

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI (DISTRIBUTION
CHANNEL) SAGU DI INDONESIA KECAMATAN
MAPPEDECENG KABUPATEN LUWU UTARA**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Jenjang
Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI (DISTRIBUTION
CHANNEL) SAGU DI INDONESIA (KECAMATAN
MAPPEDECENG KABUPATEN LUWU UTARA)**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Jenjang
Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



Pembimbing:

Nurdin Batjo S.Pt, M.M.,M.Si.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini

Nama : Mawar
Nim : 18 0403 0038
Program studi : Manajemen Bisnis syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Saluran Distribusi (Distribution Channel)
Sagu di Indonesia Kecamatan Mappedeceng
Kabupaten Luwu Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Setelah bagian dari skripsi, adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 18 Oktober 2022

Yang memuat pernyataan



MAWAR

NIM: 18 0403 0038

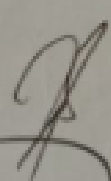
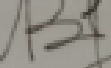
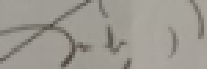
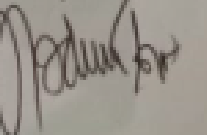
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Saluran Distribusi (Distribution Channel) Sagu di Indonesia Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara yang ditulis oleh Mawar, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0403 0038 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat 04 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 09 Rabiul Akhir 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 28 November 2022

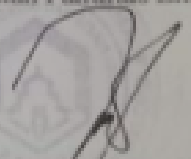
TIM PENGUJI

- | | |
|---|-------------------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA. | Sekretaris Sidang |
| 3. Arsyad L., S.Si., M.Si. | Penguji I |
| 4. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. | Penguji II |
| 5. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. | Pembimbing I |

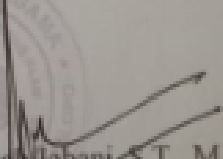
()
()
()
()
()

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

()
Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP 19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

()
Muzayyana Habani, S.T., M.M.
NIP 19750104 200501 2 003

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ . وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَ عَلَى آلِهِ وَ أَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt, yang telah menganugerahkan rahmat, hidayat serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis saluran distribusi Sagu di Indonesia. Setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syari'ah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keiklasan, kepada:

1. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Rahmat dan ibunda Hasnia, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. Mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak
2. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. selaku wakil rektor bidang akademik dan pengembangan kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. selaku

wakil rektor bidang administrasi dan Dr. Muhaemin, M.A. selaku wakil rektor bidang kemahasiswaan dan kerjasama.

3. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Beserta Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. selaku wakil dekan akademik, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF., CSRA. Selaku wakil dekan bidang adminitrasi umum, perencanaan dan keuangan dan Ilham, S. Ag., M.A. selaku wakil dekan bidang kemahasiswaan dan kerjasama.
4. Muzayyanah Jabani, ST., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Palopo dan Nurdin Batjo S.Pt, M.M.,M.Si. selaku sekretaris program studi Manajemen Bisnis Syariah.
5. Nurdin Batjo S.Pt, M.M.,M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
6. Arsyad L, S.Si., M.Si. selaku penguji I yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Muh. Shadri Kahar Muang, SE., M.M. selaku penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik.
9. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
10. H. Madehang , S.Ag., M.Pd, selaku kepala Unit Perpustakaan beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literature yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

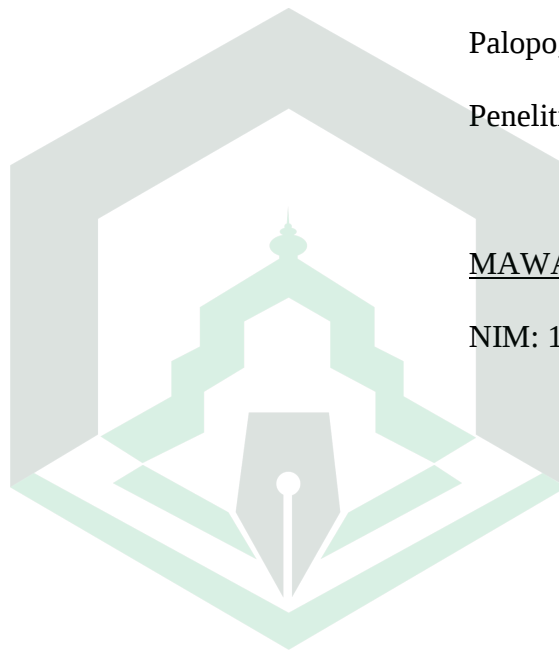
11. Pak Agus salim yang memiliki pabrik sagu berserta karyawan-karyawan, dan serta seluruh narasumber saya yang telah memberikaan izin dan membantu dalam melakukan penelitian.
12. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah IAIN Palopo angkatan 2018 (khususnya kelas MBS B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Palopo, 12 Oktober 2022

Peneliti,

MAWAR

NIM: 18 0403 0038



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf Bahasa arab dan translitenya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Te
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha.	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal.	Ž.	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S.	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D.	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).
ع	‘ain	‘	apstrof terbalik

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf.	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kataa mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vocal Bahasa arab, seperti vocal Bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dammah</i>	U	U

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
أ	<i>Fathah dab wau</i>	Au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah</i> dan alif atau ya'	A	a garis di atas
إ	<i>Kasrah</i> dan ya'	I	i garis di atas
أ	<i>Dammah</i> dan wau	U	u garis di atas

مَاتَ
رَمَى
قِيلَ
يَمُوتُ

: *māta*
: *rāmā*
: *qīla*
: *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk tā" marbūtah ada dua, yaitu tā" marbūtah yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkantā" marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan tā" marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka tā" marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha [h]

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ
الْحِكْمَةُ

: *raudah al-atfāl*

: *al-madīnah al-fādilah*

: *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu''ima</i>
عُدُّوْ	: <i>`aduwwun</i>

Jika huruf ىber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٍّ	: <i>`Alī</i> (bukan <i>`Aliyy</i> atau <i>`Aly</i>)
عَرَبِيٍّ	: <i>`Arabī</i> (bukan <i>`Arabiyy</i> atau <i>`Arabiy</i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ(*alif lam ma''rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

ٱلشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
ٱلْقَمَرُ	

: *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

: *al-falsafah*

بِلَاد

: *al-bilādu*

7. Hamsah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (") hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَامِرُون
النَّوْعُ
سَيِّدُ
أَمْرَتِ

: *ta`maruna*

: *al-nau"*

: *syai`un*

: *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata *al-Qur`an* (dari *al-Qur`ān*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba`īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri`āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ
dīnullāh billāh

adapun *tā''marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ
hum fī rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata

sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi''a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān
Nasīr al-Dīn
al-Tūsī Nasr
Hāmid Abū
Zayd Al-Tūfī
Al-Maslahah fī al-Tasyrī'' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebut kan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al -Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū
al -Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd
Nasr Hāmid Abū

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt. = *subhanahu wa ta `ala*
Saw. = *shallallahu `alaihi wa sallam*
as = *`alaihi as-salam*
H = Hijriah

M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
Qs.../...4	= QS al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4
HR	= Hadis.Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
PRAKATA.....	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	iv
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR AYAT.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBARAN BAGAN.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
B. Deskripsi Teori	11
1. Sagu	11
2. Saluran distribusi	13
3. Produsen	16
4. Distributor.....	21
5. Pengecer.....	24
6. Konsumen	28
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Fokus Penelitian	33
C. Definisi Istilah	33
D. Desain Penelitian.....	34
E. Data dan Sumber Data.....	35
F. Instrument Penelitian.....	35
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37
I. Teknik Analisis Data	38
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	40
A. Deskriptif Data	40
B. Pembahasan	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRA	86



DAFTAR AYAT

Kutipan ayat 1 Q.S. Al-Hasyr 59:07	14
Kutipan ayat 2 Q.S. Al-Baqarah 01:168	25



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yang relevan.....	9
Tabel 4.1 biaya tetap usaha sagu Agussalim	69
Tabel 4.2 biaya variabel usaha sagu agussalim.....	70
Tabel 4.3 biaya total usaha sahu Agusslim	71
Tabel 4.4 rincian produksi dan persamaan usaha sagu Agussalim	71
Tabel 4.5 pendapatan usaha sagu Agussalim	72
Tabel 4.6 laporan laba/rugi usaha sagu agussalim	72
Tabel 4.7 kelayakan R/C ratio pada usaha sagu Agussalim.....	74
Tabel 4.8 ukuran, satuan, dan harga sagu pada saluran distribusi.....	76



DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1 kerangka pikir.....	31
Gambar 3.1desain penelitian.....	34
Gambar 4.1truktur organisasi.....	43
Gambar 4.2 skema saluran distribusi dari produsen hingga konsumen akhir.....	52
Gambar 4.3 saluran distribusi dari produsen hingga ke konsumen akhir	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 pedoman wawancara penelitian.....	87
Lampiran 2 jadwal penelitian.....	105
Lampiran 3 dokumentasi.....	106



ABSTRAK

Mawar, 2022. *“Analisis Saluran Distribusi Sagu di Indonesia”* Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Nurdin Batjo

Penelitian ini membahas tentang Analisis Saluran Distribusi Sagu di Indonesia. Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana produksi usaha sagu Agussalim di Kecamatan Mappedeceng dan bagaimana saluran distribusi usaha sagu Agussalim sebagai produsen hingga ke konsumen akhir. Hasil penelitian bertujuan: untuk mengetahui produksi usaha sagu Agussalim di Kecamatan Mappedeceng dan untuk mengetahui saluran distribusi usaha sagu Agussalim sebagai produsen hingga ke konsumen akhir.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara langsung kepada masyarakat, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, data-data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa saluran distribusi usaha sagu Agussalim di Kecamatan Mappedeceng dapat disimpulkan Produksi sagu basah pada usaha sagu Agussalim dilakukan melalui 4 tahap, yang pertama pemilihan tempat untuk pengambilan sagu, yang kedua mekanisme memanen pohon sagu, yang ketiga produksi sagu secara modern dan yang keempat hasil produksi sagu. Dengan tahap ini pak Agussalim sebagai produsen dapat menghasilkan sagu yang baik dan dapat memenuhi permintaan para distributor, pengecer hingga konsumen akhir dan Saluran distribusi yang terjadi di usaha sagu Agussalim menggunakan saluran distribusi tidak langsung dimana usaha sagu Agussalim menyalurkan sagunya melalui pihak lain atau perantara. Yang dimulai dari produsen-distributor-pengecer-konsumen akhir.

Kata kunci : Saluran Distribusi, Sagu, Produsen

ABSTRACT

Mawar, 2022. "Analysis of Sago Distribution Channels in Indonesia" Thesis of the Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State. Supervised by Nurdin Batjo

This study discusses the Analysis of Sago Distribution Channels in Indonesia. The main problem in this study is how the production of Agussalim's sago business in Mappedeceng sub-district and how the distribution channel of Agussalim's sago business as a producer to the final consumer. The results of the study aimed: to determine the production of Agussalim sago business in Mappedeceng sub-district and to determine the distribution channel of Agussalim sago business as a producer to the final consumer. The type of research used is the type of qualitative research. This research was conducted in Mappedece sub-district, North Luwu district. The data sources in this study were primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques are obtained through observation, direct interviews with the community, and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Furthermore, the data obtained in this study were analyzed using qualitative descriptive analysis. The results of the field research show that the distribution channel of the Agussalim sago business in the Mappedeceng sub-district can be concluded. The production of wet sago in the Agussalim sago business is carried out in 4 stages, the first is the selection of a place for sago harvesting, the second is the mechanism for harvesting sago trees, the third is the modern production of sago and the third is the modern production of sago. the four products of sago production. With this stage, Mr. Agussalim as a producer can produce good sago and can meet the demands of distributors, retailers to final consumers. Distribution channels that occur in Agussalim's sago business use indirect distribution channels where Agussalim's sago business distributes sago through other parties or intermediaries. Which starts from the producer-distributor-retailer-final consumer.

Keywords: Distribution Channels, Sago, Producers

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat segala sesuatu menjadi kompleks dan sederhana dalam waktu yang bersamaan. Tidak terkecuali bagi perusahaan atau para pelaku bisnis senantiasa berusaha mencari cara agar kegiatan usahanya dapat dilakukan dengan seefektif dan seefisien mungkin.¹

Sagu merupakan salah satu makanan pokok bagi masyarakat di Indonesia bagian timur. Dalam tujuh tahun terakhir, produksi sagu nasional menunjukkan tren yang fluktuatif. Menurut Kementerian Pertanian (Kementan), produksi sagu Tanah Air pada 2021 diperkirakan mencapai 381.065 ton. Jumlah ini naik tipis sebesar 4,2% dari tahun lalu yang sebesar 365.665 ton. Dilihat dari luas areal, Kementan memperkirakan pada 2021 areal sagu nasional seluas 206.150 ha, luasnya sedikit bertambah dari tahun lalu yang sebesar 200.518 ha. Luas areal perkebunan sagu nasional didominasi oleh perkebunan rakyat, yakni 205.462 ha pada 2021. Nilai ekspor sagu tercatat sebesar US\$ 3,27 ribu dengan volume 13,9 ribu ton pada 2019, naik 1,9% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar US\$ 12,9 ribu. Sementara volume ekspor naik 7,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar 12,9 ribu ton. Berdasarkan provinsi, Riau merupakan provinsi yang paling banyak memproduksi sagu, yakni 261,7 ribu ton pada 2020. Selain itu, wilayah lain yang banyak memproduksi sagu, yaitu Papua sebesar 67,9 ribu ton,

¹ Ia Ayu Chintia Cahyani, I Made Pulawan, and Ni Made Santini, "Analisis Persediaan Bahan Baku Untuk Efektivitas Dan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi Pada Usaha Industri Tempe Murnisingaraja Di Kabupaten Badung," *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)* 18, no. 2 (2019): 116–25.

Maluku sebesar 10,04 ribu ton, dan Kalimantan Selatan sebesar 3,6 ribu ton. Indonesia memiliki potensi lahan sagu mencapai 5,5 juta ha. Namun pemanfaatannya baru mencapai 5%. Dengan demikian, potensi pengembangan sagu terus diperluas hingga ke seluruh wilayah Indonesia, salah satunya Provinsi Riau.²

Kabupaten Luwu Utara adalah pusat produksi sagu di Sulawesi Selatan dengan luas 1.759 Ha/1.388 ton produksi tepung sagu. Kabupaten Luwu Utara juga merupakan salah satu kabupaten yang merupakan pusat pengembangan dan produksi sagu. Kondisi iklim dan kandungan unsur tanah sangat cocok untuk tanaman sagu.³

Salah satu masalah yang terdapat di bidang pemasaran adalah distribusi barang dan jasa akan sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi, baik melalui saluran langsung maupun saluran tidak langsung. Hal ini di karenakan perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana memproduksi barang atau jasa sebanyak mungkin, tetapi perusahaan juga berpikir bagaimana cara memasarkan barang dan jasa yang mereka hasilkan dengan baik sampai ke tangan konsumen dan meraih pangsa pasar yang luas. Berkaitan dengan hal di atas maka dapat dikatakan bahwa perusahaan masih belum mampu untuk memenuhi permintaan dari konsumen.

² Monavia Ayu Risati “Produksi Sagu Nasional Diproyeksikan Capai 381.065 Ton pada 2021” 20 September 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/20/produksi-sagu-nasional-diproyeksikan-capai-381065-ton-pada-2021>

³ Dharma Fidyansari Dan Fitriyanti “ Studi Bisnis Pengolahan Tanaman Sagu Di Kabupaten Desa Waelawi Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara” *Jurnal Pertanian Nerkelanjutan*, vol 7 No. (3 oktober 2019) :203

Sagu di Luwu Utara biasanya dimanfaatkan sebagai pengganti beras dan panganan lainnya. Jenis makanan olahan dari sagu yang paling banyak digemari dan dikonsumsi rumah tangga adalah kapurung. Kapurung merupakan makanan khas yang berbahan dasar tepung sagu yang digulung dan dicampur di dalam sayuran berkuah. Kapurung biasanya disajikan hampir tiap hari dan juga sering disajikan pada acara pernikahan, aqiqah, acara adat dan acara lainnya sebagai makanan pelengkap saat berkumpulnya keluarga. Selain kapurung, makanan lain yang berbahan dasar tepung sagu yang disukai masyarakat Luwu Utara adalah dange. Dange menurut masyarakat di daerah pesisir lebih mengenyangkan dibandingkan kapurung. Dange (ruji) merupakan makanan siap saji yang terbuat dari sagu yang berbentuk kotak tipis yang selalu disajikan bersama makanan khas lainnya.⁴

Kecamatan Masamba merupakan salah satu daerah yang masyarakatnya menanam dan berproduksi dari memperjualbelikan bahan baku setengah jadi (sagu) maupun yang sudah diolah menjadi kapurung. Salah satu pabrik sagu Agussalim yang telah berdiri di daerah Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara yang menjadi pusat atau tempat masyarakat untuk membeli sagu. Usaha sagu Agussalim dalam produksinya biasanya mendapatkan masalah saat hujan deras, itu bisa mengakibatkan warna air sungai menjadi keruh dan hasil dari sagu bisa berwarna coklat atau hitam, akibatnya para pembeli mempertanyakan kenapa warna sagu agak hitam dan itu bisa mempengaruhi penyaluran sagu bisa menurun.

⁴ Jurnal Sosial and Ekonomi Pertanian, "ANALISIS USAHATANI SAGU (Metroxylon Sagu Rottb.) DI KABUPATEN LUWU UTARA, SULAWESI SELATAN," *SOSIAL EKONOMI PERTANIAN* 16, no. 2 (2020): 115–22.

Usaha sagu pak Agussalim yang berada di Desa Mappedeceng Kecamatan Mappedeceng belum memiliki nama tetapi biasanya di panggil pabrik sagu Agussalim, tentunya menaruh harapan kepada masyarakat secara umum. Sagu yang diproduksi oleh pak Agussalim tergantung dari pohon sagu yang didapatkan dari perkebunan sagu itu sendiri, Dalam perindustriannya lumayan memadai sehingga bisa memproduksi dalam perharinya kurang dari 100 karung sagu/ bahan baku, dari hasil produksi pak Agussalim menyediakan sagu untuk permintaan para pelanngannya.

