



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Agroindustri

Agroindustri merupakan istilah yang berasal dari gabungan kata agriculture dan industry, yang menggambarkan suatu kegiatan industri yang memanfaatkan produk pertanian sebagai bahan baku utamanya. Agroindustri tidak hanya berfokus pada pengolahan produk pertanian menjadi barang konsumsi, tetapi juga mencakup penyediaan sarana produksi pertanian seperti pupuk, alat, dan mesin pertanian (Arifin, 2018). Pada konteks ini, agroindustri dapat dimaknai dalam dua bentuk: pertama, sebagai industri yang memproduksi barang berbasis bahan baku pertanian (food processing industry), dan kedua, sebagai tahapan pembangunan yang menjadi kelanjutan dari sektor pertanian menuju sektor industri modern.

Ciri utama kegiatan agroindustri yaitu menghasilkan nilai tambah, meningkatkan daya simpan produk, memperluas pasar, serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Kegiatan ini juga berpotensi membuka lapangan pekerjaan baru, memperbaiki pemerataan ekonomi, serta memperkuat struktur ekonomi suatu daerah yang berbasis sumber daya lokal (Agriananta et al., 2018). Agroindustri merupakan bagian dari sistem agribisnis yang mentransformasi bahan pertanian primer, seperti pangan, kayu, dan serat, menjadi produk setengah jadi maupun produk siap konsumsi. Dalam struktur ini, agroindustri mencakup industri hulu (penyedia alat dan input pertanian) serta industri hilir (pengolahan hasil pertanian pascapanen menjadi produk konsumsi) (Arifin, 2018).

Perannya semakin strategis terutama pada daerah yang memiliki



komoditas unggulan lokal. Menurut Gevisioner & Mutiara (2020), agroindustri berkontribusi dalam meningkatkan nilai ekonomi komoditas pertanian melalui inovasi proses produksi, pemasaran, distribusi, dan diferensiasi produk. Pada skala usaha kecil dan menengah (UMKM), agroindustri umumnya masih dijalankan secara sederhana dengan penggunaan teknologi minimal, namun tetap memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui peningkatan kualitas produksi, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang terarah (Pujiyanto, 2023). Dengan demikian, agroindustri menjadi sektor penting dalam mendorong transformasi ekonomi berbasis potensi lokal, terutama di daerah pedesaan yang memiliki komoditas pertanian unggulan seperti sagu, kelapa, dan lainnya.

2.2.Sagu

Sagu merupakan salah satu bahan pangan lokal yang memiliki nilai penting sebagai sumber karbohidrat, terutama di daerah beriklim tropis seperti Indonesia bagian timur serta beberapa wilayah di Sumatra. Menurut Sermaf (2022), sagu sudah lama menjadi makanan pokok masyarakat dan memiliki nilai budaya tersendiri karena penggunaannya diwariskan secara turun-temurun. Selain dikonsumsi langsung, sagu juga memiliki potensi ekonomi karena bisa diolah menjadi berbagai produk berbasis pati seperti mie sagu, kerupuk, kue kering, hingga pakan ternak.

Secara biologis, tanaman sagu (*Metroxylon* sp.) berasal dari Indonesia dan menjadi salah satu sumber pangan tradisional tertua yang dikenal masyarakat Nusantara. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa tanaman ini diduga berasal dari Maluku dan Papua, serta telah dimanfaatkan jauh sebelum masyarakat mengenal

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan

peraturan yang berlaku di Indonesia.



komoditas seperti beras (Huda, 2021). Namun, hingga saat ini pengembangan sagu dalam skala industri belum optimal karena arah kebijakan pangan nasional masih berfokus pada beras sebagai kebutuhan utama. Akibatnya, banyak lahan sagu beralih fungsi menjadi komoditas pertanian lain.

Dari sisi potensi, tanaman sagu mampu tumbuh di berbagai kondisi lahan, termasuk tanah dengan tingkat keasaman tinggi (pH 3,6). Hampir setiap bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan, misalnya daun dan pelepah sebagai bahan bangunan, serat batang untuk kertas, ampas untuk pakan ternak, dan empulur batang sebagai bahan pangan utama karena kandungan patinya yang tinggi (Asahan & Yang, 2018).

