkat tinggi dipegang oleh Hindia Belanda dan yang tingkat rendah dipegang oleh swapraja tetapi tetap masih diatur oleh Belanda, namun secara de jure pemerintahan swapraja tetap ada. Menyusul setelah

Belanda berkuasa penuh di Luwu, maka wilayah Kerajaan Luwu mulai diperkecil, dan dipecah sesuai dengan kehendak dan kepentingan Belanda, yaitu : Poso (yang masuk Sulawesi Tengah sekarang) yang semula termasuk daerah Kerajaan Luwu dipisahkan, dan dibentuk satu afdeling dan Distrik pitumpanua (sekarang kecamatan pitumpanua dan keera) dipisah dan dimasukkan kedalam wilayah kekuasaan Wajo kemudian dibentuk satu afdeling di Luwu yang dikepalai oleh seseorang asisten residen yang berkedudukan di Palopo.

Selanjutnya pada masa pendudukan tentara Dai Nippon, pemerintahan Jepang tidak mengubah sistem pemerintahan, yang diterapkan tentara Dai Nippon pada masa berkuasa di Luwu tahun 1942 pada prinsipnya hanya digantikan oleh pembesar pembesar Jepang. Kedudukan Datu Luwu dalam sistem pemerintahan sipil, sedangkan pemerintahan Militer dipegang oleh pihak Jepang. Dalam menjalankan pemerintahan sipil, Datu Luwu diberi kebebasan, namun tetap diawasi secara ketat oleh pemerintahan militer Jepang yang sewaktu waktu siap menghukum pejabat sipil yang tidak menjalankan kehendak Jepang, dan yang menjadi pemerintahan sipil atau Datu Luwu pada masa itu ialah “ Andi Kambo Opu Terrisompa ” kemudian diganti oleh putranya “ Andi Patiware “ yang kemudian bergelar “ Andi Djemma “.

Pada bulan april 1950 Andi Jemma dikukuhkan kembali kedudukannya sebagai Datu atau Pajung Luwu meliputi lima onder yaitu Palopo, Masamba, Tana Toraja, Rantepao dan Kolaka. Tahun 1953 Andi Jemma Datu Luwu diangkat menjadi penasehat Gubernur Sulawesi, waktu itu sudiro. Ketika Luwu dijadikan Pemerintahan swapraja, Andi Jemma

diangkat sebagai kepala swapraja Luwu, pada tahun 1957 hingga 1960. Atas jasa-jasanya terhadap perjuangan kemerdekaan Indonesia, Andi Jemma telah dianugrahi bintang gerilya tertanggal 10 November 1958, Nomor 36.822 yang ditandatangani Presiden Soekarno. Pada masa periode kepemimpinan Andi Jemma sebagai Raja atau Datu Luwu terakhir, sekaligus menandai berakhirnya sistem pemerintahan Swatantra (Desentralisasi). Belasan tanda jasa kenegaraan tingkat nasional telah diberikan kepada Andi Jemma sebelum dia wafat tanggal 23 Februari 1965 di Kota Makassar. Presiden Soekarno memerintahkan agar Datu Luwu dimakamkan secara kenegaraan di Taman Makam Pahlawan Panaikang Makassar yang dipimpin langsung oleh Panglima Kodam Hasanuddin.

Selanjutnya pada masa setelah Proklamasi Kemerdekaan RI, secara otomatis kerajaan Luwu berintegrasi masuk ke dalam Negara RI. Hal itu ditandai dengan adanya pernyataan Raja Luwu pada masa itu Andi Jemma yang antara lain menyatakan kerajaan Luwu adalah bagian dari kesatuan Republik Indonesia. Pemerintah pusat mengeluarkan peraturan pemerintah No. 34/1952 tentang pembubaran Daerah yang Sulawesi Selatan bentuk Jepang dan Belanda. Peraturan pemerintah No. 56/1951 tentang pembentukan gabungan Sulawesi Selatan. Dengan demikian daerah gabungan tersebut dibubarkan dan wilayahnya dibagi menjadi menjadi tujuh daerah Swatantra. Satu diantaranya adalah daerah Swatantra Luwu yang mewilayahi seluruh daerah Luwu dan Tana Toraja dengan pusat pemerintahan berada di kota Palopo. Berselang beberapa tahun kemudian, pemerintah pusat menetapkan beberapa undang-undang

Darurat yang berisi Kabupaten Luwu dibagi menjadi dua yaitu Kabupaten Luwu Utara dan Kabupaten Luwu Timur.