Saluran distribusi (distribution channel) adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan produk dari produsen sampai ke konsumen. Setiap perantara yang melakukan tugas membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat ke pembeli akhir merupakan suatu tingkat saluran. Karena produsen dan pelanggan akhir keduanya melakukan perjalanan, maka mereka merupakan bagian dari setiap saluran. Untuk menentukan panjangnya suatu saluran, maka jumlah tingkat perantara dapat digunakan sebagai pengukur. Saluran nol-tingkat (pemasaran langsung), terdiri dari sutau perusahaan manufaktur yang menjual langsung produk yang dihasilkannya kepada pelanggan akhir. Saluran satu tingkat berisi satu perantara penjualan seperti pengecer. Saluran dua tingkat berisi dua perantara penjualan, biasanya pedagang besar dan pengecer, dan seterusnya.⁵

Saluran distribusi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran. Terkadang saluran ini

⁵ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran Modern.*, Liberty, Yogyakarta., 2017, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

sering disebut saluran peredaran atau saluran pemasaran. Menurut Kotler dikutip oleh Kustiadi Basuki “Saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan dan perorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk, atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika dipindahkan dari produsen ke konsumen.”⁶

Saluran distribusi merupakan saluran pemasaran yang dimiliki oleh perusahaan dalam menyalurkan semua produk yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan menyediakan distribusi yang baik untuk mendukung penjualan dan pengantaran produk-produk yang dibeli kepada pelanggan sebagai bentuk servis kepada pelanggan. Saluran distribusi yang baik perlu ada untuk membuat kenyamanan bagi pelanggan.⁷

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (utility) waktu dan tempat. Di era kompetitif yang dewasa pada saat ini yang menjadikan persaingan begitu ketat antar perusahaan, membuat perusahaan bekerja keras untuk mengatur perusahaan mereka mampu untuk tetap bertahan di tengah persaingan pada saat ini. Penerapan strategi yang tepat merupakan bagian penting

⁶ Kustiadi Basuki, “Saluran Distribusi,” *Jurnal Online Internasional & Nasional* 7, no. 9 (2019): 1689–99, www.journal.uta45jakarta.ac.id.

⁷ Felicia Wijaya et al., “Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan),” *Jurnal Darma Agung* 27, no. 2 (2019): 973, <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v27i2.268>.

yang ada dalam suatu perusahaan untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan pasar.⁸

Saluran distribusi adalah penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen supaya dapat dengan mudah mendapatkannya. Saluran distribusi yang baik harus diimbangi dengan produk yang baik juga supaya konsumen puas dengan barang atau jasa yang ditawarkan dan juga dalam menyampaikan produk harus tepat pada sasaran. Kegiatan ini memiliki tujuan agar arus produksi bisa lancar dari produsen ke konsumen dengan saluran distribusi yang tepat dan cepat. Pemilohan dan penentuan saluran distribusi dapat berpengaruh terhadap tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang merupakan keberhasilan perusahaan.⁹

Dari latar belakang di atas penulis memiliki ketertarikan untuk mengetahui apakah sagu yang produksi oleh pabrik Agussalim bisa langsung dibeli oleh konsumen atau harus melalui saluran distribusi dari produsen, distributor, subdistributor, agen, pengecer hingga ke konsumen. Sehingga penulis mengambil judul **“Analisis Saluran Distribusi (Distribution Channel) Sagu di Indonesia”**.

B. Batasan Masalah

Permasalahan yang timbul yang akan diteliti oleh peneliti perlu dibatasi maka dapat disimpulkan bahwa yang akan menjadi pokok permasalahan yaitu bagaimana sistem saluran distribusi di pabrik sagu agussalim.

⁸ Thessa Natasya Karundeng, Silvy L. Mandey, and Jacky S.B. Sumarauw, “Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado),” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 3 (2018): 1748–57.

⁹ Marsila Wahyuningtyas and Siti Sunrowijaya, “Analisis Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UD Andre Jaya,” *Penelitian Manajemen Terapan* 3, no. 2 (2018): 183–92.

C. Rumusan Masalah

Dalam sebuah penelitian, rumusan masalah merupakan hal yang terpenting. Dari paparan latar belakang dan akan menjadi dasar penelitian selanjutnya adalah

1. Bagaimana produksi usaha sagu Agussalim di Kecamatan Mappedeceng?
2. Bagaimana saluran distribusi usaha sagu Agussalim sebagai produsen hingga ke konsumen akhir?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui produksi usaha sagu Agussalim di Kecamatan Mappedeceng.
2. Untuk mengetahui rantai pasok usaha sagu Agussalim sebagai produsen hingga ke konsumen akhir.

E. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini

1. Bagi penulis

Diharapkan mampu menambah pengalaman penambahan wawasan dan sebagai sarana mengaplikasikan materi-materi perkuliahan yang telah di pelajari selama kuliah.

2. Kajian praktis

hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengetahuan sebagai rantai pasok untuk sagu.

3. Bagi akademisi

Di harapkan dapat memberikan informasi yang di butukan dan sebagai wawasan baru dalam perkembangan ilmu pengetahuan terhadap rantai pasok atau tentang ilmu saya



BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan peneliti ini, penelitian terdahulu yang relevan yang dibutuhkan untuk membandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan kita lakukan. Penelitian relevan juga dapat digunakan untuk membantu memperoleh teori-teori yang dibutuhkan dalam penelitian ini, selain itu kita juga dapat memperoleh pengetahuan baru yang sesuai dengan apa yang diteliti nanti.

Tabel 1.1 penelitian terdahulu yang relevan

N o.	Nama peneliti	Judul peneliti	Jenis dan teknik peneli tian	Persamaan dan perbedaan	Hasil peneliti
1.	Tiwu Wa Halida La, Sepang Jante L, and Rate Paulina Van	Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Beras Di Bolaang Mongondow (Studi Kasus Di Desa Mopugad Utara Kecamatan Dumoga Utara)	Kualit atif	Persamaan Sama-sama menggunakan saluran distribusi tidak langsung, perbedaan objek penelitian sebelumnya yaitu beras sedangkan penelitian ini yang menjadi objeknya yaitu beras.	Mekanisme rantai pasokan dimulai dari petani lalu ke penggilingan lalu ke pedagang pengumpul lalu ke pengecer setelah itu ke konsumen. ¹⁰

¹⁰ Tiwu Wa Halida La, Sepang Jante L, and Rate Paulina Van, "Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Beras Di Bolaang Mongondow (Studi Kasus Di Desa Mopugad Utara Kecamatan Dumoga Utara)," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 1 (2019): 1031–40.

- | | | | | | |
|----|---|--|----------------------------|---|--|
| 2. | Dyah, Arum Eka Nur Arifah. Ernoiz, Antriya ndarti | Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Klaten | Deskriptif | Persamaan sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif, perbedaan objeknya | terdapat 5 saluran distribusi beras di Kabupaten Klaten dengan kendala tidak efisiennya saluran distribusi beras dari petani ke konsumen, karena terlalu banyaknya agen pemasaran. ¹¹ |
| 3. | Cindy Septiana, Hetika, and Arifia Yasmin | Analisis Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Unilever Pada PT Plambo Pratama Joyosontoso | Kualitatif | Persamaan di metode penelitian perbedaan di objek penelitian | PT. Plambo Pratama Joyosontoso dalam pelaksanaan proses saluran distribusi sudah mengalami peningkatan. ¹² |
| 4. | Asmaul Husna T. M. Nur | Analisis Pemasaran Usaha Sagu Rumbia di Gampong Pilo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen | Kualitatif dan kuantitatif | Persamaan pada objek penelitian, perbedaan di metode penelitian | saluran pemasaran yang efisien dalam memasarkan sagu rumbia menggunakan saluran I yaitu: produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → konsumen akhir. ¹³ |
| 5. | Siti Khotijah, Rosnita, and Novia Dewi | Analisis Rantai Nilai dan Keberlanjutan Industri Sagu (Metroxylon xp) Rakyat Kabupaten Kepulauan Meranti | Kualitatif | Persamaan menggunakan objek yang sama, perbedaan teori yang digunakan | Rantai nilai industri sagu yang terlibat adalah petani sebagai pemasok bahan baku. CV KSH sebagai pelaku usaha, dan konsumen akhir. ¹⁴ |

¹¹ Dyah Arum Eka Nur Arifa and Ernoiz Antriya ndarti, "Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Klaten" 16, no. 1 (2022): 29–40.

¹² Cindy Septiana, Hetika, and Arifia Yasmin, "Analisis Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Unilever Pada PT Plambo Pratama Joyosontoso," 2021, 1–6.

¹³ Asmaul Husna T M Nur, "Analisis Pemasaran Usaha Sagu Rumbia Di Gampong Pilo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen," *Jurnal S. Pertanian* 3, no. March (2021): 6.

¹⁴ Siti Khotijah, Rosnita, and Novia Dewi, "Analisis Rantai Nilai Dan Keberlanjutan Industri Sagu (Metroxylon Xp) Rakyat Kabupaten Kepulauan Meranti," *Jurnal Ilmiah Pertanian* 17, no. 1 (2020): 35–42, <https://doi.org/10.31849/jip.v17i1.3563>.

6.	Ibrahim , Muhdi B. Hi.	Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi Dan Beras Di Kecamatan Pati Kabupaten Pati	Kuantitatif	Persamaan fokus terhadap rantai distribusi, perbedaan di metode penelitiannya	Pengujian yang menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) diketahui bahwa produk dan distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cv. Fajar Baru Jayapura. ¹⁵
7.	Sengkey, Clara Johana Kindangen, Paulus Pondaa g', Jessy J	Analisis Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasok Ikan Mentah Segar Pada Organisasi "Kembang Laut" Di Pulau Nain Minahasa Utara	Kualitatif deskriptif	Persamaan sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif, perbedaan objeknya	distribusi rantai pasokan pada Nelayan Pulau Nain sudah terlalu panjang sehingga di haruskan adanya pemotongan rantai pasok pada saluran rantai pasok. ¹⁶

Sumber : rangkuman beberapa penelitian terdahulu (2022)

B. Landasan Teori

1. Sagu

Tanaman sagu diperkirakan berasal dari papua dan Maluku dan telah lama menyebar di Nusantara. Sagu merupakan salah satu jenis tumbuhan palem wilayah tropika basah. Jenis ini tumbuh baik pada daerah rawa air tawar, rawa gembut, daerah sepanjang aliran sungai, sekitar sumber air atau hutan-hutan rawa. Tanaman sagu juga dapat tumbuh pada berbagai kondisi hidrologi dari yang terendam sepanjang masa sampai ke lahan yang tidak terendam air.¹⁷

¹⁵ Muhdi B. Hi. Ibrahim, "Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi Dan Beras Di Kecamatan Pati Kabupaten Pati," *Future*, 2018, 198–211, <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i2.1654>.

¹⁶ Clara Johana Sengkey, Paulus Kindangen, and Jessy J Pondaa g', "Analisis Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasok Ikan Mentah Segar Pada Organisasi 'Kembang Laut' Di Pulau Nain Minahasa Utara," *Jurnal EMBA* 8, no. 3 (2020): 240–51, <https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29876>.

Yunus Monim, Frederik Luhulima dan Dwiana Wasgito pernomo " *Investarisasi dan karakterisasi jenis-jenis sagu (metroxyton spp) di distrik sentani tengah dan distrik sentani timur*

Sagu (*metroxylon sp*) merupakan salah satu tanaman penghasil karbohidrat paling potensial untuk menunjang program pengembangan sagu di Indonesia perlu didukung dengan teknologi menyangkut penyediaan benih sagu unggul, budidaya dan rehabilitas hamparan sagu, diversifikasi produk pangan dan non pangan. Untuk menjamin ketersediaan benih sagu maka, perlu dipersiapkan kebun induk sebagai benih yang bersertifikat.¹⁸

Pohon sagu (*metoxylon sp*) merupakan tanaman yang berkembang biak melalui tunas akar sehingga tumbuh berkelompok atau dengan bijinya dimaluku dan Papua, pohon sagu tumbuh secara alami tanpa adanya budidaya. Batang sagu merupakan bagian terpenting dalam tanaman sagu adalah tempat penyimpanan cadangan makanan (karbohidrat) yang dapat menghasilkan pati sagu. Batang sagu berbentuk silinder dan berdiameter 35-60 cm. Batang sagu terdiri dari lapisan kulit bagian luar batang yang keras sekitar 3-5cm. Secara makroskopis, struktur batang sagu dari arah luar terdiri dari sisa-sisa palepah daun, lapisan kulit luar tipis yang berwarna kemerah-merahan, lapisan kulit dalam yang keras padat dan berwarna coklat, lapisan serat dan empulur. Batang sagu mempunyai pusat lunak berwarna pale pink yang merupakan tempat terakumulasinya bagian besar pati . Pusat yang lunak (empulur) ini dilindungi oleh suatu lapisan kurang lebih 2 cm berupa serat-serat kulit kayu . Tanaman sagu tumbuh di daerah-daerah rawa berair tawar atau daerah yang bergambut

kabupaten jayapura provinsi papua” jurnal Agrotek, vol. 5, No.6, (april 2017) :68
<http://journal.faperta.unipa.ac.id/index.php/agrotek/article/view/64>.

¹⁸ Balai peneliti tanaman palma (balit palma) “ *calon sumber benih sagu diprovinsi Maluku*” Desember 10 2019. <http://perkebunan.litbang.pertanian.go.id/calon-sumber-benih-sagu-di-provinsi-maluku/> , 10 Mei 2021.

dan daerah sepanjang aliran sungai, sekitar sumber air atau hutan-hutan rawa yang mengandung garam yang tidak terlalu tinggi .¹⁹

2. Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan pasar tertentu. Pendapat lain juga mengatakan bahwa saluran distribusi sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen. Distribusi merupakan suatu kunci dari keuntungan yang akan diperoleh perusahaan karena distribusi secara langsung akan mempengaruhi biaya SCM dan kebutuhan konsumen. Jaringan distribusi yang tepat dapat digunakan untuk mencapai berbagai macam tujuan dari SCM, mulai dari biaya yang rendah sampai respon yang tinggi terhadap permintaan dari pelanggan.²⁰

Berikut ini adalah pengertian saluran distribusi menurut para ahli:

- a. Menurut Lamb dikutip oleh Sri Padmantyo dan Asep Saputra, istilah saluran (channel) berasal dari bahasa latin canalis, yang berarti kanal. Saluran distribusi adalah serangkaian dari organisasi yang saling bergantung yang memudahkan pemindahan kepemilikan sebagaimana produk-produk bergerak dari produsen ke pengguna bisnis atau pelanggan.

¹⁹ Dicky Bayuadi Saputro “ Perancangan Pengembangan Alat Pamarut Sagu (Sebagai Rekayasa Ulang Proses Bisnis Tepung Sagu)” (2017) : 20

²⁰ Sri Padmantyo and Asep Saputra, “Peranan Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kualitas Produk Dan Efisiensi Distribusi,” *Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggulangan Korupsi*, 2017, 191–97.

b. Menurut Stanton dikutip oleh Sri Padmantyo dan Asep Saputra, saluran distribusi (channel of distribution) – kadang-kadang juga disebut saluran dagang (trade channel) – sebuah produk adalah jalur yang dipakai untuk perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai dari kalangan industri.

Saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran perusahaan di dalam usaha mendistribusikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir. Selain itu saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang sangat penting. Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk, penetapan harga dan promosi yang dilakukan belum dapat dikatakan sebagai usaha terpadu kalau tidak dilengkapi dengan kegiatan distribusi.²¹

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Dalam Qur'an surah Al-Hasyr 59:07:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ
وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Terjemahan: apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan

²¹Padmantyo and Saputra.

beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya. (Q.S Al-Hasyr 59:07)²²

Maksud dari ayat di atas menjelaskan bahwa apa yang datang dari sisi Rasul yang diperintahkan kepada seorang hamba, wajib untuk ditaati dan diikuti, tidak diperbolehkan untuk memperselisihkannya, ini semua merupakan kesempurnaan pokok agama dan cabangnya, secara dzahir dan batin. Taatilah Allah wahai manusia, dengan amalan yang diperintahkan-Nya dan menjauhi apa yang dilarang-Nya, karena sesungguhnya adzab Allah sangat pedih bagi siapa yang menyelisihi perintah dan larangan-Nya. Kesimpulan akhirnya adalah, bahwasanya sebab tidak dibaginya harta bagi seluruh orang-orang yang berperang yaitu ada dua sebab, Pertama: bahwa harta tersebut didapatkan tanpa melalui peperangan. Kedua : Mencegah agar harta tidak berputar hanya dikalangan orang-orang kaya yang telah tercukupi kebutuhan mereka.²³

Dari Sa'id bin al Musayyab, dari Ma'mar bin Abdullah al Adawi, bahwasanya Nabi SAW bersabda, tidak ada orang yang menahan barang (dagangan) kecuali orang yang durhaka (salah). Sa'id sendiri pernah menahan minyak, (HR.Ahmad, Muslim, dan Abu Daud).

Macam-macam saluran distribusi untuk barang konsumsi yaitu :

- a. Produsen - konsumen: Bentuk saluran distribusi yang paling sederhana dan paling pendek.