Potensi tersebut semakin terlihat dari perkembangan agroindustri sagu di beberapa daerah, seperti Kabupaten Kepulauan Meranti yang mampu memproduksi sekitar 80.000–90.000 ton sagu basah setiap tahun. Kapasitas produksi pengusaha sagu bervariasi mulai dari 50 hingga lebih dari 200 ton per bulan. Sebagian besar produksi dikirim ke daerah lain seperti Cirebon bahkan diekspor ke Malaysia sebagai bahan baku industri (Septina Elida et al., 2020). Meski demikian, mayoritas usaha pengolahan sagu masih berjalan dalam skala kecil berbasis rumah tangga, menggunakan alat sederhana dan manajemen usaha yang belum terstruktur.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sagu memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan daerah. Namun, pengembangannya perlu didukung dengan strategi yang tepat, seperti modernisasi teknologi, penguatan manajemen usaha, pengembangan pemasaran, serta

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



diversifikasi produk agar usaha pengolahan sagu dapat berkembang lebih optimal dan berkelanjutan.

2.3. Proses Pengolahan Sagu

Proses pengolahan sagu umumnya melalui beberapa tahap, mulai dari penebangan pohon sagu, penghancuran batang, pemisahan pati, penyaringan, hingga tahap pengeringan. Menurut Afrianto (2022), pada skala usaha kecil proses tersebut masih banyak dilakukan secara tradisional dengan peralatan yang sederhana, sehingga produksi yang dihasilkan cenderung tidak seragam dan kapasitasnya terbatas. Meski demikian, penggunaan teknologi sederhana seperti mesin parut dan mesin press sudah terbukti dapat membantu meningkatkan efisiensi proses produksi serta memperbaiki mutu sagu yang dihasilkan.

2.4. Strategi

Strategi merupakan serangkaian rencana terarah yang disusun untuk mencapai tujuan usaha dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam konteks pengembangan UMKM, strategi tidak hanya menjadi panduan kerja, tetapi juga alat untuk menyesuaikan usaha dengan perubahan lingkungan internal maupun eksternal (Sari & Gunawan, 2021). Oleh karena itu, penyusunan strategi memerlukan analisis yang komprehensif agar keputusan yang dibuat relevan dengan potensi dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha.

Selain itu, strategi usaha berperan dalam menentukan arah pengembangan, terutama pada sektor agroindustri yang membutuhkan inovasi dalam produksi, pemasaran, dan manajemen usaha. Rahayu et al. (2022) menjelaskan bahwa strategi yang efektif harus mempertimbangkan sumber daya



yang tersedia, kemampuan pelaku usaha, serta peluang pasar agar usaha dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Dalam penyusunan strategi, pelaku usaha perlu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk menentukan tindakan yang sesuai. Metode ini dikenal sebagai analisis SWOT, yang hingga saat ini masih menjadi pendekatan yang efektif dalam perencanaan bisnis, termasuk usaha berbasis komoditas pangan lokal seperti sagu (Hidayat & Putra, 2023). Melalui analisis SWOT, pelaku usaha dapat merumuskan alternatif strategi seperti strategi SO, ST, WO, dan WT agar usaha mampu bersaing dan beradaptasi dengan dinamika pasar.

Dengan demikian, strategi pengembangan usaha bukan hanya perencanaan tertulis, tetapi juga proses berkelanjutan yang melibatkan evaluasi, penerapan, dan penyesuaian sesuai kebutuhan usaha serta tren pasar yang berkembang.

2.4.1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan bagian penting dalam kegiatan kewirausahaan yang berkaitan dengan penetapan keputusan jangka panjang bagi keberlanjutan usaha. Berbeda dengan implementasi strategi yang lebih berorientasi pada tindakan administratif dan operasional, tahap perumusan strategi lebih menitikberatkan pada aspek efektivitas arah dan tujuan usaha. Dengan demikian, proses perencanaan strategis tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan rangkaian yang terintegrasi dalam manajemen strategis secara menyeluruh. Dalam konteks pengembangan usaha, strategi menjadi pedoman

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

penting untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha sekaligus memperkuat posisi dan keunggulan produknya di pasar.