Kabupaten Luwu Utara adalah salah satu daerah tingkat dua provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Masamba. Kabupaten Luwu Utara yang dibentuk berdasarkan UUD No. 19 Tahun 1999 merupakan pecahan dari Kabupaten Luwu. Saat pembentukannya daerah ini memiliki luas 14.447,56 km² dengan jumlah penduduk sekitar 450.000 jiwa. Namun setelah dimekarkan kembali dengan membentuk Kabupaten Luwu Timur pada 2003 maka saat ini luas wilayah Kabupaten Luwu Utara adalah 7.502,58 km² dengan jumlah penduduk 287.530 jiwa. Terletak pada koordinat antara 20°30'45" sampai 12°43'11" Bujur timur. Wilayah Kabupaten Luwu Utara merupakan paling utara di Provinsi Sulawesi Selatan yang terdiri dari pantai, dataran rendah hingga pegunungan dengan ketinggian antara 0-3.016 Mdpl. Wilayah selatan berupa dataran rendah dan pantai yang berbatasan langsung dengan Teluk Bone. Sebagian besar wilayah berupa pegunungan dengan gunung yang menjulang seperti Gunung Tolangi, Gunung Balease, Gunung Kabentuno, Gunung Kambuno, Gunung Tusang, Gunung Tantanggunta dan lainnya. Sejumlah sungai besar yang berada di wilayah ini antara lain Sungai Salu Rongkong, Sungai Salu Kula, Sungai Salu Karama, Sungai Salu Lodang dan lainnya. Secara administrasi Kabupaten Luwu Utara terdiri 15 kecamatan 167 desa dan 4 kelurahan. Berikut kecamatan yang berada di Kabupaten Luwu Utara yaitu :

- a. Kecamatan Baebunta
- b. Kecamatan Bone-Bone

- c. Kecamatan Limbong
- d. Kecamatan Malangke Barat
- e. Kecamatan Malangke
- f. Kecamatan Mappideceng
- g. Kecamatan Masamba
- h. Kecamatan Rampi
- i. Kecamatan Sabbang
- j. Kecamatan Seko
- k. Kecamatan Sukamaju
- l. Kecamatan Tana Lili
- m. Kecamatan Sukamaju Selatan
- n. Kecamatan Baebunta Selatan
- o. Kecamatan Sabbang Selatan

2. Profil Desa Waelawi

Desa waelawi pada awalnya merupakan bagian dari desa pengkajoang yaitu dusun Waelawi. Tahun 1993, Waelawi memisahkan diri dari desa pengkajoang dan berdiri sendiri dari desa persiapan yang dipimpin oleh Halile sampai pada tahun 1998. Desa waelawi menjadi desa definitif pada tahun 1998 dan dipimpin oleh seorang kepala desa bernama Halile hingga tahun 2009.

Tabel 4.1 perubahan sejarah kepemimpinan desa waelawi

Tahun	Peristiwa Baik	Peristiwa Buruk
1993	Waelawi Memisahkan diri dari desa Pengkajoang	-
1998	Waelawi menjadi desa definitif yang dipimpin oleh Halile	-
2008	Desa waelawi dipimpin oleh Halile	-
2009	Pemilihan kepala desa waelawi (H. Nirwan)	-
2015	Lukman, S.sos Pjs. Desa waelawi	-
2016	Pemilihan kepala desa waelawi (Ir. Tasran)	-

Sumber : Data Desa Waelawi Kab. Luwu Utara

3. Geografis & Demografi

a. Geografis

Desa Waelawi terletak \pm 46 Km dari Ibukota Kabupaten Luwu Utara Masamba, atau \pm 5 Km dari Ibukota Kecamatan Malangke Barat dengan luas wilayah 40 Km², dengan batas-batas sebagai berikut :

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pembuniang
- 2) Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Pengkajoang
- 3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Laut (Teluk Bone)
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pombakka

b. Aktivitas Ekonomi Masyarakat

Kondisi wilayah Desa Waelawi berada di daerah pesisir dengan ketinggian rata-rata di atas 3 meter dari permukaan laut dengan luas lahan masing masing dusun adalah sebagai berikut:

- 1) Dusun Lamiko miko: 55 Hektar
- 2) Dusun Labecce: 45 Hektar

3) Dusun Waelawi: 62 Hektar

c. Iklim

Keadaan iklim di Desa Waelawi terdiri dari : Musim Hujan dan kemarau. Dimana musim hujan biasanya terjadi antara Bulan Januari s/d April, musim kemarau antara bulan Juli s/d November.

d. Pola Penggunaan Tanah

Pola penggunaan tanah umumnya digunakan sebagai lahan persawahan, perkebunan (sagu, empang, sawah dll) dengan panen musiman.

e. Sarana dan Prasarana Desa

Tabel 4.2 : Sarana / Prasarana Desa

Kan Desa	Balai Desa	Jalan Kabupaten	Jalan Kecamatan	Jalan Desa	Masjid
1 Bh	-	46 Km	6 Km	4,5 Km	2 Bh

Sumber : Data Desa Waelawi Kab. Luwu Utara

4. Kondisi Pemerintahan Desa Waelawi

Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Sesuai dengan Dusun/Lingkungan

No	Nama Dusun	Jumlah Jiwa			Kepala Keluarga
		L	P	Total	
1.	Dusun Waelawi	280	294	574	112
2.	Dusun Labece	102	200	302	80
3.	Dusun Lamiko Miko	107	102	209	43
		489	594	1085	235

Sumber : Data Desa Waelawi Kab. Luwu Utara

5. Visi Misi dan Struktur Organisasi Desa Waelawi

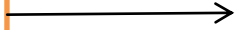
a. Visi

Menjadikan Desa Waelawi sebagai Desa terdepan yang bertumpu pada sektor perikanan, pertanian dan perkebunan atas landasan pembangunan partisipasif masyarakat.