²² AL-Qur'an online <https://www.indoquran.web.id>

²³ <https://mantrasukabumi.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-202616157/isi-kandungan-surat-al-hasyr-ayat-7-lengkap-dengan-lafadz-arab-latin-dan-terjemahnya>

- b. Produsen – pengecer - konsumen: Disebut juga saluran distribusi langsung, tetapi pengecer besar langsung melakukan pembelian pada konsumen.
- c. Produsen - pedagang besar – pengecer - konsumen: Produsen tidak hanya melayani penjualan besar kepada pedagang besar, tidak pada konsumen.
- d. Produsen-agen-pengecer-konsumen: Disini produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya.
- e. Produsen – agen – pedagang besar – pengecer - konsumen: Dalam saluran distribusi ini, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya pada toko-toko kecil.²⁴

3. Produsen

Produsen adalah sebuah istilah populer dalam ekonomi dan bisnis. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong, dan bahan-bahan lainnya) untuk dijual atau dipasarkan. Produsen dalam skala menengah besar sering juga disebut manufaktur atau pabrikan.²⁵ Adapun menurut para ahli produsen yaitu:

- a. Tri Kunawangsih Pracoyo dan Antyo Pracoyo Disebutkan dalam bukunya Aspek Dasar Ekonomi Mikro dikutip oleh Linda Juliawanti, produsen adalah individu ataupun badan usaha yang melakukan kegiatan produksi barang maupun jasa. Produsen sendiri biasanya berasal dari kalangan perseorangan,

²⁴ Sengkey, Kindangen, and Pondaag', "Analisis Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasok Ikan Mentah Segar Pada Organisasi 'Kembang Laut' Di Pulau Nain Minahasa Utara."

²⁵<https://www.ireappos.com/news/id/fungsi-dan-peran-produsen-distributor-peritel-dan-konsumen-dalam-rantai-pasokan/#apa-itu-produsen>

badan usaha, perusahaan ataupun organisasi ekonomi dan sejenisnya. Ketika mereka melakukan proses produksi barang ataupun jasa yang dihasilkan akan mengalami perubahan nilai ekonomi setelahnya.²⁶

Adapun sub-sub indikator produsen yaitu:

a. Karyawan

Karyawan merupakan sumber daya manusia yang penting untuk perusahaan karena memiliki peran sebagai potensi penggerak seluruh aktivitas perusahaan. Karyawan adalah manusia dan merupakan faktor produksi, yang dalam pencapaian tujuan perusahaan merupakan masukan, yang kemudian mengalami proses pengelolaan oleh perusahaan yang berujung pada sebuah hasil atau keluaran.²⁷ Perusahaan yang memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dapat dengan mudah mengintegrasikan visi perusahaan dengan tujuan perusahaan kepada karyawannya sehingga pencapaian tujuan perusahaan bisa tercapai. Karyawan selalu mengalami perubahan produktivitas kerja, membutuhkan dorongan untuk kinerja yang tepat dari perusahaan agar dapat bekerja dengan baik.²⁸

Karyawan sebagai sumber daya manusia yang perlu dipertahankan kinerjanya berbeda dengan mesin yang selalu melakukan aktivitas yang sama setiap waktu, sumber daya manusia selalu mengalami perubahan produktivitas

²⁶ Linda Juliawanti, "Produsen: Pengertian, Fungsi, Bentuk, Tujuan, Hak dan Kewajibannya" 28 Juli 2021, <https://lifepal.co.id/media/produsen-adalah/>

²⁷ M.Si. Nurdin Batjo, S.Pt., MM., M.Si. Dr. Mahadin Shaleh, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, ed. M.Pd Humaidi, S.E.I., M.E Mirnawati, S.Pd., *Aksara Timur*, Pertama (Makassar Sulawesi Selatan: Aksara Timur, 2018), <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.429>.

²⁸ Maya Andriani and Kristiana Widiawati, "Penerapan Motivasi Karyawan Menurut Teori Dua Faktor Frederick Herzberg Pada PT Aristika Kreasi Mandiri," *Journal Administrasi Kantor* 5, no. 1 (2017): 83–98.

kerja. Untuk mencegah turn over karyawan dibagian produksi, perusahaan menerapkan motivasi, salah satu dari teori motivasi yaitu teori dua faktor yang berperan dalam kepuasan karyawan untuk itulah pentingnya perusahaan memberikan motivasi kepada karyawannya, sehingga pada diri mereka timbul keinginan untuk bekerja sesuai tuntutan dari perusahaan.²⁹

Motivasi kerja merupakan hal yang sangat penting dalam setiap bidang kehidupan organisasi. Begitu seseorang termotivasi, maka dia akan terdorong untuk melakukan apa pun untuk mencapai serangkaian tujuan. motivasi kerja individu berpengaruh langsung terhadap performansi dan kesiapan individu maupun kelompok dan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja organisasi. Individu yang memiliki motivasi kerja akan lebih sigap dalam pekerjaannya dan menghasilkan performansi yang jauh lebih baik dibandingkan individu yang tidak bermotivasi kerja. Motivasi kerja itu memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1) Motivasi kerja bersifat personal

Hal ini berarti bahwa alasan seseorang termotivasi itu berbeda- beda. Pada orang yang berbeda, memiliki alasan yang berbeda pula. Seseorang melakukan pekerjaan dengan baik bisa jadi karena ingin mendapatkan sesuatu yang dia inginkan. Tetapi orang lain, melakukannya karena dia ingin menghindari sesuatu yang tidak diinginkannya. Seseorang melakukan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, tetapi orang lain melakukan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan sosialnya. Beda orang, beda alasan,

²⁹ Andriani and Widiawati.

beda kebutuhan yang ingin dipuaskan melalui pekerjaan yang dilakukannya.

2) Motivasi kerja merupakan proses internal

Karena merupakan proses psikologis yang terjadi dalam diri seseorang, maka seringkali kita tidak dapat mengetahui seberapa tinggi atau rendah motivasi seseorang dalam melakukan pekerjaan. Kita hanya memprediksi tinggi rendahnya motivasi seseorang melalui perilaku yang dia tampilkan, baik dalam hal arah, intensitas, maupun persistensi tindakan. Seseorang yang diprediksi memiliki motivasi kerja yang tinggi bila dia menerima atau bersedia melakukan pekerjaan yang diinstruksikan (arah tindakan), mengerjakan pekerjaan tersebut dengan melakukan tindakan yang intensif atau masih atau terus menerus (intensitas tindakan), dan melakukannya sampai akhirnya seluruh pekerjaan terlaksanakan dengan tuntas (persistensi tindakan). Sementara mereka yang memiliki motivasi kerja yang rendah, tercerminkan dari upayanya untuk menolak atau memindahkan tanggung jawab atas pekerjaan (arah tindakan), melakukan pekerjaan dengan aktivitas-aktivitas yang sangat sedikit dan justru tidak berkaitan dengan pekerjaan (intensitas aktivitas), dan dengan sengaja menunda-nunda atau memperlambat pekerjaan sehingga akhirnya tidak tuntas dikerjakan (persistensi tindakan). Dengan demikian, mengelola motivasi kerja pada hakikatnya adalah mengubah arah, intensitas, dan persistensi dari tindakan individu dalam bekerja yang awalnya bermotivasi rendah menjadi bermotivasi tinggi.

3) Motivasi kerja bersifat situasional atau kontekstual

Karena motivasi bersifat personal dan berlangsung secara internal, maka banyak sekali kondisi atau situasi yang berpengaruh. Jika tadi dikatakan bahwa orang yang berbeda memiliki motivasi yang berbeda, maka pada orang yang sama pun namun berbeda situasi atau konteksnya maka motivasinya juga akan berbeda. Ambil contoh, seseorang mendapatkan instruksi untuk membuat laporan kerja pada jam 02 siang hari, maka motivasinya akan berbeda dengan instruksi yang sama pada jam 02 dini hari. Pekerjaan yang sama dari atasan yang sama kepada orang yang sama, namun waktunya berbeda maka motivasi kerja pun akan berbeda. Ada situasi atau keadaan tertentu, seseorang memiliki motivasi kerja yang tinggi. Namun ada kalanya, pada keadaan lain, orang tersebut memiliki motivasi yang rendah.

4) Motivasi kerja bersifat sosial

Selain bersifat personal, internal, dan situasional; maka karakteristik keempat dari motivasi kerja adalah bersifat sosial. Artinya pengaruh hubungan sosial dengan orang lain dalam tempat kerja sangat mempengaruhi motivasi kerja seseorang. Motivasi dari rekan kerja, atasan, dan bawahan cepat atau lambat akan berpengaruh kuat terhadap motivasi kita secara pribadi. Begitu pula dengan motivasi kerja kita akan sangat berpengaruh terhadap motivasi orang-orang yang bekerja bersama kita.

a) Bahan baku

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi, dan dapat dibebankan/diperhitungkan jadi, dan dapat

dibebankan/diperhitungkan secara langsung kepada harga pokok produk. Persediaan bahan baku merupakan aset berharga perusahaan yang berperan penting dalam mendukung aktivitas produksi, sehingga diperlukan pengendalian yang optimal. Perusahaan harus mampu mengendalikan persediaan bahan baku agar tidak terlalu besar dan juga terlalu kecil.

Tujuan dari pengendalian persediaan bahan baku adalah untuk menekan biaya-biaya operasional seminimal mungkin sehingga kinerja dan keuntungan perusahaan lebih optimal. Biaya operasional yang dimaksud dalam hal ini adalah biaya persediaan yang terdiri dari biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Untuk melaksanakan pengendalian persediaan yang dapat diandalkan dan dipercaya tersebut maka harus diperhatikan berbagai faktor yang terkait dengan persediaan. Penentuan dan pengelompokan biaya-biaya yang terkait dengan persediaan perlu mendapatkan perhatian yang khusus dalam mengambil keputusan yang tepat.³⁰

4. Distributor

Distributor ini biasa juga disebut penyalur yang berarti pihak bisa dalam bentuk orang atau badan yang membeli produk dari produsen untuk didistribusikan atau disalurkan pada konsumen langsung atau retailer seperti warung, toko, supermarket, dan lainnya. Distributor atau Penyalur adalah pihak yang mengambil barang dalam bentuk jadi dari Produsen, tanpa ada lagi proses perubahan atau modifikasi yang dia lakukan, kemudian menjual lagi dengan

³⁰ Enggar Paskhalis Lahu and Jacky S.B Sumarauw, "Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Guna Meminimalkan Biaya Persediaan Pada Dunkin Donuts Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5, no. 3 (2017): 4175–84, <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18394>.

barang dan / atau jasa yang sama. Terkadang jika sampai terjadi suatu proses pada distributor umumnya sebatas pada pengemasan.³¹

a. Transportasi

Pada dasarnya transportasi dapat didefinisikan sebagai pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ketempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi berperan penting dalam SCM. Dalam konteks SCM, transportasi berperan penting karena sangatlah jarang suatu produk diproduksi dan dikonsumsi dalam satu lokasi yang sama. Strategi supply chain yang diimplementasikan dengan sukses memerlukan pengelolaan transportasi yang tepat. Pengelolaan transportasi yang efektif dan efisien akan memastikan pengiriman barang dari perusahaan ke pelanggan dengan tepat waktu, tepat jumlah, tepat kualitas, dan tepat penerima.³²

b. Pengemasan

Pengemasan merupakan salah satu proses untuk membungkus suatu produk yang bertujuan untuk mengurangi terjadinya kerusakan terhadap bahan pangan, baik yang kering maupun yang basah. Pengemasan berfungsi juga untuk menempatkan produk-produk yang nantinya digunakan untuk distribusi atau penyimpanan. Oleh karena itu pengemasan dan penyimpanan tidak dapat

³¹ <https://www.ireappos.com/news/id/fungsi-dan-peran-produsen-distributor-peritel-dan-konsumen-dalam-rantai-pasokan/#apa-itu-produsen>

³² Akhmad Sutoni and Dkk., “Analisis Rantai Pasokan Dalam Pengelolaan Komoditas Beras,” *Jurnal IKRA-ITH TEKNOLOGI* 5, no. 2 (2021): 72–80.

dipisahkan, hal ini selalu berkaitan dengan kegunaan dan pemanfaatan dalam produk bahan pangan.

Kemasan pada umumnya di bagi kepada 3 , kemasan secara garis besar, yaitu: kemasan yang disediakan oleh alam yaitu produk tersebut sudah dikemas langsung oleh alam seperti kelobot jagung, kulit buah, sabut dan tempurung kelapa, kulit kacang, kulit telur dan beberapa bahan pangan lainnya. Kedua kemasan tradisional, kemasan tradisional ini merupakan kemasan yang dibuat oleh manusia untuk membungkus atau menyelamatkan produk supaya bisa lebih tahan lama atau didistribusikan. Beberapa contoh kemasan tradisional seperti seperti: papan kayu, karung goni, kain, kulit kayu, daun pisang, pelepah, Koran bekas dan lainnya. Ketiga kemasan modern, yaitu kemasan yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat digunakan secara masal dan memudahkan, contoh kemasan modern: kertas, plastic, logam, fiber, dan bahan bahan lain.

Syarat-syarat dari sebuah kemasan dalam produk bahan pangan yaitu:

- 1) Harus dapat melindungi produk
- 2) Harus dapat melindungi dari kerusakan fisik, kadar air, penyinaran cahaya
- 3) Mudah dibuka dan tutup serta mudah dalam proses distribusi
- 4) Efisien dan ekonomis
- 5) Memiliki bentuk dan ukuran erta bobot yang standar
- 6) Mudah dibuang/didaur ulang

7) Mudah dibentuk serta di cetak.³³

5. Pengecer

Pengecer adalah aktivitas perdagangan atau penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen atau pelanggan akhir. Barang yang dibeli dari bisnis ritel akan digunakan konsumen sebagai konsumsi pribadi atau keperluan keluarga, dan rumah tangga, bukan untuk bisnis dijual kembali.

Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer atau peritel. Pada praktiknya pengecer melakukan pembelian barang ataupun produk dalam jumlah besar dari produsen, ataupun pengimport baik secara langsung ataupun melalui grosir, untuk kemudian dijual kembali dalam jumlah kecil.³⁴

a. Produk

Produk-produk yang dijual peritel dalam gerainya, disebut merchandise, adalah salah satu dari unsur bauran pemasaran ritel (retail marketing mix). Merchandise yang akan dijual penting dipilih dengan benar karena merchandise adalah “mesin sukses” bagi pengecer.

Produk halal merupakan kebutuhan muslim dan ketersediaanya merupakan suatu keharusan di negara yang mengakui keberadaan muslim. Pengertian halal adalah sesuatu yang tidak mengandung unsur ataupun bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan yang telah ditentukan oleh syariat Islam . Makanan halal

³³ Ismail Sulaiman, *Pengemasan Dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan*, ed. Syarifah Rohaya and Herniwanti, pertama (aceh: Syiah Kuala University Press, 2021).

³⁴ <https://www.ireappos.com/news/id/fungsi-dan-peran-produsen-distributor-peritel-dan-konsumen-dalam-rantai-pasokan/#apa-itu-produsen>

merupakan pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi bagi umat Islam, baik itu yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan apa yang telah menjadi ketentuan hukum Islam. Makanan halal mungkin sama dengan makanan lainnya, tetapi sifatnya, teknik pengolahannya yang melibatkan bahan-bahan, penanganan, penggunaan berbagai metode dari awal sampai akhir harus yang disetujui dan direkomendasikan oleh hukum Islam. Pangan halal bagi muslim terbukti berkualitas dan sangat baik dikonsumsi untuk kesehatan tubuh manusia.³⁵

Beberapa ayat dalam Al-Quran menunjukkan bahwa perintah untuk mengonsumsi makanan halal menjadi hal yang wajib bagi umat muslim, salah satunya tersebut dalam QS. Al-Baqarah ayat:168

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahan: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*³⁶

Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kalian mengikuti langkah-langkah setan;

³⁵ Dini Wahyuni and Nurul Arfidhila, "Traceability Pada Rantai Pasok Pangan Halal," *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* 2, no. 4 (2019): 39–45, <https://doi.org/10.32734/ee.v2i4.649>.

³⁶ AL-Qur'an online <https://www.indiquran.web.id>

karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi kalian. Sesungguhnya setan itu hanya menyuruh kalian berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kalian ketahui. Setelah Allah SAW menjelaskan bahwa tidak ada Tuhan selain Dia dan bahwa hanya Dialah yang menciptakan segalanya, maka Allah SAW menjelaskan bahwa Dialah yang memberi rezeki semua makhluk-Nya. Untuk itu Allah SAW menyebutkan sebagai pemberi karunia kepada mereka, bahwa Dia memperbolehkan mereka makan dari semua apa yang ada di bumi, yaitu yang dihalalkan bagi mereka lagi baik dan tidak membahayakan tubuh serta akal mereka, sebagai karunia dari Allah. Allah melarang mereka mengikuti langkah-langkah setan, yakni jalan-jalan dan sepak terjang yang digunakan untuk menyesatkan para pengikutnya, seperti mengharamkan bahirah (hewan unta bahirah), saibah (hewan unta saibah), wasilah (hewan unta wasilah), dan lain sebagainya yang dihiaskan oleh setan terhadap mereka dalam masa Jahiliyah.³⁷

Sebagaimana yang disebutkan di dalam hadits Iyad ibnu Hammad yang terdapat di dalam kitab Shahih Muslim, dari Rasulullah SAW bahwa Rasulullah SAW pernah bersabda: Allah berfirman, "Sesungguhnya semua harta yang telah Kuberikan kepada hamba-hamba-Ku adalah halal bagi mereka." Selanjutnya disebutkan, "Dan sesungguhnya Aku menciptakan hamba-hamba-Ku dalam keadaan cenderung kepada agama yang hak, maka datanglah setan kepada mereka, lalu setan menyesatkan mereka dari agamanya

³⁷ AL-Qur'an online <https://www.indoquran.web.id>

dan mengharamkan atas mereka apa-apa yang telah Kuhalalkan bagi mereka."³⁸

b. Promosi

Bisnis ritel berkenaan dengan pemasaran barang-barang (atau jasa) yang dibutuhkan perorangan dan rumah tangga. Pembahasan mengenai orang banyak berarti berbicara tentang pikiran dan emosi mereka. Dengan demikian, kualitas perusahaan eceran secara umum akan berpengaruh pada konsumen. Komunikasi sebagai dasar promosi bertujuan mendorong target market untuk menjadi pembeli atau bahkan menjadi pelanggan setia.

c. Pelayanan

Pelanggan Retail service (pelayanan eceran) bertujuan memfasilitasi para pembeli saat mereka berbelanja di gerai. Hal-hal yang dapat memfasilitasi para pembeli terdiri atas layanan pelanggan, personal selling, layanan keuangan berupa penjualan dengan kredit, dan fasilitas-fasilitas seperti contoh toilet, tempat mengganti pakaian bayi, food court, telepon umum, dan sarana parkir.

d. Suasana

Toko Penampilan toko eceran sangat menentukan image toko dan memosisikan toko eceran dalam benak konsumen. Sebagai contoh, sebuah pengecer yang ingin memosisikan dirinya sebagai toko berskala atas akan menggunakan penampilan yang berkesan eksklusif, mewah dan canggih. Desain eksterior mencakup wajah gerai store font, marquee, pintu masuk dan jalan masuk. Lay-out berkaitan erat dengan lokasi ruang guna, penempatan

³⁸ <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-2-al-baqarah/ayat-168>

produk yang dijual, sedangkan ambience adalah suasana dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam diri pelanggan yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior diantaranya: pengaturan cahaya, tata suara atau alunan musik, sistem pengaturan udara dan pelayanan.

e. Lokasi

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel (retail marketing mix). Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, oleh pramuniaga yang sama banyak dan terampil, dan sama-sama punya setting ambience yang bagus.³⁹

6. Konsumen

Konsumen ini adalah siklus terakhir dari aliran produk atau barang dari sebuah rantai pasokan produksi di awal. Konsumen adalah pihak atau orang yang menggunakan jasa atau produk dengan tujuan memenuhi kebutuhannya. Konsumen adalah orang yang hanya akan menggunakan produk tersebut tanpa menjual kembali kepada pihak-pihak tertentu. Sebagai pengguna dari Produk yang dihasilkan Produsen, maka peranan Konsumen adalah yang paling penting, tanpa adanya Konsumen maka semua rantai pasokan tidak akan berjalan, karena itu Konsumen merupakan kunci dari keberlangsungan suatu produk.⁴⁰

a. Harga

³⁹ Eko Sugeng Supriyanto, M. Naely Azhad, and Budi Santoso, "Dampak Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Idomaret Sumbersari Jember," *Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 7, no. 1 (2017): 58–76.