Secara umum, manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu tahap analisis, tahap penyusunan strategi, dan tahap evaluasi kinerja. Pada tahap awal, organisasi atau pelaku usaha melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk mengidentifikasi potensi, sumber daya yang tersedia, kemampuan, serta hambatan yang ada. Informasi yang diperoleh kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan strategi. Proses perumusannya dapat meliputi penetapan misi usaha, analisis peluang dan ancaman dari luar, peninjauan kekuatan dan kelemahan internal, penentuan tujuan jangka panjang, penyusunan alternatif strategi, hingga pemilihan strategi yang paling sesuai dengan kondisi usaha dan lingkungannya.

2.4.2. Analisis Strategi

Analisis strategi merupakan suatu rangkaian proses terstruktur yang digunakan untuk menilai kondisi internal maupun eksternal sebuah usaha sebelum menentukan strategi yang dianggap paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka panjang. Tahapan ini dilakukan dengan cara meninjau lingkungan bisnis, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha, serta melihat peluang dan dinamika pasar yang tersedia (Nasution & Pujangkoro, 2023).

Dalam konteks pengembangan usaha, analisis strategi memiliki peran penting karena membantu pelaku usaha memahami posisi aktual bisnisnya, mengetahui sumber daya unggulan yang dapat dimaksimalkan, serta merancang langkah pengembangan yang lebih terarah, terukur, dan relevan dengan



kebutuhan pasar.

Berdasarkan pandangan Gultom et al. (2024), analisis strategi dalam pendekatan modern dilakukan melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah input stage atau tahap masukan, di mana peneliti maupun pelaku usaha mulai mengumpulkan informasi terkait kondisi internal dan eksternal usaha. Pada tahap ini digunakan beberapa instrumen seperti matriks EFE, IFE, serta Competitive Profile Matrix (CPM) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha.

Tahap berikutnya adalah matching stage, yaitu proses mencocokkan hasil analisis internal dan eksternal dengan berbagai model perumusan strategi. Beberapa alat analisis yang umum digunakan pada tahap ini meliputi matriks SWOT, matriks SPACE, *matriks Internal–External (IE)*, serta *Grand Strategy Matrix*. Tahap pencocokan ini bertujuan menghasilkan beberapa alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi usaha baik dalam konteks peluang pengembangan maupun risiko yang mungkin dihadapi (Sulestiyorini et al., 2025).

Tahap terakhir disebut *decision stage* atau tahap penetapan strategi. Pada tahap ini digunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* sebagai alat bantu untuk mengevaluasi alternatif strategi yang telah dihasilkan pada tahap sebelumnya. QSPM dianggap memberikan hasil yang lebih objektif karena proses seleksi strategi didasarkan pada pembobotan dan penilaian numerik sehingga strategi yang dipilih benar-benar relevan dan memiliki tingkat prioritas paling tinggi untuk diterapkan (Fajariansyah et al., 2021).

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan

peraturan yang berlaku di Indonesia.



2.5. Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan bagian dari lingkungan usaha yang berada di dalam organisasi dan memiliki pengaruh langsung terhadap keberlangsungan operasional. Dalam konteks usaha pengolahan sagu, faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada berbagai aspek bisnis. Melalui analisis internal, pelaku usaha dapat mengidentifikasi potensi unggulan yang dapat dikembangkan serta kelemahan yang perlu diperbaiki agar usaha dapat berjalan lebih optimal.

Setiap usaha memiliki kelebihan dan kekurangan pada fungsi-fungsi bisnisnya, sehingga diperlukan audit internal untuk menilai kondisi usaha secara menyeluruh. Proses ini biasanya melibatkan pengumpulan data terkait manajemen, pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia, hingga teknologi informasi. Hasil audit tersebut digunakan untuk memetakan kekuatan yang dapat dimanfaatkan serta kelemahan yang perlu diminimalkan melalui strategi pengelolaan yang tepat.

Dalam analisis SWOT, lingkungan internal berfokus pada dua komponen utama yaitu *Strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan). Contoh kekuatan usaha dapat meliputi ketersediaan bahan baku yang melimpah, lokasi usaha yang strategis, pengalaman kerja pelaku usaha, serta adanya jaringan pasar yang sudah terbentuk. Sementara itu, kelemahan yang sering ditemukan mencakup keterbatasan modal, penggunaan teknologi sederhana, rendahnya kompetensi tenaga kerja, serta pemasaran yang belum optimal.