b. Misi

- 1). Meningkatkan peran dan fungsi pemerintah Desa, BPD, dan Lembaga lembaga Desa lainnya.
- 2). Untuk Merencanakan Pembangunan perlu adanya rencana pembangunan jangka menengah desa (RPJM-Des) sebagai wujud pembangunan partisipatif masyarakat, serta akan menggalang semua elemen masyarakat seperti tokoh adat, tokoh masyarakat, tokoh agama, dan lembaga yang ada di desa waelawi seperti PKK, BKM, Karang Taruna dan seluruh kader kader yang ada di Desa Waelawi.
- 3). Dalam menyelesaikan masalah di Desa Waelawi, harus melibatkan semua tokoh masyarakat, tokoh adat, tokoh agama, dan tokoh pemuda.
- 4). Menumbuhkembangkan pembinaan generasi muda dibidang olahraga dan seni serta keterampilan lainnya.
- 5). Menyalurkan segala bentuk bantuan sosial kepada yang berhak menerimanya.
- 6). Pendataan dan pembinaan kelompok tani untuk secara bersama sama membangun petani agar menjadi baik dan sukses di Desa Waelawi.
- 7). Pembuatan pos kamling di setiap dusun.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Waelawi



B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Sebagaimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang lebih mengedapankan analisis mendalam terhadap data yang diperoleh. Data-data yang dimaksud yakni hasil wawancara pada pihak-pihak yang berwenang dan dianggap berkompeten terhadap isu dan masalah dalam fokus penelitian. Dalam hal ini adalah pengembangan usaha sagu di desa Waelawi kec.Malangke Barat Kab.Luwu Utara dengan menggunakan strategi bauran pemasaran.

Adapun hasil wawancara dengan pihak yang berkaitan

1. Produk (*Product*)

Seperti yang dikatakan informan Ridwan yaitu :

“Selama ini produk yang kami hasilkan banyak disukai oleh masyarakat bahkan sampai keluar daerah karena kita sekarang tahu bahwa produk sagu yang kami tawarkan banyak diminati oleh masyarakat”.

Begitupun yang diutarakan informan Israil yaitu :

“Selama ini produk yang kami hasilkan lumayan baik karena pada dasarnya kami bersaing dengan penjual satu dan lainnya ”.

Hal yang sama diutarakan informan Asdar yaitu :

“Produk yang kami hasilkan banyak kami salurkan ke daerah lain”

Begitupun yang dikatakan informan Akmal yaitu :

“Produk kami banyak disukai karena kualitas sagu kami putih dan bersih sehingga banyak yang mengkonsumsi seperti dange, kapurung, tepung sagu”

Hal sama dikatakan informan Rian yaitu :

“Produk yang kami hasilkan cukup baik karena pada dasarnya dalam pembuatan sagu dilakukan sebaik mungkin”

Seperti yang dikatakan informan Saifuddin yaitu :

“Selama ini kami memproduksi sagu di rumah kami sendiri dan kami menjaga produk yang kami pasarkan agar kualitasnya terjaga”

Begitupun yang diutarakan informan Agus salim yaitu :

“Produk yang kami tawarkan cukup banyak diminati oleh masyarakat karena sebagian besar juga kami tawarkan keluar daerah”.

Hal yang sama diutarakan informan Arifuddin yaitu :

“Produk kami cukup baik dan disukai oleh masyarakat serta banyaknya peminat jadi kami selalu menjaga kualitas produk sagu kami”

Begitupun yang dikatakan informan Wahidin yaitu :

“Produk kami sudah banyak diminati oleh masyarakat tinggal bagaimana kita menjag kualitas sagu itu sendiri”

Hal sama dikatakan informan Alimuddin yaitu :

“Sagu kami olah di samping rumah kami karena sudah kami olah sagu dari puluhan tahun lalu ”

Seperti yang dikatakan informan Muhidin yaitu :

“Selama ini sagu yang kami hasilkan cukup berkualitas “

Begitupun yang dikatakan informan Umar yaitu :

“Sagu yang kami hasilkan banyak keluar daerah seperti Makassar, Toraja, Masamba, dan Luwu Timur.

Hal yang sama yang dikatakan informan Herman yaitu :

“Sagu yang kami hasilkan berkualitas”

Begitupun yang dikatakan informan Aswar yaitu :

“Sagu yang kami hasilkan cukup baik tetapi kemasannya kurang bagus “

Seperti yang dikatakan informan Ismail yaitu :

“Sagu kami tersebar diberbagai daerah seperti belawa, malangke, masamba, palopo “

Begitupun yang dikatakan informan Hardi yaitu :

“ Sagu kami selalu laku terjual “

Hal yang sama yang dikatakan informan Pandi yaitu :

“ Sagu kami disukai oleh pembeli “

Begitupun yang dikatakan informan Unding yaitu :

“Terkadang permintaan sagu lebih banyak dibanding ketersediaannya “

Seperti yang dikatakan informan Yusuf yaitu :

“Biasanya 1 kali panen kami menghasilkan 100 karung dalam kurun waktu “

Begitu pun yang dikatakan informan Iskandar yaitu :

“Sagu didesa ini kualitasnya bagus akan tetapi belum banyak olahan berbahan dasar sagu.tapi sudah ada olahannya seperti tepung sagu,Dange dan kue Bagea.”

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan banyak disukai oleh masyarakat dimana informan mengatakan bahwa produk yang dihasilkan sampai disukai oleh daerah lain.