⁴⁰ I reep news easy dan Powerfull "Apa Itu Fungsi dan Peran Produsen, Distributor, Peritel dan Konsumen dalam Rantai Pasokan?", <https://www.ireappos.com/news/id/fungsi-dan-peran-produsen-distributor-peritel-dan-konsumen-dalam-rantai-pasokan/#apa-itu-produsen>

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran. Dalam proses jual beli harga menjadi salah satu bagian terpenting, karena harga adalah alat tukar dalam transaksi. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah-ubah.

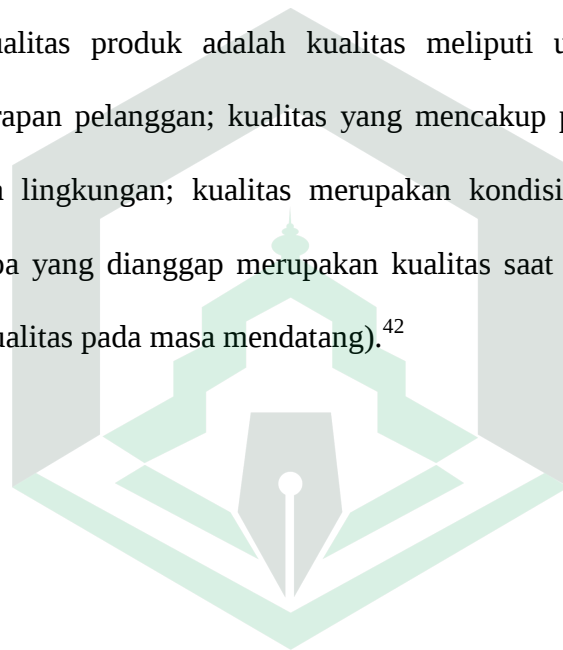
Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal. Ada dua dalam proses pengambilan pembelian konsumen:

- 1) Peranan Alokasi Merupakan fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau nilai tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya beli.
- 2) Peranan Informasi Merupakan fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini terutama

bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya.⁴¹

b. Kualitas

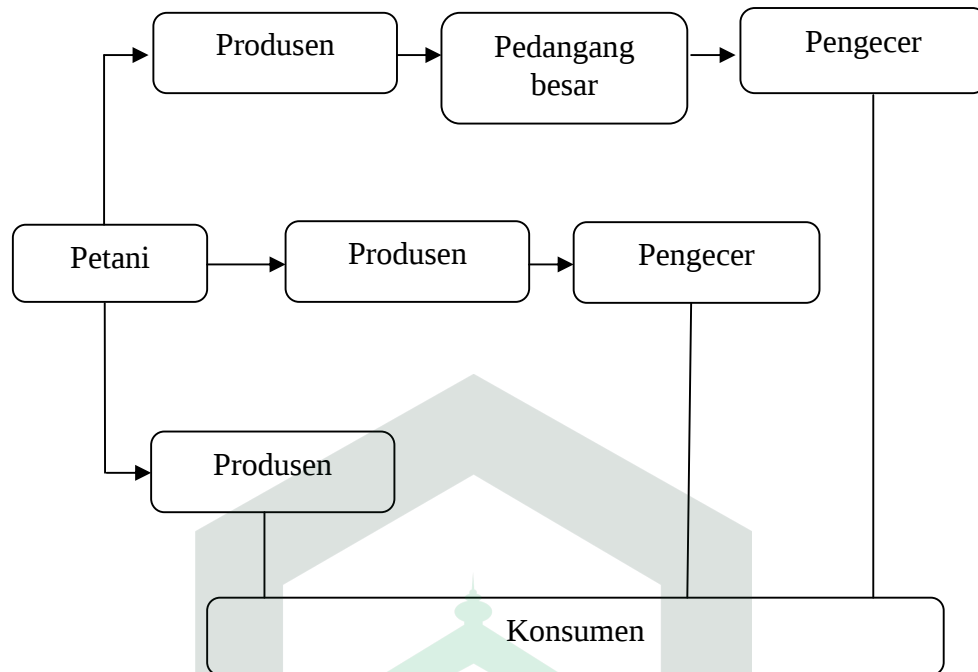
Mutu atau kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, fleksibilitas dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilihan kunci dan strategis. kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).⁴²



⁴¹ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, pertama (surabaya: Unitomo Press, 2019).

⁴² Afnina and Yulia Hastuti, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 1 (2018): 21–30, <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 kerangka pikir

Dari kerangka pikir di atas bahwa dapat disimpulkan pohon sagu dapat diproduksi oleh pabrik Pak Agus Salim menjadi tepung sagu. Sehingga terjadi saluran distribusi, dari produsen oleh Pak Agus Salim kemudian ke distributor kemudian ke pengecer para pedagang kecil dimana para pengecer membeli produk dalam jumlah banyak kemudian menjual dengan jumlah sedikit, selanjutnya dari pengecer ke konsumen. Konsumen merupakan pihak terakhir yang menjadi rantai pasok karena konsumen hanya mengonsumsi satu produk untuk dirinya atau untuk keluarga tanpa menjual barang itu kembali.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci.⁴³ Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teran dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori.⁴⁴

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Deskriptif. Studi deskriptif sering kali di desain untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi. Hal ini melibatkan pengumpulan data kuantitatif seperti tingkat kepuasan, jumlah produksi, jumlah produksi, jumlah penjualan, atau data demografi, namu pendekatan deskriptif juga memerlukan pengumpulan informasi kualitatif. Sebagai contoh, data kualitatif dapat di kumpulkan untuk

⁴³ Dr.Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, ed. Dr. Hasan Sazali M.A, Pertama (Medan: Wal ashri Publishing, 2020).

⁴⁴ M.Pd. Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Ppertama (Jakarta: Kencana, 2017).

menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan atau untuk mengamati bagaimana manager menyelesaikan konflik dalam organisasi.⁴⁵

B. Fokus Penelitian

Umumnya fokus penelitian diformulasikan dalam kalimat tanya yang jelas formatnya, singkat, tajam, dan tidak bias maknanya. Namun, kadangkala fokus suatu penelitian disempurnakan setelah penulis terjun ke lapangan. Hal ini wajar terjadi, sebab penelitian kualitatif lebih mendasarkan pada realitas lapangan (perspektive emik) daripada hasil pemikiran subjektif peneliti (perspektive etik).⁴⁶

Fokus peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran distribusi sagu yang ada di pabrik agussalim kecamatan mappedeceng, dari produsen hingga ke konsumen. Pada dasarnya saluran distribusi merupakan jaringan fisik perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok barang, memproduksi barang, maupun mengirimkannya ke pemakai akhir.

C. Definisi Istilah

1. Saluran distribusi

Saluran distribusi (*distribution channel*) adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan produk dari produsen sampai ke konsumen.⁴⁷

2. Sagu

Tanaman sagu merupakan tanaman asli Indonesia, dan spesies yang terbanyak terdapat di Papua (Bintoro et al, 2010). Sedangkan Miftahorrahman

⁴⁵ Uma Sekaran and Roger Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisni*, ed. Dedy A. Halim, edisi ke-6 (Jakarta Selatan: Selemba Empat, 2017).

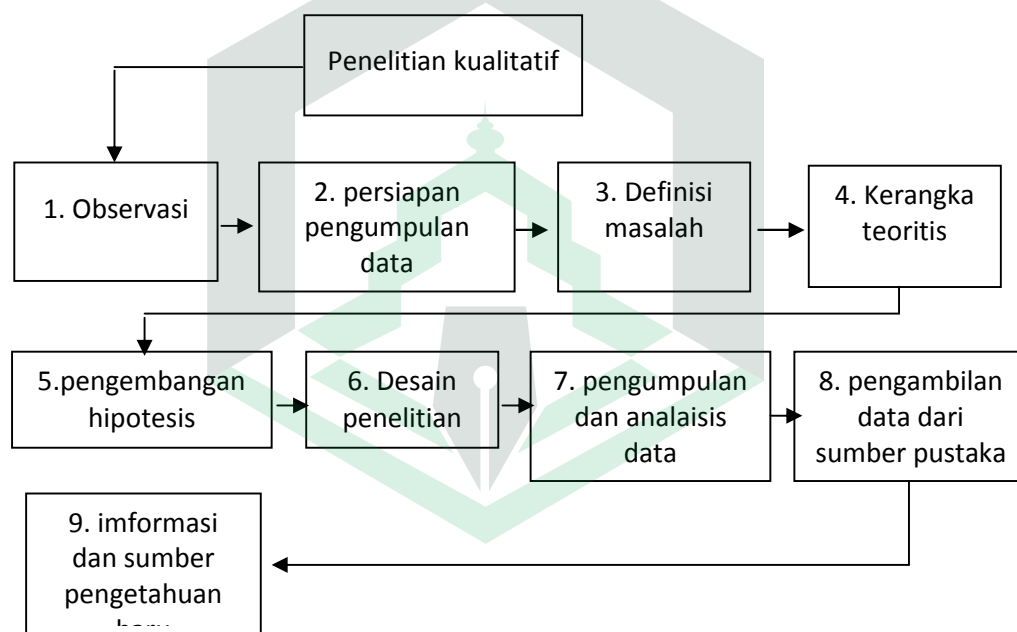
⁴⁶ Dr.Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, ed. Dr. Hasan Sazali M.A, Pertama (Medan: Wal ashri Publishing, 2020)

⁴⁷Putri, *Manajemen Pemasaran Modern*.

dan Novarianto (2003) menemukan 20 aksesori sagu di Sentani. Namun informasi terakhir didapat ternyata ada lebih dari 20 aksesori sagu di Sentani, untuk itu perlu dilakukan inventarisasi dan mengkarakterisasi ulang jenis-jenis sagu dan penyebaran jenis-jenis sagu tersebut.⁴⁸

D. Desain Penelitian

Desain penelitian (research design) merupakan gambaran totalitas perencanaan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan untuk mengantisipasi beberapa kesulitan yang mungkin terjadi selama proses penelitian dilakukan.⁴⁹



Gambar 3.1 desain penelitian

⁴⁸ Yunus Monim, Frederik Luhulima, and Dwiana Wasgito Purnomo, "Inventarisasi Dan Karakterisasi Jenis Sagu (*Metroxylon* Spp) Dari Kabupaten Sentani Tengah Dan Sentani Timur, Jayapura, Provinsi Papua," *AGROTEK* 5, no. 6 (2017): 68–80.

⁴⁹ Ph.D. Samsu, S.Ag., M.Pd.I., *Metode Penelitian Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Dev Dan Lopment*, ed. M.Pd.I Dr. Rusmini, S.Ag., *Pusaka*, pertama (Jambi: Pusaka jambi, 2017).

E. Data dan Sumber Data

1. Data primer

data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik melalui observasi maupun wawancara kepada responden dan informan.⁵⁰ Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari pabrik sagu agussalim sebagai produsen hingga ke konsumen akhir.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, selain dari yang diteliti yang bertujuan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Data sekunder dapat juga dikatakan sebagai data pelengkap yang dapat digunakan untuk memperkaya data agar dapat yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan peneliti dan mencapai titik jenuh. Artinya data primer yang diperoleh tidak diragukan karena juga didukung oleh data sekunder.⁵¹ Data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal relevan terdahulu yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti, buku elektronik dan ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan judul yang telah diangkat.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus "divalidasi" seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan

⁵⁰ Samsu, S.Ag., M.Pd.I.

⁵¹ Samsu, S.Ag., M.Pd.I.

wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Yang melakukan validasi adalah peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan.⁵²

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah melakukan wawancara kepada informan yang sesuai dengan data yang dibutuhkan peneliti dan melakukan dokumen maupun gambar pada penelitian.

1. Teknik observasi

Menurut Sutrisno Hadi menjelaskan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁵³

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik⁵⁴ Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara merupakan metode yang dilakukan peneliti dengan menyiapkan pertanyaan

⁵² Prof. Dr. Sugiyono. “ *Metode Penelitian Bisnis* ” , edisi ke-3 (bandung: Alfabeta 2017), 464-466.

⁵³ Prof. Dr. Sugiyono. “ *Metode Penelitian Bisnis* ” , edisi ke-3 (bandung: Alfabeta 2017), 464-466.

⁵⁴ Prof. Dr. Sugiyono. “ *Metode Penelitian Bisnis* ” , edisi ke-3 (bandung: Alfabeta 2017), 464-466.

yang bersifat terbuka agar narasumber dapat menjawab dengan menyeluruh dan jelas.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.⁵⁵ Dalam melakukan penelitian ini peneliti akan melakukan dokumentasi untuk mengabadikan beberapa momen yang terjadi di lapangan yang berkaitan dengan judul yang telah diangkat.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Ada beberapa standar atau kriteria guna menjamin keabsahan data kualitatif, antara lain sebagai berikut:

1. Standar kredibilitas

Apa hasil penelitian memiliki kepercayaan yang tinggi sesuai dengan fakta yang ada di lapangan perlu dilakukan seperti memperpanjang keterlibatan peneliti di lapangan, melakukan observasi terus-menerus dan sungguh-sungguh, peneliti dapat mendalami fenomena yang ada, melakukan triangulasi (metode, isi, dan proses), melibatkan atau diskusi dengan teman sejawat, dan

⁵⁵ Prof. Dr. Sugiyono. “ *Metode Penelitian Bisnis* ” , edisi ke-3 (bandung: Alfabeta 2017), 464-466.

melakukan kajian atau analisis kasus negatif, dan juga melacak kesesuaian dan kelengkapan hasil analisis.⁵⁶

I. Teknik Analisis Data

beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis data kualitatif yaitu:

1. Reduksi data

Setelah data primer dan sekunder terkumpul dilakukan dengan memilah data, membuat tema-tema, mengkatagorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokannya sesuai dengan masalah yang diteliti. Setelah direduksi maka data yang sesuai dengan tujuan penelitian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian.

2. display data (penyajian data)

Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.

3. Kesimpulan

Meskipun pada reduksi data kesimpulan sudah digambarkan, itu sifatnya belum permanen, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan.

⁵⁶ Dr.Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, ed. Dr. Hasan Sazali M.A, Pertama (Medan: Wal ashri Publishing, 2020)

Kesimpulan ditarik dengan teknik induktif tanpa mengeneralisir satu temuan terhadap temuan-temuan lainnya.⁵⁷



⁵⁷ Dr.Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, ed. Dr. Hasan Sazali M.A, Pertama (Medan: Wal ashri Publishing, 2020)

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran lokasi Penelitian

a. Kondisi geografis kecamatan Mappedeceng kabupaten Luwu Utara

Mappedeceng adalah kecamatan di kabupaten luwu Utara, provinsi Sulawesi selatan. Kecamatan Mappedeceng dengan luas wilayah sebesar 275,50 km, merupakan kecamatan yang berbatasan langsung dengan kecamatan Masamba bagian barat yang merupakan ibu kota dari kabupaten Luwu Utara. Kecamatan ini secara geografis terletak pada $2^{\circ} 23' 55''$ - $2^{\circ} 41' 54''$ lintang selatan dan $120^{\circ} 21' 9''$ - $120^{\circ} 32' 40''$ Bujur Timur berbatasan dengan kecamatan Rampi Sebelah Utara, Kecamatan Sukamaju Di Timur, dan Kecamatan Malangke di Selatan. Kecamatan Mappedeceng memiliki desa sebanyak 15 desa yang kseseluruhan telah tergolong defenitif.