Dengan memahami faktor internal ini, pelaku usaha dapat menentukan



strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha dan memanfaatkan peluang yang ada secara lebih efektif (Anwar, 2020).

2.6. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk memahami berbagai faktor di luar perusahaan yang dapat memengaruhi jalannya usaha. Faktor-faktor ini umumnya berada di luar kendali pelaku usaha, sehingga perlu dianalisis agar pelaku usaha dapat mengantisipasi risiko dan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam analisis ini, peluang didefinisikan sebagai kondisi atau tren eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing usaha, sedangkan ancaman merupakan faktor eksternal yang berpotensi menghambat perkembangan usaha atau menimbulkan kerugian.

Lingkungan eksternal terdiri dari dua kategori utama. Pertama, lingkungan umum yang mencakup faktor sosial, ekonomi, budaya, kebijakan pemerintah, teknologi, serta tren pasar yang berdampak pada seluruh pelaku industri secara luas. Kedua, lingkungan industri yang berhubungan dengan dinamika kompetisi seperti potensi masuknya pesaing baru, kekuatan tawar-menawar pemasok dan konsumen, ketersediaan produk substitusi, serta tingkat persaingan di pasar. Pemahaman terhadap kedua aspek ini sangat penting untuk membantu usaha merumuskan strategi yang adaptif dan relevan dengan kondisi pasar (Hermawan, 2020).

2.7. Matrik IE

Matriks internal eksternal (IE) menempatkan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam sembilan sel. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci



total nilai IFE yang diberi bobot pada sumbu X dan total nilai EFE yang diberi bobot pada sumbu Y. Matriks IE dapat dibagi menjadi 3 strategi utama yaitu:

1. Divisi yang masuk dalam sel I, II, IV dapat disebut tumbuh dan membangun. Strategi insentif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, atau pengembangan produk) atau *integrative* (integrasi kebelakang, integrasi kedepan, integrasi horizontal) mungkin paling tepat untuk divisi tersebut.
2. Divisi yang masuk dalam sel III, V, VII, paling baik dikelola dengan strategi pertahankan dan pelihara. Strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang umum untuk jenis-jenis divisi ini.
3. Divisi yang masuk sel VI, VIII, IX, paling baik dikelola dengan strategi divestasi. Organisasi-organisasi yang sukses adalah yang berhasil mencapai portofolio bisnis atau sekitar sel I dalam *matriks IE*.

2.8. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi atau usaha. Dalam penerapannya, analisis ini mencakup penilaian terhadap kekuatan dan kelemahan sebagai bagian dari faktor internal, serta peluang dan ancaman sebagai bagian dari lingkungan eksternal. Melalui pemetaan tersebut, analisis SWOT membantu memahami kondisi usaha secara menyeluruh, baik dari sisi potensi yang dimiliki maupun tantangan yang harus dihadapi (Cipta & Hatamar, 2020).

Penggunaan analisis SWOT dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan posisi bisnis saat ini, sehingga proses pengambilan keputusan



menjadi lebih terarah. Meskipun termasuk metode yang sederhana, SWOT memiliki manfaat besar dalam pengembangan strategi karena mampu menghubungkan kondisi internal dan eksternal secara sistematis. Informasi yang dihasilkan dari analisis ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam perumusan rencana pengembangan usaha yang lebih efektif dan efisien.

Analisis SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu usaha. Sermaf (2022b) menjelaskan bahwa model ini terdiri dari empat komponen utama, yaitu:

1. *Strengths* (Kekuatan): faktor internal yang menjadi keunggulan, seperti akses bahan baku.
2. *Weaknesses* (Kelemahan): keterbatasan internal seperti penggunaan teknologi yang masih sederhana.
3. *Opportunities* (Peluang) : kondisi eksternal yang memberikan potensi pengembangan, misalnya meningkatnya minat terhadap pangan lokal.
4. *Threats* (Ancaman): faktor luar yang dapat menghambat pertumbuhan usaha seperti persaingan pasar atau perubahan kebijakan.