2. Harga (Price)

Seperti yang dikatakan informan Ridwan yaitu :

“Selama ini kami menawarkan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat karena pada dasarnya harga mengikut dengan hasil olahan dan bahan produksi”

Begitupun yang diutarakan informan Israil yaitu :

“Harga kami cukup menarik dan dapat bersaing dengan pengolah sagu di daerah lain dan kami juga senantiasa memuaskan pelanggan dengan memberi diskon dan potongan harga”.

Hal yang sama diutarakan informan Asdar yaitu :

“Yah.. kalo harga mungkin kita yang paling rendah dari daerah lain”

Begitupun yang dikatakan informan Akmal yaitu :

“Harga kami pasarkan hampir sama dengan produk daerah lain”

Hal sama dikatakan informan Rian yaitu :

“Sagu yang kami pasarkan harganya cukup terjangkau ”

Seperti yang dikatakan informan Saifuddin yaitu :

“Harga kami salurkan beragam tergantung dari banyaknya permintaan”.

Begitupun yang diutarakan informan Agus Salim yaitu :

“Harga tentunya kami mampu bersaing dengan penjual yang lainnya”.

Hal yang sama diutarakan informan Arifuddin yaitu :

“Menurut kami harga yang kami pasarkan cukup menjangkau pembeli”

Begitupun yang dikatakan informan Wahidin yaitu :

“Harga kami pasarkan sesuai dengan harga sewajarnya dan bahan baku yang digunakan disesuaikan”

Hal sama dikatakan informan Alimuddin yaitu :

“Selama kurang lebih 10 tahun kami produksi sagu dengan mengedepankan kepuasan pelanggan dan mengambil keuntungan yang sedikit, yang penting lancar”

Seperti yang dikatakan informan Muhidin yaitu :

“Harga yang ditetapkan cukup terjangkau”

Begitupun yang dikatakan informan Umar yaitu :

“Harga yang ditetapkan murah”

Seperti yang dikatakan informan Herman yaitu :

“Harga sagu 1 karung 120.000 ribu jika dijual kembali bisa menghasilkan keuntungan sebesar 250.000 ribu dipasar.”

Hal yang sama dikatakan informan Aswar yaitu :

“Penentuan harga sagu dilihat dari biaya operasional.harga sagu 120.000/50 kg dan 60.000/25 kg”

Seperti yang dikatakan informan Ismail yaitu :

“Harga sagu dapat berubah apabila harga BBM naik”

Seperti yang dikatakan informan Hardi yaitu :

“Menurut saya harga sagu terjangkau karena tidak adanya keluhan dari pembeli. “

Seperti yang dikatakan informan Pandi yaitu :

“ Tidak ada potongan harga atau harga khusus kepada pelanggan.

Seperti yang dikatakan informan Unding yaitu :

“Harga sagu sesuai dengan harga kesepakatan dari pemilik usaha sagu lainnya “:

Seperti yang dikatakan informan Yusuf yaitu :

“Menurut saya harga sagu seharusnya ada kenaikan akan tetapi saya memifikirkan pelanggan “

Seperti yang dikatakan informan Iskandar yaitu :

“Harga yang kami tentukan sangat terjangkau karena berprinsip untung sedikit tapi lancar.”

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa harga yang dijual kepada masyarakat cukup terjangkau karena bagi sebagian penjual kepuasan masyarakat adalah yang utama.

3. Tempat(Place)

Seperti yang dikatakan informan Ridwan yaitu :

“Selama ini kami memproduksi sagu di samping rumah kami sendiri”

Begitupun yang diutarakan informan Israil yaitu :

“Tempat kami lakukan pembuatan sagu di belakang rumah yang kebetulan saya memiliki kelebihan tanah dan disitulah saya bangun usaha sagu”.

Hal yang sama diutarakan informan Asdar yaitu :

“Saya mengolah sagu di samping rumah saya sendiri karena usaha kami merupakan usaha rumahan”

Begitupun yang dikatakan informan Akmal yaitu :

“Tempat kami mengolah sagu dilakukan di samping rumah kami sendiri”

Hal sama dikatakan informan Rian yaitu :

“Sagu kami olah di samping rumah kami karena sudah kami olah sagu dari puluhan tahun lalu ”

Seperti yang dikatakan informan Saifuddin yaitu :

“Selama ini kami memiliki tempat memproduksi sagu di belakang rumah kami sendiri dan kami menjaga produk yang kami pasarkan agar kualitasnya terjaga”

Begitupun yang diutarakan informan Agus Salim yaitu :

“Selama ini kami memiliki tempat produksi yang kami tawarkan cukup banyak diminati oleh masyarakat karena sebagian besar juga kami tawarkan keluar daerah”.

Hal yang sama diutarakan informan Arifuddin yaitu :

“Selama ini kami memiliki tempat produksi cukup baik dan disukai oleh masyarakat serta banyaknya peminat jadi kami selalu menjaga kualitas produk sagu kami”

Begitupun yang dikatakan informan Wahidin yaitu :

“Produk kami sudah banyak diminati oleh masyarakat tinggal bagaimana kita menjag kualitas sagu itu sendiri”

Hal sama dikatakan informan Alimuddin yaitu :

“Sagu kami olah di samping rumah kami karena sudah kami olah sagu dari puluhan tahun lalu ”

Seperti yang dikatakan informan Muhidin yaitu :

“Tempat pengolahan sagu mudah dijangkau pembeli.”