Kecamatan Mappedeceng terdiri dari 15 Desa defenitif, yaitu : Ujung Mattajang, Mangalle, Sumber Wangi, Sumber Harum, Hasanah, Mekar Jaya, Cendana Putih, Cendana Putih Satu, Cendana Putih Dua, Kapidi, Tarra Tallu, Banteng, Uraso, Harapan, Dan Mappedeng.

b. Profil pabrik Agussalim

1) Profil pabrik

Nama pabrik : Pabrik Sagu Agussalim

Jumlah karyawan: karyawan tetap yang bekerja di pabrik 6 orang sedangkan karyawan yang turun langsung bekerja di lapangan sebanyak 30 orang

Alamat pabrik : desa Mappedeceng kecamatan Mappedeceng kabupaten Luwu Utara

Nomor telepon : 0823 4762 5776

Mulai berdiri : tahun 2016

c. Sejarah berdirinya pabrik sagu Agussalim

Pada tahun 2016 pak Agussalim memulai bisnisnya dengan berjualan buah langsung di pasar sentral masamba. Setelah beberapa kali melakukan penjualan, pak Agussalim mengalami kecelakaan yang mengakibatkan cedera sehingga ia berhenti menjalankan bisnisnya tersebut. Kemudian ia mendengar kabar bahwa ada yang menjual mesin sagu, lalu membelinya. Pak agussalim berfikir bahwa ini peluang besar untuk membuka bisnis sagu dikarenakan melihat kondisi kabupaten Luwu Utara yang merupakan penghasil sagu terbaik serta belum ada pabrik yang berdiri di lingkungan tersebut. Pada saat itu alat yang digunakan masih tergolong tradisional dengan tenaga kerja sebanyak 5 orang. Adapun 1 kali pamarutan hanya mampu memarut 1 batang pohon sagu perharinya.

Seiring berjalannya waktu pak Agussalim mengganti mesin yang lebih modern, yang ia beli dari Mamuju dengan modal sekitar 100 juta. Dengan alat ini pabrik pak Agussalim bisa memproduksi pohon sagu sekitar 10 sampai 50 pohon sagu. Pak Agussalim juga menambah jumlah karyawan sebanyak 30 orang mulai dari tim penebang sebanyak 7 orang yang terbagi atas 2 tim,

karyawan di pabrik sebanyak 5 orang. Adapun jadwal kerja mulai dari pukul 07.30 sampai pukul 17.00. Pabrik pak Agussalim berlokasi di desa Mappideceng, kecamatan Mappideceng, kabupaten Luwu Utara dan berada di salah satu lorong TK An-Nur Porodoa. Dimana letak yang cukup strategis karena mudah ditemukan dan dijangkau dari jalan Tans Sulawesi. Jarak dari jalan ke pabrik pak Agussalim kurang lebih 300 meter dari jalan Trans Sulawesi.

d. Visi Dan Misi

1) Visi

Visi adalah pandangan ideal masa depan yang ingin diwujudkan dan secara potensi untuk terwujud kemana dan apa yang mau dicapai oleh suatu organisasi di masa depan., visi harus bersama yang mampu menarik, dan harus konsisten dikomunikasikan kepada para anggota organisasi sehingga semua merasa memiliki visi yang harus dicapai. Seperti :

- a) Bukan fakta tetapi gambaran pandangan ideal masa depan yang ingin dicapai.
- b) memberikan arahan dan mendorong anggota organisasi mewujudkan kinerja yang baik.
- c) Dapat menimbulkan inifirasi dan siap menghadapi tantangan.
- d) Menjabatani masa kini dan masa mendatang
- e) Sifat tidak statis dan selamanya.

Dalam mewujudkan suatu bisnis yang baik maka adapun visi dari pabrik sagu Agussalim adalah sebagai berikut:

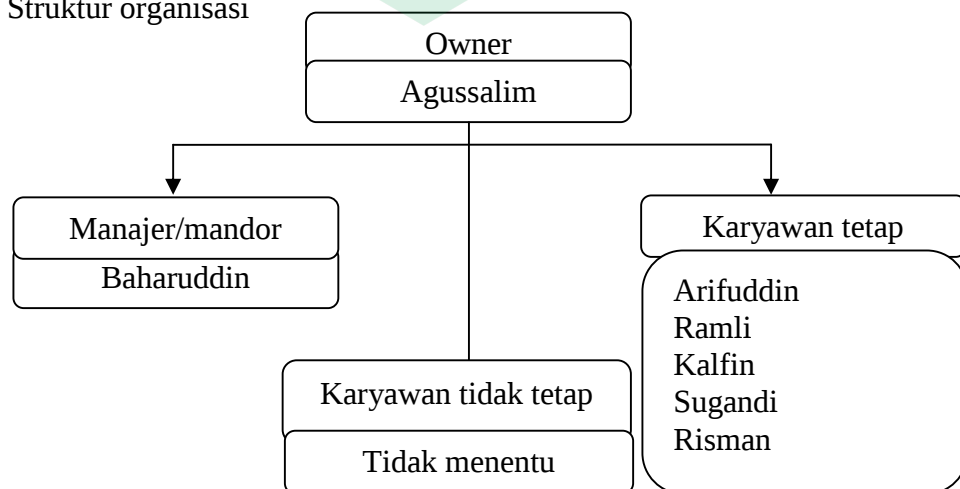
“Dapat mengembangkan dan mewujudkan sagu yang baik dan berkualitas di masyarakat dan dapat memuaskan para konsumen”

2) Misi

Misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan instansi pemerintah dan sasaran yang ingin dicapai. Pernyataan ini membawahkan kepada suatu fokus. Misi menjelaskan mengapa organisasi itu ada, apa yang dilakukan, dan bagaimana melakukannya. Misi adalah suatu yang akan dilaksanakan oleh perusahaan (pabrik), sebagai penjabaran dari Visi yang telah ditetapkan. Dengan pernyataan Misi ini diharapkan kepada seluruh karyawan dapat mengetahui apa yang dicapai atau hasil yang diperoleh dimasa mendatang. Berikut adalah Misi pabrik sagu Agussalim:

- a) Dapat membuka lowongan kerja bagi masyarakat sekitar.
- b) Menyediakan sagu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- c) Memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen

e. Struktur organisasi



Gambar 4.1 Struktur organisasi

2. Produksi sagu pada usaha pabrik agussalim

a. Tempat pengambilan pohon sagu

Pak agussalim merupakan seorang pemimpin pada pabrik sagu yang berada di desa mappedeceng. Pabrik sagu agussalim sudah memiliki jangkauan di beberapa daerah untuk pengambilan pohon sagu salah satunya di Luwu Utara dan Luwu Timur.

“Tempat pengambilan sagu, diambil dimana ada pohon sagu yang sudah bisa panen disitu kami datang dan orang yang punya pohon sagu mau menjualnya, maka karyawan kami akan menebang pohon sagu siap panen tersebut.”

Menurut narasumber di atas bahwa tempat pengambilan pohon sagu diambil di berbagai tempat di Luwu Utara dan Luwu Timur yang pada umumnya lumayan dekat dari pabrik. Agar pabrik tidak berhenti beroperasi maka pemilik usaha melakukan upaya dengan cara memperluas jaringan agar bisa mendapatkan informasi dari suatu daerah bahwa pohon sagu di daerah tersebut siap panen, dan juga agussalim memberikan masukan kepada para karyawannya agar tidak fokus di satu daerah saja tetapi mereka juga harus mencari pohon sagu siap panen di berbagai daerah di Luwu Utara dan Luwu Timur.

b. Mekanisme pemanenan pohon sagu

Pemanenan pohon sagu merupakan salah satu cara untuk menghasilkan sagu. Pemanenan dapat dilakukan dengan cara melihat dari pohon sagu itu sendiri misalkan dari umur, ujung batang mulai membengkak disusul dengan

keluarnya selubung bunga dan pelepah daun berwarna putih terutama pada bagian luarnya. Tinggi pohon 10 -15 m, tebal kulit luar 10 cm, dan tebal batang yang mengandung sagu 50 – 60 cm. Ciri pohon sagu siap panen pada umumnya dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada daun, duri pucuk dan batang. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh narasumber bahwa :

“Kami juga tidak asal potong atau tebang pohon sagu kami melihat dari batang, pelepah, sampai akar pohon sagu, misalnya kami akan bertanya kepada yang punya sagu sudah berapa tahun pohon sagu tersebut apakah sudah menyampai waktu sekitar 6-8 tahun, kemudian kami juga melihat dari pelepah daun sagu apakah sudah berwarna putih dan batang sagu sudah mulai membengkak atau sudah besar.”

Adapun alat yang digunakan dalam memanen pohon sagu diantaranya: mesin pemotong, kampak, tali, papan, parang, air, karung dan kayu jika dibutuhkan.

Proses pemanenan pohon sagu memiliki beberapa tahap:

- 1) Langkah pertama yang diambil dalam pengolahan sagu adalah pemilihan pohon sagu yang berumur 7 tahun sampai 8 tahun dengan tinggi 10 atau 11 meter karena sagu yang berumur 7 sampai 8 tahun memiliki lebih banyak serat sagu yang dihasilkan.
- 2) Langkah kedua yaitu setelah memilih pohon sagu dilakukan pembersihan terdahulu untuk membuat jalan masuk rumpun jika sekeliling pohon sagu banyak rumpun (rumput) yang menghalangi jalan dan membersihkan batang yang akan dipotong untuk memudahkan untuk dipanjat dan ditebang.

3) Langkah ketiga yaitu seorang karyawan memanjat pohon sagu dan memotong bagian pelepah pohon sagu sampai tidak ada yang tersisa agar jika pohon sagu sudah siap untuk ditebang maka tidak ada hambatan yang terjadi seperti tersangkutnya pelepah pohon sagu. hal ini dilakukan jika kondisi atau tempat yang tidak memungkinkan dan untuk mencegah hal yang tidak diinginkan tetapi apabila tempat atau kondisinya memungkinkan maka pohon sagu tidak perlu diikat terlebih dahulu ataukah dipotong pelepahnya cukup bersihkan batangnya saja, pelepahnya bisa dipisahkan dari pohon sagu jika sudah ditebang.

4) Langkah keempat bila pohon sagu sudah dipisahkan dari pelepahnya maka kaitkan tali pada bagian pohon sagu pada saat mau menebang pohon sagu agar pohon sagu jatuh ditempat yang diinginkan hal ini dilakukan jika kondisi atau tempat yang tidak memungkinkan dan untuk mencegah hal yang tidak diinginkan.

5) Langkah kelima yaitu pemotongan atau penebangan batang sagu dilakukan dengan cara batang sagu dipotong atau ditebang sedekat mungkin dengan akarnya pemotongan atau penebangan menggunakan mesin pemotong (gergaji mesin)/ kampak. jika pohon sagu sudah berada di tanah maka batang sagu akan dipohon kecil-kecil dengan ukuran yang sama dengan panjang sekitar setengah meter sampai 1 meter.

6) Langkah keenam setelah memotong batang sagu secara kecil-kecil, maka potongan batang sagu akan di angkat atau ditarik menggunakan tali yang telah disediakan. Jika salah satu karyawan kurang mampu menarik satu orang

potongan batang sagu maka mereka melakukan kerja sama untuk menaikkan potongan batang sagu keatas mobil yang telah disediakan.

7) Langkah ketujuh setelah dinaikan keatas mobil 2 karyawan diantaranya menyusun potongan batang sagu diatas mobil agar rapi dan banyak memuat potongan batang sagu. Dan lebihnya membersihkan tempat penebangan, memungut alat yang digunakan.

8) Langkah kedelapan membawa potongan batang sagu kepabrik dengan menggunakan mobil truk jika sudah sampai mobil menumpahkan potongan batang sagu dan karyawan yang bekerja dipabrik mengambil potongan untuk dibelah kembali beberapa bagian dengan menggunakan kapak atau senso tetapi dalam pembelahan ini semuanya tidak belah tetapi karyawan melihat berapa yang perlu (sesuai yang ditargetkan).

9) Langkah kesembilan jika potongan batang sagu sudah dibelah selanjutnya dicuci dengan air bersih dan disusun rapi agar memudahkan pamarutan.

“Dalam pemanenan pohon sagu kami melewati beberapa tahap seperti memilih pohon sagu dilihat dari umur, daun palepah, tinggi batang dan besar batang sagu, membersihkan tempat dan pohon sagu, menebangan pohon sagu, dipotong dan dibelah hingga pengangkutan sampai ke pabrik.”

c. Produksi sagu secara modern

Dalam proses pengolahan atau produksi sagu hal yang pertama dilakukan pada saat berada di lokasi adalah membuat rumah kebun. Rumah kebun berguna sebagai tempat pengolahan dan membuat bak penampungan yang terbuat dari beton dengan ukuran persegi panjang, dengan menggunakan atap

yang terbuat dari daun pohon sagu yang berfungsi sebagai tempat pengendapan air sagu dan lokasi yang baik untuk tempat produksi harus dekat dengan sumber air bersih. hal ini yang dilakukan pak Agussalim sebelum memulai suatu bisnis sagu sebagaimana yang telah diungkapkan sebagai berikut:

“Tempat produksi sagu harus strategis agar nyaman dalam melakukan produksi sagu misalkan harus ada gubuk (rumah kebun) digunakan untuk beristirahat, sholat, makan, dan untuk menyimpan alat dan bahan yang digunakan untuk memproduksi. Selain dari tempat istirahat tempat sagu juga harus strategis contohnya dibuatkan bak terbuat dari beton agar pati sagu yang sudah disaring tidak keluar dari bak agar tidak mengalami kerugian.”

Pemaruhan yang dilakukan di pabrik sagu Agussalim didesa mappedeceng kecamatan mappedeceng kabupaten luwu utara dengan cara memaru batang sagu yang sudah dibelah dengan menggunakan mesin modern untuk menghasilkan empulur sagu kemudian di saring untuk menghasilkan pati sagu yang baik dan berkualitas. Pada bagian pemaruhan terdapat 2 orang yang memasukan batang sagu yang sudah dibersihkan dan dibelah kedalam mesin pemaru dan ada yang mengambilkan batang sagu yang sudah dibelah untuk diberikan kepada operator pemasut (orang yang memaru). Ada juga pada bagian mengoyang- goyangkan empulur sagu pada bagian penyaringan dibak penampungan sagu. Sebagaimana yang diungkapkan narasumber:

“Dalam sistem pemaruhan ini kami melakukan pembagian pekerjaan agar terarah. Misalkan arifuddin dan ramli dibagian pemaruhan, kalfin dan sugandi bagian dipenyaringan dan bak beton untuk melihat bagian penyaringan pati

sagu apakah bagian alat penyaringan sudah berfungsi dengan baik dan selebihnya melayani konsumen atau bagian pengemasan.”

Bagian utama dari alat produksi atau pamarut sagu secara modern sebagai berikut : Motor listrik, Hopper (corong), Pamarut (gigi parut), Saluran keluar hasil parut, Rangka mesin, Sistem transmisi sabuk dan puli, Saringan pati sagu, Pipa, Pompa, Selang air, Bak penampung. Sebagaimana yang dikemukakan oleh pak Agussalim sebagai berikut:

“ Alat dari mesin sagu modern memiliki bentuk dan fungsi masing-masing mulai dari motor penggerak untuk sumber tenaga alat, gerbong atau tempat yang berhubungan dengan parut, puli dan sabuk digunakan untuk memutar atau memindahkan tenaga ke gigi parut untuk berputar, selang atau pompa, pipa besar dan pipa kecil untuk menyalurkan air dan pati sagu hingga ke bak beton atau penampungan. saringan untuk memisahkan empulur dengan ampas sagu begitupun dengan bak beton tempat pengendapan empulur sagu.”

Cara produksi sagu dengan menggunakan alat modern di pabrik sagu Agussalim: Siapkan potongan sagu yang sudah dibelah dan sudah dicuci untuk persiapan pamarutan, Kemudian cuci dan periksa alat yang akan digunakan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, Motor mesin dihidupkan dengan cara menekan tombol star pada motor mesin, maka pamarut berputar dan pompa menyala untuk mengambil air, Setelah mesin berputar dengan baik, atur kecepatan mesin untuk menghasilkan parutan yang di inginkan, Batang sagu dimasukkan kedalam saluran masuk mesin parut, sehingga batang sagu terparut oleh mesin. Untuk meperlancar pamarutan, orang yang

melakukan pamarutan (operator pamarut) menekan bagian batang sagu bagian luar ke slinder pamarut, sagu yang sudah diparut masuk kedalam bak pencucian berada diatas saringan. Empulur batang sagu yang sudah diparut disalurkan menggunakan pipa besar dan digoyang-goyangkan di bagian penyaringan dan disiran menggunakan pipa kecil atau selang air untuk memisahkan pati sagu dengan empulur sagu dan di salurkan ke bak beton dengan menggunakan pipa besar.

Air dari pencucian empulur batang sagu di pindahkan ke bak pengendapan dengan menggunakan pipa besar. Pati sagu akan mengendap pada bak penampung dan empulur sagu atau ampas yang sudah disaring dimasukan kedalam karung untuk kemas dan jual ataupun digunakan untuk makanan ternak. Agar empulur tidak menimbulkan limbah. Setelah itu pati sagu didiam 12 jam agar dalam proses pembuangan pengendapan pati sagu tidak ikut terbang. Jika air pati sagu sudah dibuang maka pati sagu dimasukan kedalam karung yang sudah disiapkan. Setelah dikemas dengan karung disusun dengan rapi.

d. Hasil produksi sagu

Hasil dari produksi sagu diendapkan selama selama 12 jam di bak pengendapan atau bak beton, dikeringkan dengan membuka saluran air atau mengangkat air dengan pompa air untuk pengeringan hingga yang tinggal sagu dalam bak dalam bentuk sagu basah. Setelah air betul-betul kering dari permukaan sagu, maka sagu tersebut diangkat dari dasar bak untuk disimpan dikarung.

Hasil produksi sagu dipabrik sagu Agussalim dalam perharinya biasanya memproduksi 10 sampai 50 pohon sagu, hasil dari 1 batang sagu jika kelihatan besar dan berisi maka dapat menghasilkan sekitar 10 karung jadi dalam 10 batang sagu yang diproduksi maka hasilnya sebanyak 100 karung perharinya begitu pun seterusnya. Hasil produksi sagu tidak menentu karena tidak semua 1 batang sagu menghasilkan 10 karung, hal ini dilihat sesuai dengan batang sagu itu sendiri.