2.9. Penelitian Terdahulu

Gevisioner dan Mutiara (2020) melakukan penelitian berjudul “Strategi Pengembangan Teknologi Pengolahan Sagu pada UMKM di Provinsi Riau” yang bertujuan untuk mengidentifikasi peran teknologi dalam mendukung produktivitas UMKM sagu. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha. Hasil

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan

peraturan yang berlaku di Indonesia.



penelitian menunjukkan bahwa teknologi pengolahan yang masih sederhana menjadi salah satu kendala utama sehingga diperlukan modernisasi alat, peningkatan kualitas produksi, serta dukungan pemerintah dalam pembinaan dan pelatihan teknis. Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi tepat guna dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk olahan sagu.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2025) berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Sagu di Desa Geringging Baru” menggunakan metode kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kondisi aktual usaha serta merumuskan strategi pengembangannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agroindustri sagu memiliki peluang besar untuk dikembangkan karena ketersediaan bahan baku yang melimpah. Namun demikian, usaha masih menghadapi kendala seperti penggunaan teknologi tradisional, kualitas mutu yang belum konsisten, serta pemasaran yang masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan strategi peningkatan kualitas produk, diversifikasi olahan sagu, dan perluasan pemasaran.

Sermaf (2022) dalam penelitiannya “Strategi Pemasaran Produk Sagu dalam Pengembangan UMKM” menggunakan pendekatan studi kasus untuk melihat strategi pemasaran yang dilakukan pelaku UMKM berbasis sagu. Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemasaran produk sagu masih didominasi oleh sistem konvensional seperti penjualan langsung dan pemasaran melalui jaringan lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha perlu memanfaatkan pemasaran digital, memperbaiki desain kemasan, dan meningkatkan brand awareness agar produk sagu dapat bersaing pada pasar yang lebih luas.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Selanjutnya, Pujianto (2023) melakukan penelitian berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Sagu di Desa Geringging Baru” dengan menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang dapat diterapkan. Penelitian ini menemukan bahwa ketersediaan bahan baku sagu yang melimpah serta meningkatnya permintaan pangan lokal menjadi faktor utama yang mendorong berkembangnya usaha kerupuk sagu. Strategi yang disarankan yaitu memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, khususnya melalui peningkatan kapasitas produksi, inovasi produk, dan penguatan jaringan pemasaran.

Penelitian terbaru oleh Fitriani (2023) dengan judul “Strategi Pemasaran Sagu dalam Meningkatkan Potensi Pasar Perspektif Manajemen Bisnis Syariah” menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji strategi pemasaran berbasis prinsip-prinsip syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang modern seperti optimalisasi media sosial, digital branding, dan penguatan citra produk dapat meningkatkan peluang pasar olahan sagu secara signifikan. Fitriani juga menekankan pentingnya menjaga kejujuran, kualitas, dan keberkahan usaha sebagai bagian dari nilai-nilai syariah dalam pemasaran produk.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian sebelumnya banyak menyoroti pada aspek teknologi dan pemasaran. Penelitian ini memiliki perbedaan karena berfokus pada analisis strategi pengembangan usaha pengolahan sagu secara komprehensif di Desa Lahang Baru dengan pendekatan kualitatif untuk menggali kondisi aktual di lapangan.



2.10. Kerangka Pemikiran

Sagu merupakan komoditas pangan lokal yang memiliki nilai ekonomi cukup besar dan telah lama dimanfaatkan sebagai sumber makanan oleh masyarakat di berbagai wilayah Indonesia. Di Kabupaten Indragiri Hilir, khususnya Desa Lahang Baru, Kecamatan Gaung, kegiatan pengolahan sagu dilakukan dalam skala kecil berbasis rumah tangga. Walaupun bahan baku tersedia melimpah, usaha ini masih menghadapi beberapa tantangan seperti penggunaan alat produksi yang masih sederhana, pemasaran yang belum optimal, minimnya inovasi produk, dan keterbatasan modal.

Berdasarkan telaah pustaka dan hasil penelitian sebelumnya, pengembangan usaha berbasis pangan lokal dapat dilakukan melalui strategi yang mempertimbangkan kondisi internal maupun eksternal usaha. Analisis SWOT merupakan metode yang tepat untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, mulai dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), hingga ancaman (*threats*). Temuan dari analisis ini kemudian dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang realistis dan sesuai dengan situasi di lapangan.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan pelaku usaha, perangkat desa, serta pihak lain yang terkait. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memahami kondisi aktual usaha, hambatan yang muncul, serta peluang pengembangannya. Selanjutnya, temuan tersebut digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha pengolahan sagu yang diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan usaha,



menambah nilai produk, dan memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat setempat.