Seperti yang dikatakan informan Umar yaitu :

“Menurut saya seharusnya kepala Desa lebih memperhatikan lokasi pengolahan sagu.”

Seperti yang dikatakan informan Herman yaitu :

“Akses jalannya mudah dijangkau.”

Begitupun yang dikatakan informan Aswar yaitu :

“Kalau saya pribadi tempat pengolahan sagu strategis.”

Seperti yang dikatakan informan Ismail yaitu :

“Saya mengolah sagu disamping rumah.”

Seperti yang dikatakan informan Hardi yaitu :

“Tidak adanya industri besar untuk pengolahan sagu.”

Seperti yang dikatakan informan Pandi yaitu :

“Mudah dijangkau.”

Hal yang sama dikatakan informan Unding yaitu :

“Menurut saya strategis.”

Seperti yang dikatakan informan Yusuf yaitu :

“Pembeli tidak pernah kesulitan untuk datang membeli sagu.”

Begitupun yang dikatakan informan Iskandar yaitu :

“Lokasi usaha sagu saya mudah dijangkau pembeli.”

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa tempat yang dihasilkan banyak disukai oleh masyarakat dimana informan mengatakan bahwa hampir semua industri pengolahan sagu di samping rumah mereka sendiri.

4. Promosi(*Promotion*)

Seperti yang dikatakan informan Ridwan yaitu :

“Kami sebagai pelaku usaha sagu melakukan promosi di beberapa pelaku usaha ”.

Begitupun yang diutarakan informan Israil yaitu :

“Harga tentunya kami mampu bersaing dengan penjual yang lainnya”.

Hal yang sama diutarakan informan Asdar yaitu :

“Menurut kami harga yang kami pasarkan cukup menjangkau pembeli”

Begitupun yang dikatakan informan Akmal yaitu :

“Kami bekerja sama dengan PT. Mayora dan melakukan pemasaran langsung”

Hal sama dikatakan informan Rian yaitu :

“Kami mempromosikan hasil pengolahan sagu kami di berbagai daerah seperti masamba dan malangke barat”

Seperti yang dikatakan informan Saifuddin yaitu :

“Promosi yang kami tawarkan adalah dengan memberi diskon kepada ”

Begitupun yang diutarakan informan Agus Salim yaitu :

“Harga kami cukup menarik dan dapat bersaing dengan pengolah sagu di daerah lain dan kami juga senantiasa memuaskan pelanggan dengan memberi diskon dan potongan harga”.

Hal yang sama diutarakan informan Arifuddin yaitu :

“Yah.. kalo harga mungkin kita yang paling rendah dari daerah lain”

Begitupun yang dikatakan informan Wahidin yaitu :

“Harga kami pasarkan hampir sama dengan produk daerah lain”

Hal sama dikatakan informan Alimuddin yaitu :

“Sagu yang kami pasarkan harganya cukup terjangkau ”

Seperti yang dikatakan informan Muhidin yaitu :

“Saya tidak melakukan promosi.

Begitupun yang dikatakan informan Umar yaitu :

“Promosi melalui media online.”

Seperti yang dikatakan informan Herman yaitu :

“Yang membeli sagu adalah warga disekitar desa ini.”

Seperti yang dikatakan informan Aswar yaitu :

“Biasanya kalau pengepul datang langsung habis.”

Seperti yang dikatakan informan Ismail yaitu :

“Kerjasama dengan PT.Mayora TBK.

Seperti yang dikatakan informan Hardi yaitu :

“Ada langganan dari berbagai daerah.

Seperti yang dikatakan informan Pandi yaitu :

“Promosi melalui fb.”

Hal yang sama dikatakan informan Unding yaitu :

“Promosi melalui WA.”

Seperti yang dikatakan informan Yusuf yaitu :

“Berhubungan baik dengan pelanggan.”

Hal yang diutarakan informan Iskandar yaitu :

“Ada langganan khusus dari berbagai daerah.”

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan di berbagai daerah danada juga informan mendistribusikan sagunya ke PT. Mayora TBK. Serta melakukan promosi melalui media sosial.

C. Pembahasan

1. Analisis Strategi Usaha Sagu di Desa Waelawi

Di Desa Waelawi merupakan salah satu desa yang terdapat pada Kecamatan Malangke Barat. Desa Waelawi merupakan daerah penghasil sagu terbesar di banding desa lainnya. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya jumlah petani sagu dan hasil panen yang melimpah.

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. Strategi usaha sagu yang dilakukan petani sagu di Desa Waelawali yaitu mempertahankan kualitas sagunya. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya peminat dari masyarakat sekitar, permintaan sagu dari berbagai daerah dan adanya kerja sama dengan salah satu perusahaan yaitu PT. Mayora Tbk. Selain itu desa Waelawi telah memiliki citra produk yang baik dalam usaha sagu dikalangan pengepul.

Adapun cara yang dilakukan petani sagu untuk mempertahankan kualitas sagunya adalah memilih batang sagu yang tua, lalu diparut,

setelah menjadi serbuk maka serbuk ini disaring setelah disaring dilakukan proses perendaman selama dalam kurun waktu 3 hari dengan mengganti airnya secara berkala. Air yang digunakan dalam proses perendaman harus menggunakan air yang bersih. Setelah semua itu dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah proses panen. Panen yang dimaksud yaitu sagu basah yang telah direndam selama 3 hari siap untuk diangkat dan dikemas.