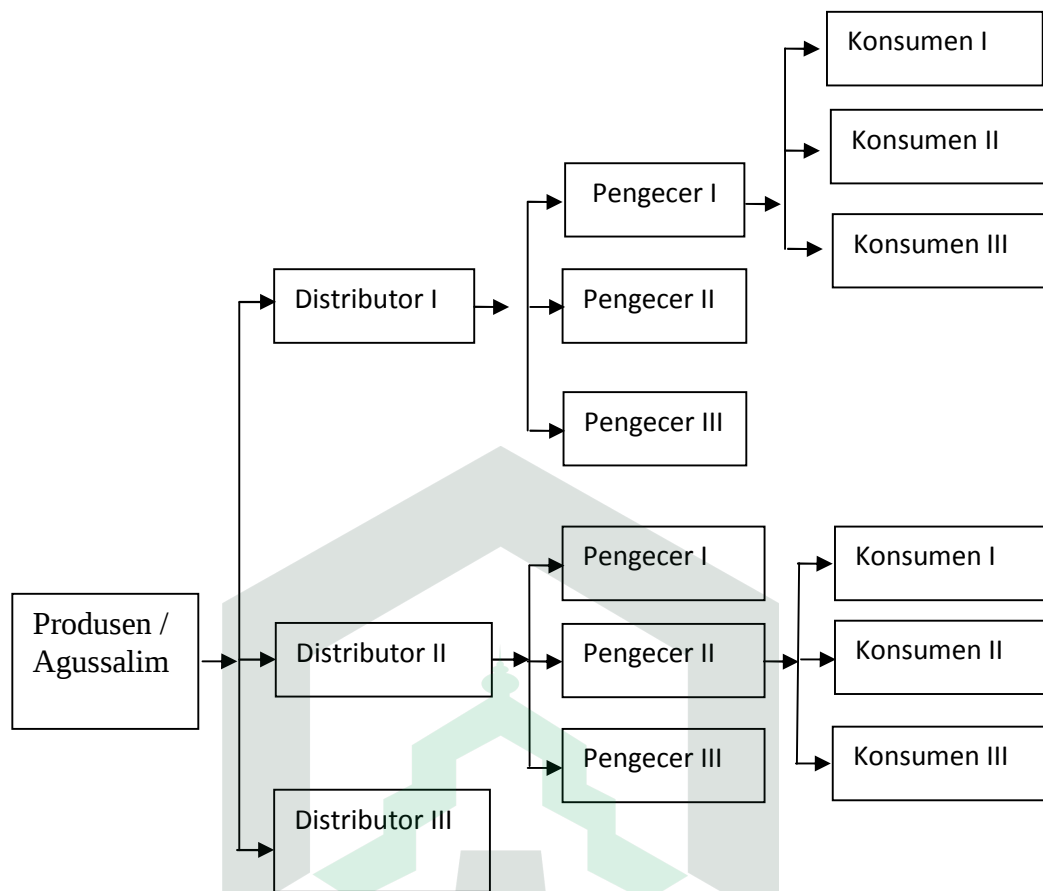
“Untuk hasilnya saya melihat pohon sagu jika agak gemuk atau besar, hasil biasanya dari 1 batang sagu 10 karung yang dapat diambil dari produksi. Tapi kadang dalam produksi perharinya biasanya hasil yang didapat 100 karung jika pohon sagunya besar. Tetapi jika standar atau kecil biasanya 7 atau 8 karung”.

Hasil produksi sagu dikemas dalam karung dan disimpan ditempat yang telah disediakan. Dari hasil tersebut pak Agussalim menyimpan dalam beberapa bagian untuk memenuhi permintaan konsumen mulai dari distributor hingga ke konsumen akhir.

3. Saluran distribusi dari produsen hingga ke konsumen akhir

Saluran distribusi (distribution channel) adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan produk dari produsen sampai ke konsumen.⁵⁸ Saluran distribusi adalah suatu kelompok perantara yang memiliki hubungan sangat erat satu sama lain dalam menyalurkan produk-produk kepada konsumen.

⁵⁸ Putri, *Manajemen Pemasaran Modern*.



Gambar 4.2 saluran distribusi dari produsen hingga konsumen akhir

a. Produsen

Produsen adalah pihak yang melakukan kegiatan produksi untuk menciptakan dan menambah nilai guna suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat 3, istilah produsen diganti dengan pelaku usaha. Karena produsen kini disebut sebagai pelaku usaha, maka produsen dapat berbentuk orang perseorangan atau badan usaha. Pelaku usaha atau produsen adalah segala bentuk perusahaan yang mencakup semua bidang, baik itu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), koperasi, maupun perusahaan

swasta seperti pabrik, importir, dan lain-lain. Intinya, mereka yang memproduksi suatu barang sebagai bentuk kegiatan usaha disebut sebagai produsen.⁵⁹

biasanya produsen disebut juga sebagai pelaku usaha yang membuat atau memproduksi barang dan jasa yang kemudian dijual atau dipasarkan. Seperti pada usaha sagu bapak agussalim yang memproduksi sagu kemudian dijual atau dipasarkan, dalam hasil wawancara bersama bapak agussalim dijual kepada siapa saja sagu yang di produksi:

“Kami menjual sagu kepada siapa saja, misalkan kepada pedagang dan juga konsumen akhir. Namun kebanyakan yang datang membeli sagu kami para pedagang.”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa pak agussalim yang merupakan produsen atau pelaku usaha mendistribusikan sagu yang ia produksi ke sebagian besar distributor, pak agussalim juga menjual sagu yang di produksi ke konsumen akhir namun tidak sebanyak pak agussalim menjual ke distributor.

Produk merupakan segala sesuatu berbentuk fisik maupun non fisik, yang ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi konsumen sebagai pemenuhan atas kebutuhan atau masalahnya.⁶⁰ Dalam memproduksi suatu barang dan jasa biasanya kita membuat beberapa macam bentuk dan ukuran produk. bentuk dan ukuran juga supaya kita bisa menetapkan harga suatu barang yang akan kita jual atau pasarkan. Sama halnya

⁵⁹ <https://majoo.id/solusi/detail/produsen-adalah> (15 juli 2022) di akses pada tanggal 11 oktober 2022 jam 14:34

⁶⁰ Bheben Oscar and Hilman Cahya Megantara, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army,” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 10 (2020): 1–12.

dengan usaha sagu agussalim, bentuk sagu yang di jual atau dipasarkan hanya sagu basah saja, namun ukuran sagu yang dijual beragam. Seperti dalam hasil wawancara berikut ini:

“Kami menjual sagu hanya satu bentuk yaitu sagu basah, kemudian kami menjual sagu kami dengan ukuran dari ukuran setengah dan penuh dalam karung beras yang berukuran 25 kg.”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa pak agussalim hanya menjual satu bentuk sagu saja yaitu dalam bentuk sagu basah sedangkan pak agussalim dalam mengemas produknya dalam ukuran setengah dan penuh di dalam karung beras dengan berat 25 kg.

Merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. Merek yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu merek dalam masyarakat, asosiasi merek yang tinggi pada suatu produk, persepsi positif dari pasar dan kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi.⁶¹

Dalam membuat suatu produk kita barang maupun jasa kita biasanya memberikan merk kepada barang atau jasa kita buat agar apa yang kita jual atau pasarkan dapat di kenali para pelanggan kita. Namun usaha sagu agussalim tidak memberikan merk terhadap sagu yang ia buat atau produksi. Seperti dalam hasil wawancara berikut:

⁶¹ Oscar and Megantara.

“Usaha sagu kami tidak mempunyai merk. Alasannya karena kami hanya menjual sagu basah saja.”

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pak agussalim tidak memiliki nama merk terhadap produk sagu yang di produksinya dengan alasan bahwa sagu yang di produksi hanya sagu basah saja, namun para pembeli sagu di tempat pak agussalim mereka member nama sendiri yaitu sagu agussalim.

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.⁶²

Menetapkan suatu harga terhadap barang dan jasa yang kita jual atau pasarkan sangat di perlukan agar apa yang kita jual bisa diketahui untung atau rugi jika menjual barang dan jasa dengan harga segini. Sama halnya dengan usaha sagu agussalim menentukan harga pada sagu yang ia jual dengan cara sesuai ukuran. Seperti hasil wawancara berikut ini:

“Untuk menentukan harga sagu yang kami jual, dengan cara sesuai dengan ukuran seperti ukuran setengah karung dari harga Rp. 75.000-100.000 dan untuk ukuran penuh kami jual dengan harga Rp. 125.000-145.000 begitula cara kami menentukan penetapan harga sagu yang kami jual.”

⁶² Husni Muharram Ritonga and Dkk., *Manajemen Pemasaran* (Medan, 2018).

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan harga sagu, pak Agussalim melihat ukuran sagu dari ukuran setengah karung sampai ukuran karung yang penuh ia menjual dengan melihat kebutuhan pelanggan atau pembelinya.

Dalam melakukan penjualan suatu barang dan jasa kita biasanya melakukan promosi agar apa yang kita jual laris dipasaran. Dalam melakukan promosi biasanya kita melakukan beberapa bentuk macam promosi seperti, iklan, personal selling, promosi penjualan, humas, dan pemasaran langsung atau internet. Namun usaha sagu agussalim tidak melakukan bentuk promosi apapun dalam melakukan penjualannya. Seperti dalam hasil wawancara berikut ini:

“Kami tidak melakukan bentuk promosi apapun dalam melakukan penjualan sagu kami, meskipun kami tidak melakukan bentuk promosi orang-orang sudah pada tau bahwa agussalim menjual sagu.”

Dari hasil wawancara di atas pak agussalim tidak melakukan bentuk promosi apapun dalam melakukan penjualan walaupun bentuk promosi dapat menunjang penjualan agar lebih laris di pasaran namun pak agussalim tidak, karena walaupun tanpa melakukan promosi sagu agussalim sudah banyak di ketahui masyarakat bahwa pak agussalim menjual sagu.

Dalam melakukan penjualan kita pasti menentukan lokasi atau tempat untuk menjual barang atau jasa. Menentukan tempat atau lokasi yang strategis dalam melakukan penjualan kita dapat meraih keuntungan yang besar. Usaha sagu agussalim menjual sagunya hanya di satu lokasi yaitu desa mappedeceng kecamatan mappedeng, lokasi penjualan usaha sagu agussalim tidak begitu

strategi karena masuk di pelosok kampung, namun itu tidak mempengaruhi hasil penjualannya. Seperti pada hasil wawancara berikut ini:

“Lokasi menjual kami hanya satu tempat yaitu di desa mappedeceng kecamatan mappedeceng, lokasi menjual kami bisa dibilang tidak begitu strategis karena memasuki wilayah perkampungan kemudian masuk pelosok namun itu tidak mempengaruhi penjualan kami. Mungkin orang-orang sudah pada tahu bahwa di lokasi tersebut ada yang menjual sagu sehingga lokasi kami tidak mempengaruhi para pembeli untuk datang membeli.”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa lokasi usaha tempat produksi sekaligus penjualan sagu agussalim tidak begitu strategis namun itu tidak mempengaruhi penjualannya.

b. Distributor

Distributor biasanya juga disebut penyalur. Merupakan pihak yang mengambil barang jadi dari produsen tanpa adanya modifikasi atau perubahan yang dilakukan kemudian menjual barang tersebut ke warung, tokoh, supermarket, dan sebagainya. Distributor adalah pelaku/subjek yang melakukan kegiatan distribusi, bisa diartikan distributor adalah orang atau perusahaan yang mendistribusikan atau yang menyalurkan produk yang mereka beli ke pembeli.⁶³ Para distributor-distributor yang membeli sagu di usaha sagu pak agussalim menjual sagunya di berbagai tempat seperti di jalan trans Sulawesi kecamatan mappedeceng, pasar sentral masamba, dan berbagai tempat lainnya. Seperti pada hasil wawancara berikut ini:

⁶³ Basuki, “Saluran Distribusi.”

“Distributor I: saya menjual sagu kepada pedagang yang ada di jalan poros trans Sulawesi kecamatan mappedeceng. Distributor II: saya menjual sagu saya kepada pedagang yang ada di pasar sentral masamba. Saya juga biasanya menjual ke warung rumah makan yang menjual kapurung. Distributor III: saya menjual sagu saya kepada para pedagang yang ada di pasar sentral bone-bone.”

Dari hasil wawancara di atas bersama ketiga distributor diatas menunjukkan bahwa mereka menjual sagu kepada para pengecer yang berada di jalan trans Sulawesi, menjual sagu kepada para pengecer yang ada di pasar sentral bone-bone dan distributor terakhir menjual sagunya di pengecer pasar sentral masamba.

Dalam melakukan penjualan barang dan jasa biasanya kita menjual beberapa macam bentuk dan ukuran produk. bentuk dan ukuran juga supaya kita bisa menetapkan harga suatu barang yang akan kita jual atau pasarkan. Sama halnya dengan para distributor, bentuk sagu yang di jual atau dipasarkan hanya sagu basah saja, namun ukuran sagu yang dijual beragam. Seperti dalam hasil wawancara berikut ini:

“Distributor I: saya menjual sagu saya hanya satu bentuk yaitu sagu basah saja. kalau ukuran saya menjualnya ada beberapa macam ukuran mulai dari ukuran kecil, sedang, besar. Distributor II: saya menjual sagu saya hanya satu bentuk yaitu sagu basah saja. saya menjual sagu hanya dua ukuran kecil dan besar. Distributor III: saya menjual sagu saya hanya satu bentuk yaitu sagu basah saja, untuk ukuran saya menjual berbagai ukuran tergantung dari pembeli.”

Penetapan harga adalah suatu proses untuk memberikan nilai atau harga kepada pelanggan dari distributor untuk menukar produk. Untuk menetapkan biaya perlu dipertimbangkan identitas barang dan jasa, total biaya produksi, dan sasaran atau pelanggan. Begitu pun dengan para distributor menentukan penetapan harga suatu barang dengan cara melihat ukuran barang tersebut dan menyesuaikan dengan harga barang yang di beli dari produsen sehingga tidak mengakibatkan kerugian. Seperti pada hasil wawancara berikut ini:

“Distributor I: saya menetapkan harga sagu saya dengan melihat ukuran sagu yang saya jual. Distributor II: saya menetapkan harga sagu yang saya jual dengan melihat ukuran sagu dan juga mempertimbangan harga sagu yang saya beli dari produsen. Distributor III: saya menetapkan harga sagu yang saya jual dengan melihat harga di pasaran.”

Pada dasarnya transportasi dapat didefinisikan sebagai pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ketempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi berperan penting dalam SCM. Dalam konteks SCM, transportasi berperan penting karena sangatlah jarang suatu produk diproduksi dan dikonsumsi dalam satu lokasi yang sama. Strategi supply chain yang diimplementasikan dengan sukses memerlukan pengelolaan transportasi yang tepat. Pengelolaan transportasi yang efektif dan efisien akan memastikan pengiriman barang dari perusahaan ke pelanggan dengan tepat waktu, tepat jumlah, tepat kualitas, dan tepat penerima. Para distributor melakukan

penyaluran barang ke pengecer dengan menggunakan kendaraan roda empat yaitu mobil pick up alasan mereka menggunakan mobil pick up karena mobil tersebut tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil, juga pengiriman yang mereka lakukan lebih cepat sampai ketimbang menggunakan mobil truk. Seperti pada hasil wawancara berikut:

“Distributor I: kendaraan yang saya gunakan untuk melakukan pengiriman barang yaitu mobil pick up, alasan saya menggunakan mobil tersebut tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil jadi cocok digunakan untuk mengantarkan pesanan para pembeli. Distributor II: saya mempunyai dua kendaraan mobil pick up untuk mengantar sagu yang di pesan oleh pembeli. Distributor III: saya menggunakan mobil pick up untuk melakukan pengiriman barang untuk pembeli karena saya rasa mobil pick up akan cepat sampai pada tujuan.

c. Pengecer

Pengecer adalah pelaku usaha distribusi yang kegiatan pokoknya memasarkan barang secara langsung kepada konsumen.⁶⁴ Pedagang Pengecer sagu di Kecamatan Mappedeceng pada umumnya berada di pasar-pasar dan jalan poros trans Sulawesi kecamatan Mappedeceng dan kecamatan Luwu Utara. Dalam hal ini mereka membeli sagu dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perlakuan apapun hanya saja ada proses pengemasan yang dilakukan agar sagu tidak akan hilang kualitasnya, Fungsi

⁶⁴<http://bukausaha.ngertihukum.id/pelaku-umk-wajib-tahu-perbedaan-perdagangan-besar-dengan-perdagangan-eceran/>

pemasaran dari pengecer adalah menyalurkan sagu kepada para konsumen. Seperti pada hasil wawancara bersama beberapa pengecer berikut:

“Saya menjual sagu saya langsung ke tangan konsumen akhir, dan rata-rata pelanggan setia saya akan mendapatkan diskon misalkan harga RP.50.000 saya akan kasih harga menjadi RP.45.000 tapi kalau pembeli yang lewat hanya sekali membeli tidak saya kasih diskon.”

Dalam menjual suatu barang dan jasa biasanya kita membuat beberapa macam bentuk dan ukuran produk. bentuk dan ukuran juga supaya kita bisa menetapkan harga suatu barang yang akan kita jual atau pasarkan. Sama halnya para pengecer yang menjual sagunya mereka menjual sagu dengan berbagai macam ukuran dari sagu yang ukurannya paling kecil hingga sagu yang paling besar, namun kalau bentuk para pengecer hanya menjual satu bentuk saja yaitu sagu basah saja. Seperti dalam hasil wawancara berikut ini:

“Saya menjual sagu bermacam-macam ukurannya dari ukuran balabba sagu yang kecil sampai ukuran balabba sagu yang besar, kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.”

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan guna untuk memberikan nilai suatu produk atau jasa dengan mengkalkulasikan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan

untuk memperoleh keuntungan serta mempertimbangkan factor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga.