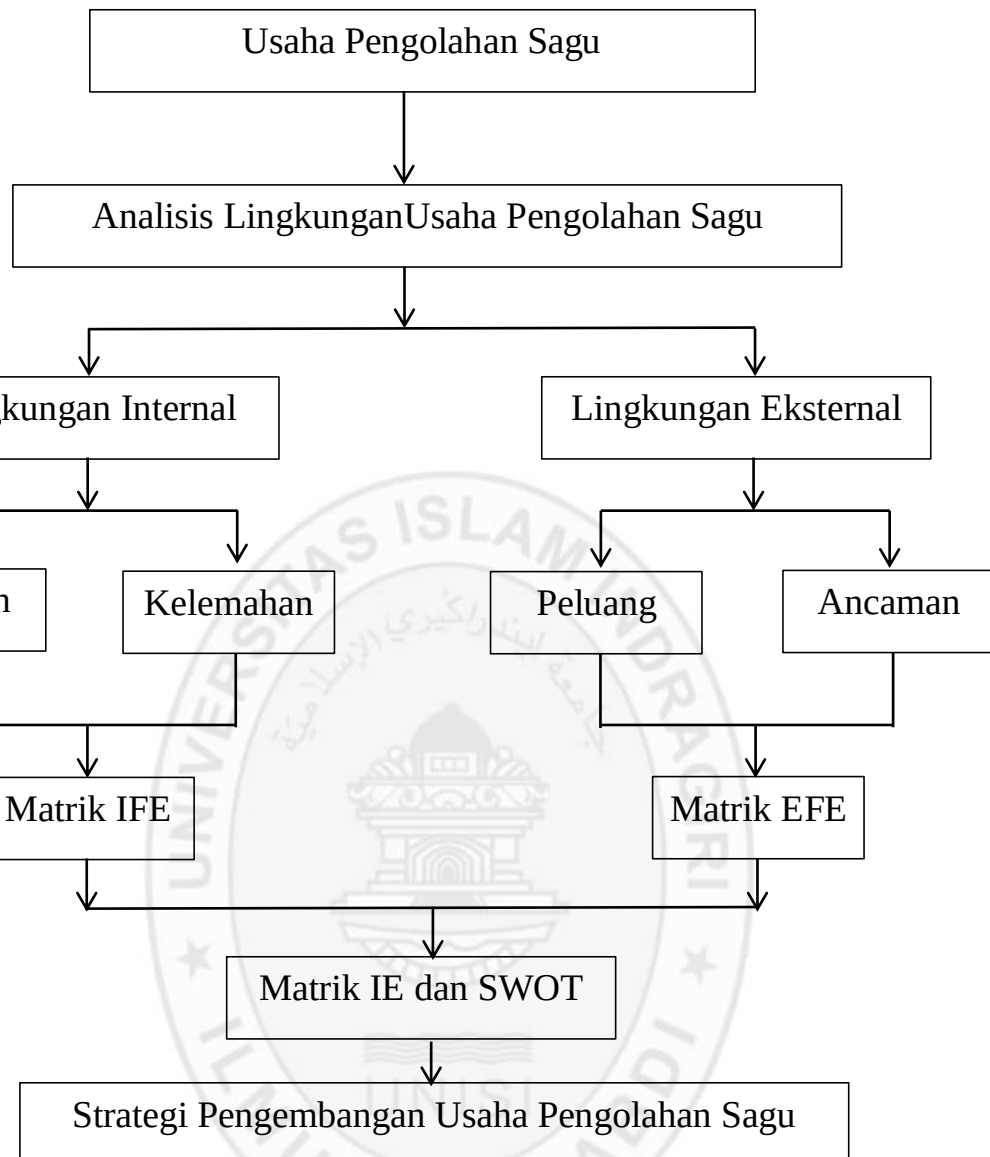
Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini dibangun dari identifikasi potensi dan permasalahan usaha pengolahan sagu yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dan model SWOT untuk menghasilkan strategi pengembangan yang tepat dan dapat diterapkan. Secara umum kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar.1



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Gambar.1 Kerangka Pemikiran Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Sagu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