Setelah dikemas dalam karung dengan berat 50 kg dan tumang (anyaman daun sagu) dengan berat 15kg, petani sagu menjual produknya dalam bentuk sagu basah ke pengepul. Sagu basah merupakan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat dari hasil olahan tanaman sagu sebelum diolah menjadi makanan pokok. Namun kekurangan dari produk ini belum menggunakan kemasan yang layak, hal ini disebabkan karena petani sagu masih menggunakan kemasan tradisional seperti tumang (anyaman daun sagu), produk ini memiliki bau yang kurang sedap, juga belum mempunyai label dan merek.

Strategi Harga merupakan salahsatu rangsangan pemasaran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena harga yang bisa dijangkau konsumen akan menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan yang dilakukan. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Dalam pemasaran harus bisa menentukan harga yang tepat untuk konsumennya. Penentuan harga yang dipengaruhi oleh kualitas produk, sehingga dalam menentukan harga harus menyeimbangkan

antara kualitas produk dan harga agar tidak terjadi penipuan terhadap harga.

Strategi harga yang dilakukan oleh petani sagu di desa Waelawi dalam mengembangkan usaha sagu yaitu menyesuaikan harga dengan kualitas produk. Petani sagu meminimalisir biaya produksisehingga harga jual hasil produknya lebih terjangkau. Harga produk ini masih cukup terjangkau, karena harga penjualan produk sagu tetap mendapatkan keuntungan bagi petani sagu walaupun dalam skala kecil. Dan apabila produk sagu dijual kembali dipasar keuntungan yang didapatkan bertambah dua kali lipat dari harga sebelumnya. Namun harga sagu dapat berubah sewaktu waktu apabila harga bbm naik karena dalam mengolah sagu diperlukan mesin yang menggunakan bbm. Jadi hal ini berpengaruh terhadap harga sagu. Dan biasanya adapermainan harga dari pengepul apabila pengepul menyalurkan produk sagu ke kabupaten/kota.

Strategi tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa dan siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Strategi tempat yang dilakukan oleh petani sagu Desa Waelawi dalam mengembangkan usaha sagu yaitu menggunakan lahan pribadi yang berdekatan dengan rumah mereka. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak kesulitan dalam melakukan transaksi dengan petani sagu. Selain itu petani sagu juga lebih mudah mengontrol proses pengolahan sagu.

Namun tempat pengolahan sagu tergolong kurang bersih karena proses pengolahan sagu masih menggunakan cara tradisonal, hal ini

disebabkan karena belum adanya pelatihan dari pihak pemerintah ke petani sagu untuk mengembangkan proses pengolahan sagu dari cara tradisional ke cara yang lebih modern.

Strategi promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang tepat dan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk itu. Strategi promosi yang dilakukan oleh petani sagu dalam mengembangkan usaha yaitu dengan cara *word of mouth* atau mempromosikan dari mulut ke mulut. Maksudnya adalah konsumen yang sering membeli produk sagu menceritakan kepada orang lain tentang produk sagu. Petani sagu juga berhubungan baik kepada konsumennya, melakukan promosi melalui media online dan menjalin kerja sama dengan salah satu perusahaan. Cara ini memang masih sederhana tetapi dapat meningkatkan permintaan dan hasil penjualan.

Namun usaha sagu di Desa Waelawi belum mendapat perhatian lebih dari pemerintah hal ini disebabkan karena pemerintah belum melihat potensi usaha sagu dalam meningkatkan pembangunan daerah.

2. Strategi Pengembangan Usaha Sagu Melalui Bauran Pemasaran di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha sangat diperlukan dalam meningkatkan dan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran. Salah satu jenis strategi pemasaran yang sesuai digunakan untuk usaha sagu di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yaitu strategi bauran pemasaran yang

menggunakan empat unsur yang saling berhubungan antara lain produk, harga, tempat dan promosi.

a. Produk (*Product*)

Strategi Produk yang digunakan petani sagu di Desa Waelawi dalam mengembangkan usahanya masih dengan cara tradisional ini dibuktikan dari cara mereka mengemas produknya yang masih menggunakan karung dan tumang (anyaman daun sagu). Sehingga kualitas produknya tidak tahan lama dan mengurangi daya tarik konsumen.

Berdasarkan hasil observasi peneliti strategi produk yang perlu dilakukan oleh petani sagu dalam mengembangkan usahanya yaitu pemberian merek dan label pada kemasan produk. Pemberian merek bertujuan karena dapat memberikan identitas atau ciri khas terhadap produk usaha sagu. Label bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan usaha sagu, sehingga bertujuan memperjelas informasi kepada konsumen agar produknya lebih dikenali. Petani sagu juga perlu menggunakan kemasan yang lebih layak agar kualitas produk dapat bertahan lebih lama.

b. Harga (*price*)

Strategi harga yang digunakan petani sagu dalam mengembangkan usahanya yaitu masih menekan biaya operasional sehingga harga masih terbilang murah dan dapat dipermainkan oleh pengepul. ini juga berdampak dengan pendapatan dari petani sagu.