Menetapkan suatu harga terhadap barang dan jasa yang kita jual atau pasarkan sangat di perlukan agar apa yang kita jual bisa diketahui untung atau rugi jika menjual barang dan jasa dengan harga segini. Sama halnya dengan para pengecer yang berada di kecamatan Mapedeceng tepatnya jalan poros trans Sulawesi menetapkan suatu harga pada sagu yang mereka jual sangat bervariasi mulai dari harga RP. 10.000-85.000/balabba . Seperti hasil wawancara berikut ini:

“Untuk menentukan harga sagu yang saya jual, itu sangat bervariasi kalau balabba paling kecil saya jual RP.10.000 ada juga harga 25.000, 35.000. 50.000 kalau balabba paling besar itu RP.85.000”

Dalam suatu usaha lokasi sangat menentukan usaha kita dimasa mendatang. Hal ini dikarenakan lokasi akan mempermudah calon konsumen untuk menemukan tempat Anda. Tidak hanya konsumen, tentu akan ada pebisnis atau investor yang akan menawarkan kerjasama jika usaha Anda dapat dinilai memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi akan menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Sama halnya dengan para pengecer sagu mereka merasa lokasi yang mereka tempati saat ini untuk

menjalankan usaha mereka sangat strategis karena mereka menempati lokasi di pinggir jalan dan di dalam pasar yang banyak di lewati oleh orang dan dikunjungi oleh orang. Lokasi usaha pada saat ini sangat memberikan keuntungan bagi mereka saat ini dan mungkin juga masa mendatang.

d. Konsumen akhir

konsumen ini merupakan siklus terakhir dari aliran produk atau barang dari sebuah rantai pasok produksi di awal. Konsumen merupakan pihak yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen akhir merupakan orang yang membeli barang tanpa menjual kembali barang tersebut kepada pihak tertentu. Sebagai pengguna dari produk yang dihasilkan oleh produsen maka peranan konsumen adalah yang paling penting tanpa adanya konsumen maka semua rantai pasok tidak akan berjalan, karena itu konsumen merupakan kunci dari keberlangsungan suatu produk.⁶⁵

B. Pembahasan

1. Produksi usaha sagu Agussalim di Mappedeceng

Sistem produksi bisnis sagu Agussalim dilakukan melalui 4 tahap yang pertama pemilihan tempat untuk pengambilan sagu, pada tahap ini Pak Agussalim mengambil sagu diberbagai daerah atau bisa dibilang Sulawesi Selatan terutama di Luwu Utara katanya dimana ada sagu disitu kita ambil, karena jika ingin memilih-memilih tempat pohon sagu maka akan terjadi kurang batang sagu untuk diproduksi.

⁶⁵ Dharma Fidyansari and Fitriyanti, "Studi Bisnis Pengolahan Tanaman Sagu Di Desa Waelawi Malangke Barat Kab. Luwu Utara," *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan* 7, no. 3 (2019): 178–92.

Dalam pemilihan pengambilan pohon sagu sebenarnya perlu ditempat yang keasamaan yang tinggi, rawa-rawa air tawar dengan tanah yang kelihatan kuning kecoklatan atau hitam tetapi karena keterbatasan dalam melihat tempat atau daerah dan pohon sagu maka tidak kami tidak melihat hal tersebut karena untuk memenuhi permintaan konsumen.

Tahap kedua mekanisme memanen pohon sagu, pada tahap ini pak agussalim melakukan pemanen dengan cara menebang pohon sagu dengan menggunakan mesin gerjaji melalui beberapa proses, mulai dari pembersihan jalan masuk ke pohon sagu yang akan ditebang, dibersihkan bagian bawah pohon sagu yang akan ditebang, jika panebangan selesai, bagian bagian pelepah dipisahkan dari batang sagu, kemudian batang sagu dipotong-potong 1-2 meter untuk diangkut ke pabrik.

Tahap ketiga yaitu cara memproduksi sagu pada tahap ini, memproduksi sagu dengan menggunakan alat modern, alat-alat yang digunakan seperti motor mesin, corong, pamarut, rangka mesin, sabuk , pulih, pompa dan bak penampungan. Sistem kerjanya adalah mesin motor dinyalakan hingga yang berfungsi mulai dari putaran yang dihasilkan dari mesin yang disalurkan ke pulih dan sabuk sehingga dapat memutarakan selinder pamarutan. Dengan menggunakan alat ini dilakukan dengan cara mrngumpankan empulur sagu sehingga belahan batang sagu dapat terparut oleh silinder pamarut yang berputar. Proses ini dilaukan secara hati-hati dimana apabila empulur batang sagu sudah terparut tersisa sedikit maka harus segerah digantikan dengan belahan batang sagu ayng baru.

Bagian utama dari alat produksi atau pamarut sagu secara modern sebagai berikut : yang pertama Motor listrik merupakan sumber tenaga penggerak awal dari perancangan pada alat ini. Pada dasarnya alat pamarut ini dipergunakan pada pabrik- pabrik dan pasar-pasar tradisional karena disamping efisien juga aman bagi pemakai., kedua Hopper (corong) adalah bagian yang digunakan parut untuk memasukkan bahan yang akan diparut sekaligus sebagai wadah parutan. Bagian ini langsung berhubungan dengan alat parut. Ketiga Pamarut (gigi parut) merupakan Pamarut ini terbuat dari besi yang berbentuk silinder kemudian ditambahkan berupa kawat-kawat atau paku-paku yang disusun sedemikian rupa hingga dapat memarut bahan karena gesekan antara bahan tersebut dengan kawat/paku. Keempat Saluran keluar hasil parut yaitu Bagian ini merupakan tempat menyalurkan hasil parutan, dimana bagian ini diharapkan mampu dengan mudah menurunkan hasil parutan. Yang utama dari pembuatan bagian ini adalah bahannya licin sehingga bahan hasil parutan dapat dapat dengan mudah meluncur turun, dan tahan terhadap korosi. Dalam pembuatan saluran keluarnya hasil parut ini sebaiknya menggunakan bahan stainless steel (besih tahan karat).

Kelima Rangka mesin Bagian ini merupakan bagian yang berfungsi untuk menopang seluruh komponen-komponen utama dari mesin pamarut. Jadi diharapkan rangka mesin ini mampu menahan keseluruhan beban dan juga harus kokoh. Keenam Sistem transmisi sabuk dan puli, Sabuk merupakan salah satu bagian yang tak terpisahkan dari proses transmisi yang menggunakan sabuk-puli, sabuk sendiri digunakan untuk sebagai penerus putaran yang diterima oleh

ulih. Sebagian besar transmisi sabuk menggunakan sabuk -V karena mudah di beli di tokoh-tokoh terdekat. Puli merupakan salah satu bagian sistem transmisi daya untuk menghubungkan bagian peneggerak dan bagian yang digerakan. Diameter pitch untuk pulih kecil puli pengerak dan puli besar puli yang digerakan sealam beroperasi sabuk-V membalut kedua puli dan bergerak dengan kecepatan tertentu dengan mengamsumsikan tidak terjadi tergelincir atau molor pada sabuk.

Ketujuh Saringan pati sagu Berfungsi untuk pemisah antara empulur dengan patih sagu, kedelapan Pipa Berfungsi untuk pipa kecil tempat mengalirnya air dan dan pipa besar tempat untuk menyalurkan pati sagu yang sudah disaring dengan air hingga sampai kebak beton. Kesembilan Pompa Berfungsi untuk mengambil air kedalam bak pencucian dari bak pencucian kedalam bak pengendapan. Kesepuluh Selang air Berfungsi untuk mengambil air untuk di gunakan dalam penyaringan. Keseblas Bak penampung Berfungsi sebagai pengendapan pati sagu yang sudah melaui proses pemisahan anantara empulur dan pati di bak pencucian.

Tahap keempat hasil produksi pada tahap ini pak Agussalim memproduksi perharinya sekitar 100 karung dari 10 batang pohon sagu. Dari hasil produksi diendapkan selama 12 jam dibak penampungan, kemudian buang pengendapan dengan membuka saluran pembuangan atau menggunakan pompa air, tunggu sampai air benar-benar kering sehingga yang tinggal dalam bak bentuk sagu basah. Setelah pengeringan, angkat sagu basah dan masukan kedalam karung untuk disimpan.

Produksi sagu basah pada usaha sagu Agussalim menggunakan alat modern berbeda dengan orang papua yang menggunakan alat tradisional dalam buku resite kurniawan yang berjudul sagu dan olahan khasnya. Dalam buku ini menjelaskan tentang produksi sagu secara tradisional. Dalam memproduksi pohon sagu secara tradisional sebanyak 1 sampai 3 pohon sagu dalam sehari. Pengolahan tradisional yang dilakukan terutama yang ada dipapua dan Maluku biasanya yang melakukan pemerasan adalah perempuan. Lain halnya bilamana ekstraksi yang dilakukan oleh pabrik. Batang pohon sagu yang sudah dipotong-potong sekitar 40 sampai 70 cm lalu diparut menggunakan mesin hingga mendapatkan beberapa kali sampai mendapatkan tepung yang putih dan bersih. Pengemasan juga sudah memakai plastik.

Alat yang digunakan dalam hal ini dapat dibedakan antara alat tradisional dan alat modern, dimana alat tradisional dalam memproduksi sagu lebih sedikit dalam sehari dan memakai tenaga lebih banyak dibandingkan dengan alat modern lebih banyak memproduksi pohon sagu dalam sehari dan sedikit memakai tenaga dalam memproduksi, Dalam memanen pohon sagu pohon sampai siap parut hampir sama tetapi dalam proses pamarutan sampai pengemasan sedikit berbeda, misalkan dilihat dari alat yang digunakan dan dari pengemasannya.

Pada dasarnya dalam menebang pohon sagu untuk di produksi karyawan pak Agussalim yang bekerja dilapangan akan memperhatikan pohon sagu yang sudah siap untuk ditebang dan bisa menghasilkan sagu basah yang banyak hal

idealnya pohon sagu yang ialah pohon sagu yang berumur 7-8 tahun, daun palepah yang sudah besar, tinggi batang dan besar batang sagu.

Harapan pak Agussalim terhadap pemerintah setempat untuk menunjang keberlanjutan usahanya yaitu berharap pemerintah setempat dapat memberikan mesin baru karena mesin yang lama sudah mulai rusak dibagian tertentu dan produksi sagu bisa berjalan dengan lancar agar bisa memenuhi permintaan para konsumen.

Dalam setiap bisnis atau usaha pasti kita perna mengalami masalah-masalah baik yang di timbulkan oleh perubahan cuaca maupun dari diri sendiri. Berikut ini Permasalahan yang dihadapi oleh usaha sagu Agussalim dalam pemanenan pohon sagu dan pendistribusian:

- a. Pada saat musim kemarau mengakibatkan hasil produksi yang di hasilkan berkurang yang biasanya 10 karung dalam satu batang menjadi 7 karung dalam satu batang.
- b. Pada saat musim hujan air yang ada di sungai menjadi keru sehingga mengakibatkan sagu yang di produksi menjadi berwarna agak coklat.
- c. Pada saat covid-19 mengakibatkan sedikitnya para pelanggan yang datang ke pabrik

2. Biaya produksi sagu Agussalim

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang/pabrik, dan lain sebagainya yang biasa disebut fix cost (biaya tetap) dan variabel cost

(biaya variabel). Biaya produksi ini harus di akumulasi secara cermat untuk kemudian dihitung dan dibandingkan dengan laba kotor perusahaan. Setelah pendapatan dikurangi dengan biaya produksi akan menjadi laba bersih perusahaan atau total keuntungan yang diperoleh.

a. Biaya tetap

Biaya tetap adalah pengeluaran yang harus dibayar setiap bulan seperti biaya sewa, biaya pajak bangunan, biaya penyusutan alat dan kebutuhan yang lain tidak. Biaya ini terjadi terlepas dari adanya unit yang diproduksi atau tidak dan besarnya biaya tetap tidak akan terlalu banyak berubah, bahkan ada biaya yang tidak berubah sama sekali dari waktu ke waktu.

Tabel 4.1 Biaya tetap usaha sagu pak Agussalim

No	Biaya tetap	Biaya (Rp)
1.	Biaya penyusutan alat	
	a. Mesin	50.000
	b. Senso	20.000
	c. Kampak	1.000
	d. Tali	7.000
	e. Papan	10.000
	f. Parang	2.000
	Total	90.000

Sumber: Data primer (diolah), 2022.

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa secara keseluruhan rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan oleh pak Agussalim dalam usaha sagunya yang meliputi biaya penyusutan alat adalah sebesar Rp. 90.000 setiap bulannya.

b. Biaya variabel

Ini adalah biaya yang dapat berubah, yaitu ketika ada peningkatan dalam produksi, biaya variabel ini juga akan meningkat secara proporsional dengan

presentase yang sama, jadi ketika tidak ada produksi maka tidak akan ada biaya ini. Jadi bisa dibilang bahwa biaya ini berbanding lurus dengan unit yang diproduksi oleh perusahaan. besaran biaya variabel tetap sama dalam setiap unitnya, tetapi akan mengakibatkan perubahan total pada setiap biaya seperti penyediaan bahan baku.

Tabel 4.2 Biaya variabel usaha sagu Agussalim

No	Biaya variabel	Jumlah	Satuan	Harga per unit (Rp)	Biaya (Rp)
1	Bensin transportasi, senso, mesin	100	Liter	10.000	1.000.000
2	Gaji tenaga kerja				
	Tetap	7	Orang	100.000	1.400.000
	Tidak tetap	8	Orang	-	400.000
total					14.000.000

Sumber: data primer (*diolah*) 2022

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan pak Agussalim yang meliputi biaya bahan bakar dan biaya tenaga kerja yaitu sebesar Rp. 14.000.000 setiap bulan. Besarnya biaya variabel ini dipengaruhi oleh volume produksi sagu yang dihasilkan semakin besar volume produksi maka semakin besar pula biaya variabel yang dikeluarkan, begitupun sebaliknya.

c. Biaya total

Biaya total pada usaha sagu pak Agussalim merupakan hasil dari penjumlahan seluruh biaya tetap dengan biaya variabel dengan biaya variabel yang dikeluarkan selama satu kali proses produksi sagu basah

Tabel 4.3 biaya total usaha sagu Agussalim

Biaya tetap (Rp)	Biaya variabel (Rp)	Biaya total (Rp)
90.000	14.000.000	14.090.000

Sumber: data primer (*diolah*) 2022

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata biaya total yang dikeluarkan oleh pak Agussalim sebesar Rp. 14.090.000 setiap bulan. Biaya terbesar yang dikeluarkan berasal dari biaya variabel sebesar Rp. 14.000.000. sedangkan jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh pak agussalim sebesar Rp. 90.000.

d. Penerimaan usaha sagu pak Agussalim

Penerimaan adalah nilai rupiah dari total produksi yang dihasilkan atau merupakan hasil perkalian antara produksi sagu basah dengan harga jual sagu . rata-rata penerimaan usaha sagu pak agussalim setiap satu bulan pada bulan agustus.

Tabel 4.4 rincian produksi, harga jual dan penerimaan usaha Agussalim

Produksi (Rp)	Harga jual (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp)
10.000	2.636	26.360.000

Sumber: data primer(*diolah*) 2022

Pada tabel diatas menunjukan bahwa rata-rata produksi sagu yang dihasilkan pak Agussalim dalam setiap bulan 10.000 kg dengan harga jual rata Rp 2.636/kg maka akan diperoleh rata-rata penerimaan Rp 26.360.000. tinggi rendahnya penerimaan pak agussalim ini sangat dipengaruhi oleh harga jual dan jumlah produksi yang mampu dihasilkan. Semakin tinggi harga jual dan jumlah produksi yang dihasilkan maka semakin tinggi pula penerimaan yang akan diperoleh oleh pak Agussalim.

e. Pendapatan usaha sagu pak Agussalim

Pendapatan bersih usaha sagu pak agussalim merupakan total penerimaan dikurang total biaya produksi yang dikeluarkan. Pendapatan bersih dipengaruhi oleh nilai produksi dan besarnya total biaya produksi.

Tabel 4.5 pendapatan usaha sagu pak Agussalim

Penerimaan (kg)	Total biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
26.360.000	14.090.000	12.270.000

Sumber: data primer (*diolah*) 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata pendapatan yang diperoleh oleh pak agussalim sebesar Rp. 12.270.000. setiap bulan. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pendapatan usaha sagu pak Agussalim menguntungkan.

f. Laporan laba rugi usaha sagu pak Agussalim

Laporan laba rugi merupakan laporan sistematis tentang penghasilan , biaya dan laba rugi meringkas hasil dari kegiatan usaha selama periode akuntansi tertentu laporan ini sering dipandang sebagai laporan akuntansi yang paling penting dalam laporan tahunan. Selain itu diharapkan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan tingkat keuntungan (return on Investment), risiko dan kemampuan operasional perusahaan.

Tabel 4.6 laporan laba/rugi usaha sagu Agussalim

Keterangan	Nominal (Rp)
Penerimaan usaha	26.360.000
Biaya usaha	
Biaya tetap	90.000
Biaya variabel	14.000.000
Total biaya	14.090.000
Laba/rugi	12.270.000

Sumber: data primer (*diolah*) 2022

Berdasarkan tabel diatas bahwa usaha sagu pak Agussalim rata-rata memproduksi 10.000 kg sagu setiap bulannya pak Agussalim menggunakan metode rata-rata karena dalam memproduksi mengalami kenaikan dan mengalami peneurunan pada produksi . untuk harga sagu dijual dengan harga Rp. 2.636/kg. jadi dalam sebulan rata-rata pak agussalim memperoleh penerimaan sebesar Rp. 26.360.000 dalam perbulan.