Berdasarkan hasil observasi peneliti strategi harga yang perlu dilakukan oleh petani sagu dalam mengembangkan usaha sagu yaitu

pemilihan tujuan penetapan harga. Sebelum menetapkan harga berdasarkan tujuan tertentu, petani sagu harus mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi biaya operasional, biaya pemasaran dan harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing. Setelah melakukan hal tersebut, petani sagu dapat menetapkan harga yang layak untuk produknya. Harga yang terlalu tinggi dapat menimbulkan kemungkinan menurunnya daya saing, sebaliknya harga yang rendah dapat menyebabkan kerugian khususnya bila biaya meningkat. Harga yang ditetapkan dapat berorientasi pada citra usaha sagu dengan memungkinkan kualitas produk yang dipasarkannya selalu yang terbaik. Petani sagu sebagai pemilik usaha sagu dapat menetapkan harga tinggi atau rendah dengan memberikan jaminan akan mempertahankan kualitas produk dan harganya merupakan harga yang pantas dengan kualitas produk yang bagus.

c. Tempat (*Place*)

Strategi tempat yang dilakukan oleh petani sagu dalam mengembangkan usaha sagu di Desa Waelawi yaitu tempat pengolahan sagu masih menggunakan alat-alat yang sederhana karena proses pengolahannya dilakukan dengan cara tradisional. Hal ini menyebabkan tempat pengolahan sagu kurang bersih atau tidak higienis.

Berdasarkan hasil observasi peneliti yang perlu dilakukan oleh petani sagu dalam mengembangkan usahanya yaitu berkoordinasi dengan pemerintah setempat agar petani sagu diberikan pelatihan untuk meningkatkan proses pengolahan sagu agar lebih berkualitas dan

higienis. Maupun diberikan bantuan modal usaha agar dapat mendirikan industri yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani sagu, membuka lapangan kerja bagi masyarakat, memberikan kenyamanan konsumen untuk mengakses tempat pengolahan sagu dan memperluas saluran distribusi.

d. Promosi (*promotion*)

Strategi promosi yang dilakukan oleh petani sagu dalam mengembangkan usaha sagu di Desa Waelawi kurang efektif karena masih melakukan cara *word of mouth* atau dari mulut ke mulut.

Berdasarkan hasil observasi dari peneliti yang perlu dilakukan petani sagu harus mengikuti perkembangan zaman, dimana mereka perlu mencoba mempromosikan produknya dalam bentuk publikasi. Yang bertujuan untuk mempengaruhi secara tak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk tersebut melalui media massa atau media online. Strategi publikasi juga dapat berupa penjualan secara online yaitu pembuatan konten yang menarik dan mengunggah foto produk sagu di berbagai sosial media.

Hal yang dapat ditarik dalam pembahasan diatas, dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang efektif dalam mengembangkan usaha sagu di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara petani dapat melihat sejauh mana kelebihan dan kekurangan dari pemasaran produknya. Tingkat efektifitas dalam pemasaran produk juga tepat sasaran sehingga tidak ada proses operasional yang dilakukan dengan sia-sia. Sederhananya sebegus apapun produk yang ditawarkan petani sagu dalam usaha

yang dilakukan jika tidak mengetahui atau gagal dalam memasarkan produknya maka akan sia-sia juga.



BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah:

Strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha sagu melalui bauran pemasaran di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara yaitu: Strategi produk (*product*) meningkatkan kualitas produk. Strategi harga (*price*) yaitu petani sagu menyesuaikan harga dengan para pesaing dan menyesuaikan sesuai dengan kualitas produknya . Strategi tempat (*place*) yaitu petani sagu menggunakan lahan pribadi masing masing hal ini bertujuan untuk agar petani lebih mudah mengawasi proses pengolahan serta memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi. Strategi promosi (*promotion*) yaitu berhubungan baik kepada pelanggan, melakukan kerjasama dengan salahsatu perusahaan dan melakukan promosi melalui media sosial.

B. Saran

Disarankan kepada pemerintah agar senantiasa memberikan dukungan dan arahan dalam memperbaiki kualitas produksi sagu.

- Amrullah. (2016). Strategi Pengembangan Nilai Manfaat Langsung Kawasan Hutan Lambusango kepada Masyarakat Sekitar. *Jurnal Kehutanan Unhas*.
- Anoraga.P (2007). *pengantar bisnis dalam era globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bintoro. (2010). Sagu dilahan gambut. *Jurnal Pertanian*, Bogor.
- Budiarta, Kustoro. (2009). *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ford, Brian R. dkk. (2008) *The Ernst & Young Business Plan*, Jakarta: PT Cahaya Insani Suci.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan loyalitas konsumen* . Bandung: Alfabeta.
- Kacang Vernis. *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*.
- Lecup Iya, N. (2006). *Kewirausahaan dalam bidang hasil tanaman keras dan hutan berbasis masyarakat*. Jakarta: Regional community forestry training center for Asia and the pasific indonesia.
- Pearce dan Robinson. (2008). *Manajemen Strategi*. Jakarta. Salemba Empat
- Parker, R. (2003). *Introduction To Food Science Delmar*. New York: Thomson Learning Inc.
- Priharjanto, S. (2012). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan pada PD sinar Berlian diJakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Rambat, H. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rangkuti.(2006). *Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan*.Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Selang. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart bahu mall Manado. *Jurnal Ekonomi*, Universitas Sam Ratulangi.
- Siregar, G. (2016). Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi. *Jurnal ilmiah agribisnis*, Universitas Muhammadiyah Sumatera.

- Soegoto, E. S. (2010). *Enterprenurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Supriyanto, M. (2017). Studi Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha budidaya Ikan Lele dikecamatan Maospati Kabupaten Magetan. *Jurnal AKSI*.
- Suryana. (2006). *Pedoman kiat dan proses menuju sukses* . Jakarta: Salemba Empat .
- Swastha, I. (2006). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syagir , K. (2013). Potensi Tanaman Sagu sebagai bahan baku bioenergi . *Jurnal Perkebunan*, Perspektif pusat penelitian dan pengembangan perkebunan.
- Thamrin Abdullah, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Malang: Penerbit Bayu Media.
- Tmisela. (2006). Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Pemasarannya. *Jurnal Pertanian*, Fakultas Pertanian Unpatti Ambon.
- Umar, husein. (2000) *Business An Introduction*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Wheleen dan Hunger. (2012). *Strategi Management*.Yogyakarta. Penerbit Andi
- Williams, S. (2007). *Using Information Teknologi* . Yogyakarta: Penerbit Andi

A

M

P

I

R

A

N



















**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMTSP)**

Jl. Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp./Fax: 0473-21536 Kode Pos: 92961 Masamba

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 1312/00419/SK.P/DPMTSP/VI/2019

- Membaca** : Peningkatan Surat Keterangan Penelitian an. Tati Harianti beserta lampirannya.
- Menzingir** : Rekomendasi Nidam Kematan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 07042/VI/2019 tanggal 03 Mei 2019
- Mengingat** :
 1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2006 tentang Kemerdekaan Beragama;
 2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah;
 4. Peraturan Presiden Nomor 93 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
 5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2014 tentang Peraturan Surat Keterangan Penelitian;
 6. Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Kewajiban Penelitian, Non Penelitian dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Luwu Utara.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
 1. Menetapkan Surat Keterangan Penelitian Kepada:
 Nama : Tati Harianti
 Nupts : 0
 Tempat :
 Alamat : Tati Taty, Desa Lata, Kecamatan Balaroa, Kab. Luwu Utara, Kecamatan Balaroa Selatan
 Sekolah : Universitas Muhammadiyah Makassar
 Jurusan :
 Judul : Analisa Strategi Pengembangan Usaha Segala Di Desa Walaroi, Kec. Malalene Barat Kab. Luwu Utara
 Penelitian :
 Lokasi : Walaroi, Desa Walaroi Kecamatan Malalene Barat, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
 Penelitian :
 Dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 1 bulan.
 2. Maksimal untuk penelitian KEMENDAGRI yang SOAAS.
 3. Surat Keterangan Penelitian ini dapat diperbaharui dan diperpanjang pada batas waktu yang ditetapkan agar an tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 4. Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan apabila memenuhi persyaratan yang ditetapkan dengan syarat-syarat yang tertera dalam surat ini.

Retribusi : Rp. 800
 No. Sur : 1312/21
 Disampaikan kepada :
 1. Lembar Pertama yang No. 1312/21;
 2. Lembar Kedua yang No. 1312/21 dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Masamba, 28 Mei 2019
 Kepala Dinas
 (Tanda Tangan)
 (Stempel)
 DPMTSP
 Nomor: 1312/00419/007



69

**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
KECAMATAN MALANGKE BARAT
DESA WAELAWI**

Alamat : Dusun Waelawi, Desa Waelawi, Kec. Malangke Barat, Kab. Luwu Utara

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 191/DSW-KMB/VIII/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Ir. TASRAN
Jabatan : Kepala Desa
Alamat : Desa Waelawi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa yang beridentitas

N a m a : TUTI HARDIANI
Stambuk : 105710229915
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Alamat : Desa Lara, Kecamatan Baebunta, Kab. Luwu Utara
Universitas : UNISMU MAKASSAR

bahwa yang tersebut namanya di telah selesai melakukan penelitian di Desa Waelawi, Kec. Malangke Barat, Kab. Luwu Utara selama 1 bulan penuh, mulai tanggal 08 Juli s/d 08 Agustus, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis penelitian yang berjudul : " Analisis Strategi Usaha Sagu di Desa Waelawi, Kec. Malangke Barat, Kab. Luwu Utara ".

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Waelawi, 09 Agustus 2019
Kepala Desa Waelawi

Ir. TASRAN

BIOGRAFI PENULIS



Tuti Hardianti panggilan Tuti lahir di Bulu pada tanggal 07 Oktober 1996 dari pasangan suami istri Bapak Aminuddin dan Ibu Yanna. Penulis adalah anak ketiga dari 4 bersaudara. Penulis sekarang bertempat tinggal di Talasalapang 1 (satu) Kompleks Mangasa Permai Kecamatan Rappocini Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 045 Lara Utama lulus tahun 2009, SMP Negeri 2 Baebunta lulus tahun 2012, SMA Negeri 1 Majauleng lulus tahun 2015, dan mulai tahun 2015 mengikuti program S1 Ekonomi Pembangunan Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan ini penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.