Biaya produksi yang dikeluarkan pak agusslim meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi biaya penyusutan alat seperti mesin, senso, kampak, tali, papan, dan parang. Dengan total biaya Rp. 90.000. sedangkan biaya variabel bensin transportasi dan mesin, tenaga kerja tetap dan tidak tetap perbulan rata-rata sebesar Rp. 14.000.000. jadi total biaya produksi yang dikeluarkan pak Agussalim yaitu Rp. 14.090.000. sehingga dapat disimpulkan dalam sebulan pak agussalim menghasilkan rata-rata laba yang diperoleh dalam sebulan sebesar Rp. 12.270.000.

g. Kelayakan usaha sagu pak Agussalim

Suatu usaha dikatakan layak untuk di usahakan jika pengusaha memperoleh keuntungan yang maksimal dari usaha yang dikelolahnya. Manajemen usaha yang baik sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan apabila semuanya dapat dikelolah dengan baik maka usaha tersebut layak untuk diusahakan. Jika dilihat pendapat yang diperoleh pak Agussalim rata-rata Rp 12.270.000 setiap bulannya. Hal ini dikarenakan dalam melakukan usaha pak Agussalim bersungguh-sungguh dalaam menkuni usahanya. Pada usaha dapat

dikatakan layak diusahakan apabila pengusaha mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukannya.

Untuk mengetahui apakah usaha sagu milik pak Agussalim apakah sudah layak atau tidak. Maka dapat dianalisis dengan menggunakan analisis Revenue Cost Ratio (R/C), R/C ratio merupakan analisis kelayakan usaha yang digunakan untuk mengetahui apakah usaha sagu yang dilakukan oleh pak Agussalim layak atau tidak. R/C yang merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total perhitungan R/C ratio pada usaha sagu pak Agussalim dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 kelayakan R/C ratio pada usaha Agussalim

Total penerimaan (Rp)	Total biaya (Rp)	R/C ratio
26.360.000	14.090.000	1,8

Sumber: data primer (*diolah*) 2022

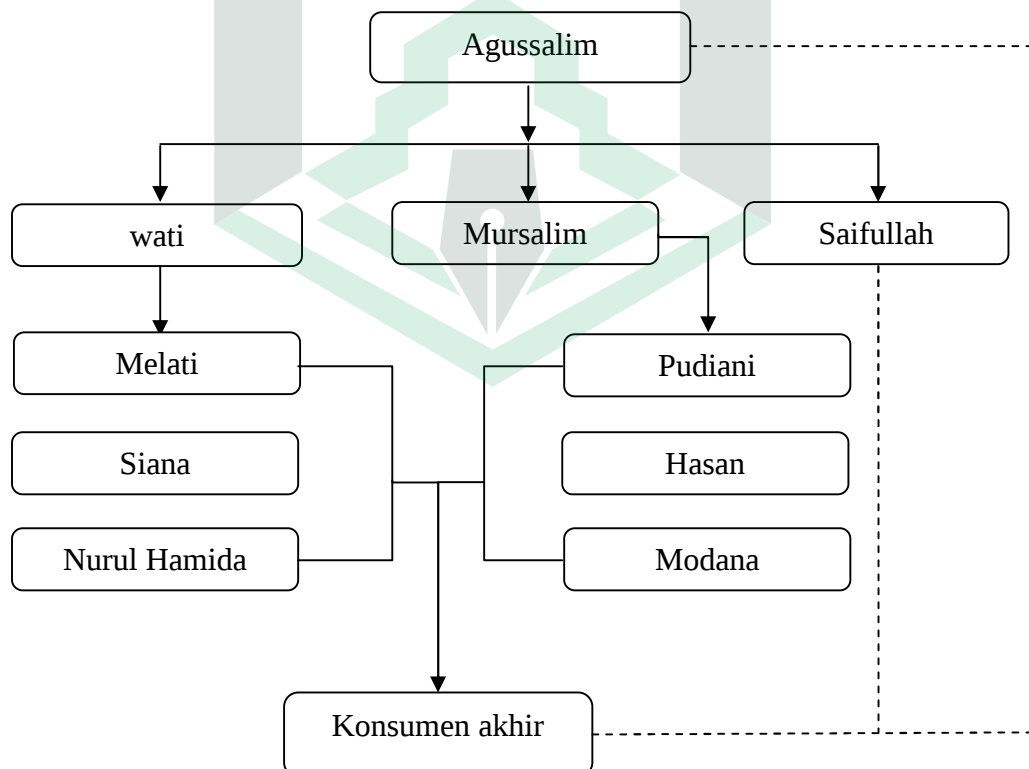
Dari tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa hasil R/C yang diperoleh usaha sagu pak Agussalim sebesar 1,8 berdasarkan kriteria jika $R/C > 1$ maka usaha sagu pak agussalim tersebut menguntungkan dan layak untuk di usahakan. Artinya setiap Rp. 1 yang dikeluarkan memberikan keuntungan 1,8.

3. Saluran distribusi usaha sagu agussalim sebagai produsen hingga ke konsumen akhir

Saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen atau konsumen industri serta mencapai pasar-pasar tertentu. Saluran distribusi dapat mengatasi adanya

perbedaan waktu, tempat, dan kepemilikan yang barang dan jasa dengan konsumen yang akan menggunakannya.⁶⁶

Pada perekonomian sekarang ini, sebagian besar produsen tidak dengan perantara untuk membawa produk mereka ke pasar. Perantara menjual barangnya ke pemakai akhir. Perusahaan biasanya bekerja sama langsung pemasaran membentuk suatu saluran distribusi. Perusahaan perlu menerapkan saluran distribusi yang baik dan benar supaya produk perusahaan bisa sampai ke tangan konsumen dengan tepat sasaran. Perusahaan membutuhkan pengetahuan yang mendalam mengenai saluran distribusi untuk dapat dengan sukses membawa produknya ke pasar.



Gambar 4.3 saluran distribusi

⁶⁶ Arifa and Antriandarti, "Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Klaten."

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa usaha sagu Agussalim sebagai produsen yang merupakan pelaku usaha utama yang memproduksi atau menghasilkan suatu produk atau barang dan jasa, yang kemudian Agussalim menyalurkan sagunya dengan cara langsung menjual ke konsumen akhir dan menjual ke para distributor. Distributor yang pertama yaitu Wati yang merupakan salah satu warga Kecamatan Mappedeceng, dimana Wati kembali menjual sagu tersebut ke pengecer. Adapun distributor yang kedua yaitu Mursalim yang merupakan salah satu warga Kecamatan Masamba yang membeli sagu di Agussalim dan kembali menjual sagu tersebut ke pengecer. Selanjutnya distributor yang terakhir yaitu bapak Saifullah yang merupakan salah satu warga Kecamatan Bone-bone yang juga merupakan salah satu distributor yang membeli sagu di Agussalim untuk kembali dijual ke pengecer. Adapun pengecer yang merupakan aktivitas perdagangan barang dan jasa yang secara langsung di jual ke konsumen akhir.

Tabel 4.8 ukuran, satuan dan harga sagu

Saluran distribusi	Ukuran	Satuan	Harga (Rp)
Produsen/Agussalim	Karung beras 25 kg		
	- penuh	55 kg	125.000-145.000
Distributor	-setengah	25-30 kg	75.000-100.000
	Karung beras 25 kg		
Pengecer	-penuh	50-55 kg	125.000-145.000
	-setengah	22-30 kg	75.000-100.000
	- Balabba (1)	21-25 kg	70.000
	Balabba (2)	16-20 kg	50.000
	Balabba (3)	11-15 kg	40.000
	Balabba (4)	5-10 kg	25.000
	Balabba (5)	2-4 kg	10.000
	- Takaran (1)	1 kg	5.000
	Takaran (2)	½ kg	3.000

Sumber: data primer (diolah), 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari tingkat produsen ke distributor menjual dua macam ukuran sagu basah yang di jual produsen ke distributor yaitu karung beras yang berukuran 25 kg dengan cara mengisi karung dengan penuh maka harga sagu akan di beri harga senilai RP. 125.000 – 145.000. Sedangkan ukuran kedua dengan ukuran karung yang sama tapi pengisian sagu setengah karung maka harga sagu akan di beri harga senilai RP. 75. 000 – 100.000.

Selanjutnya yaitu tingkat distributor ke pengecer ada dua macam ukuran sagu basah yang di jual distributor ke para pengecer yaitu karung beras yang berukuran 25 kg dengan cara mengisi karung dengan penuh maka harga sagu akan di beri harga senilai RP. 125.000 – 145.000. Sedangkan ukuran kedua dengan ukuran karung yang sama tapi pengisian sagu setengah karung maka harga sagu akan di beri harga senilai RP. 75. 000 – 100.000.

Selanjutnya para pengecer menjual sagu beberapa macam ukuran balabba dan takaran. Balabba merupakan nama tempat penyimpanan sagu yang terbuat dari daun sagu yang kemudia di jahit menggunakan kulit luar pohon sagu yang masih mudah setelah dijahit kemudian dibentuk seperti ember setelah jadi balabba siap di gunakan. Takaran ini tempat sabun colek kemudian digunakan untuk menjual sagu dalam bentuk takaran.

Balabba (1) tinggi kurang lebih 20 cm, lebar lingkara atas kurang lebih 18 cm, lebar lingkaran bawah kurang lebih 15 cm. merupakan balabba yang paling besar dengan harga yang paling mahal, sedangkan balabba (5) merupakan balabba yang paling kecil dengan harga yang paling murah. Pengecer yang

menggunakan balabba berlokasi di jalan poros trans Sulawesi kecamatan Mappedeceng. Takaran (1) tempat sabun colek yang paling besar, takaran (2) tempat sabun colek yang paling kecil. Pengecer yang menggunakan takaran ini berlokasi di pasar sentral Masamba.

Saluran distribusi yang dijalankan oleh usaha sagu Agussalim menggunakan jalur distribusi langsung dan tidak langsung dimana usaha sagu Agussalim yang berperan sebagai produsen menjual sagunya langsung ke konsumen dan juga menjual sagunya dari distributor-pengecer-konsumen akhir. Perantara pedagang (merchant middleman) adalah pedagang besar maupun pedagang eceran yang membeli suatu barang atau jasa (oleh karena itu, sempat memiliki atau mempunyai hak kepemilikan atas barang tersebut) kemudian menjualnya kembali. Walaupun mereka membantu produsen, tetapi mereka ini adalah suatu lembaga yang bebas, jadi tidak dikendalikan oleh produsen.⁶⁷

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiwu Wa Halida La, dkk (2019) dengan judul “Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Beras Di Bolaang Mongondow (Studi Kasus Di Desa Mopugad Utara Kecamatan Dumoga Utara),” hasil penelitian yang dilakukan memperoleh data bahwa saluran distribusi yang diterapkan pada penelitian di atas menggunakan saluran distribusi dari produsen-distributor-pengecer-konsumen akhir. Dari hasil penelitian dapat diuraikan bahwa saluran distribusi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik.

⁶⁷ Kustiadi Basuki, “Saluran Distribusi,” *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 53, no. 9 (2019): 1689–99, www.journal.uta45jakarta.ac.id.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dyah Arum Eka Nur Arifa dan Ernoiz Antriandarti (2022) dengan judul “Saluran distribusi beras di kabupaten Kalten,” hasil penelitian Di Kabupaten Klaten terdapat 5 saluran distribusi beras, yaitu saluran distribusi beras Program Tunda Jual, saluran distribusi beras dari Bantuan PUPM, saluran distribusi beras pada petani yang tidak tergabung dalam Gapoktan, saluran distribusi beras oleh pengepul dari luar kota, dan saluran distribusi beras bantuan untuk masyarakat yang terdampak bencana Kendala saluran distribusi beras di Kabupaten Klaten yaitu kurang efisiensinya rantai distribusi beras, karena terlalu banyak melibatkan lembaga pemasaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Asmaul Husna T. M Nur (2021) dengan judul “Analisis Pemasaran Usaha Sagu Rumbia di Gampong Pilo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen” hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan dua saluran distribusi Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan sagu rumbia Gampong Pulo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen adalah menggunakan saluran I yaitu produsen → pedagang pengumpul→ pedagang besar→ konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran I bernilai lebih rendah dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri bernilai lebih tinggi.

Kelebihan dari penelitian ini yaitu data yang terlihat mengenai saluran distribusi yang dilakukan oleh usaha sagu Agussalim di kecamatan

Mappedeceng saluran distribusi yang yang ditemukan oleh penulis terdapat dua bentuk saluran distribusi yang dilakukan oleh usaha sagu Agussalim. Bentuk saluran distribusi yang pertama yaitu distribusi langsung dimana usaha sagu Agussalim sebagai produsen menjual langsung sagunya ke konsumen akhir, produsen – konsumen akhir, selanjutnya bentuk saluran distribusi yang kedua yaitu distribusi tidak langsung dimana usaha sagu Agussalim menjual sagunya melalui perantara hingga ke konsumen akhir, produsen – distributor – pengecer – konsumen akhir.

Dalam melakukan penelitian ini, tentunya peneliti menghadapi berbagai macam kendala dan keterbatasan. Adapula kendala yang dihadapi yaitu sulitnya mewawancarai informan karena kendala seperti sibuknya mereka dalam melakukan kegiatan masing-masing, dan juga peneliti harus menghubungi satu-persatu informan distributor untuk mewawancarai langsung di tempat usaha sagu Agussalim.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Produksi sagu basah pada usaha sagu Agussalim dilakukan melalui 4 tahap, yang pertama pemilihan tempat untuk pengambilan sagu, yang kedua mekanisme memanen pohon sagu, yang ketiga produksi sagu secara modern dan yang keempat hasil produksi sagu. Dengan tahap ini pak Agussalim sebagai produsen dapat menghasilkan sagu yang baik dan dapat memenuhi permintaan para distributor, pengecer hingga konsumen akhir.
2. Saluran distribusi yang terjadi di usaha sagu Agussalim menggunakan saluran distribusi tidak langsung dimana usaha sagu Agussalim menyalurkan sagunya melalui pihak lain atau perantara. Yang dimulai dari produsen-distributor-pengecer-konsumen akhir.

B. Saran

1. Mengenai air yang digunakan untuk memproduksi sagu seharusnya dari pihak pabrik harus membuat sumur disekitar tempat produksi, apabila terjadi hujan deras yang akan mengakibatkan air menjadi keruh dan agak kotor disaat memproduksi sagu. hal ini dapat mengakibatkan hasil dari produksi sagu kurang baik dan berkualitas dan dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli.

2. Mengenai saluran distribusi yang terjadi di usaha sagu agussalim agar bisa berjalan lebih baik lagi sebaiknya permintaan para pelangganya bisa terpenuhi sehingga dengan begitu rantai pasok yang terjadi akan berjalan dengan efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, and Yulia Hastuti. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 1 (2018): 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>.
- Andriani, Maya, and Kristiana Widiawati. "Penerapan Motivasi Karyawan Menurut Teori Dua Faktor Frederick Herzberg Pada PT Aristika Kreasi Mandiri." *Journal Admistrasi Kantor* 5, no. 1 (2017): 83–98.
- Arifa, Dyah Arum Eka Nur, and Ernoiz Antriyandarti. "Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Klaten" 16, no. 1 (2022): 29–40.
- Basuki, Kustiadi. "Saluran Distribusi." *Jurnal Online Internasional & Nasional* 7, no. 9 (2019): 1689–99. www.journal.uta45jakarta.ac.id.
- Cahyani, Ida Ayu Chintia, I Made Pulawan, and Ni Made Santini. "Analisis Persediaan Bahan Baku Untuk Efektivitas Dan Efesiensi Biaya Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi Pada Usaha Industri Tempe Murnisingaraja Di Kabupaten Badung." *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)* 18, no. 2 (2019): 116–25.
- Dini Wahyuni, and Nurul Arfidhila. "Traceability Pada Rantai Pasok Pangan Halal." *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* 2, no. 4 (2019): 39–45. <https://doi.org/10.32734/ee.v2i4.649>.
- Fidyansari, Dharma, and Fitriyanti. "Studi Bisnis Pengolahan Tanaman Sagu Di Desa Waelawi Malangke Barat Kab. Luwu Utara." *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan* 7, no. 3 (2019): 178–92.
- Harahap, Dr.Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Edited by Dr. Hasan Sazali M.A. Pertama. Medan: Wal ashri Publishing, 2020.
- Ibrahim, Muhdi B. Hi. "Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi Dan Beras Di Kecamatan Pati Kabupaten Pati." *Future*, 2018, 198–211. <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i2.1654>.
- Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pertama. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Karundeng, Thessa Natasya, Silvya L. Mandey, and Jacky S.B. Sumarauw. "Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 3 (2018): 1748–57.
- Khotijah, Siti, Rosnita, and Novia Dewi. "Analisis Rantai Nilai Dan

- Keberlanjutan Industri Sagu (Metroxylon Xp) Rakyat Kabupaten Kepulauan Meranti.” *Jurnal Ilmiah Pertanian* 17, no. 1 (2020): 35–42. <https://doi.org/10.31849/jip.v17i1.3563>.
- La, Tiwu Wa Halida, Sepang Jante L, and Rate Paulina Van. “Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Beras Di Bolaang Mongondow (Studi Kasus Di Desa Mopugad Utara Kecamatan Dumoga Utara).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 1 (2019): 1031–40.
- Lahu, Enggar Paskhalis, and Jacky S.B Sumarauw. “Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Guna Meminimalkan Biaya Persediaan Pada Dunkin Donuts Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5, no. 3 (2017): 4175–84. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18394>.
- Monim, Yunus, Frederik Luhulima, and Dwiana Wasgito Purnomo. “Inventarisasi Dan Karakterisasi Jenis Sagu (Metroxylon Spp) Dari Kabupaten Sentani Tengah Dan Sentani Timur, Jayapura, Provinsi Papua.” *AGROTEK* 5, no. 6 (2017): 68–80.
- Nur, Asmaul Husna T M. “Analisis Pemasaran Usaha Sagu Rumbia Di Gampong Pilo Reudeup Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen.” *Jurnal S. Pertanian* 3, no. March (2021): 6.
- Nurdin Batjo, S.Pt., MM., M.Si. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edited by M.Pd Humaidi, S.E.I., M.E Mirnawati, S.Pd. *Aksara Timur*. Pertama. Makassar Sulawesi Selatan: Aksara Timur, 2018. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.429>.
- Oscar, Bheben, and Hilman Cahya Megantara. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army.” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 10 (2020): 1–12.
- Padmantyo, Sri, and Asep Saputra. “Peranan Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kualitas Produk Dan Efisiensi Distribus.” *Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggulangan Korupsi*, 2017, 191–97.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. *Etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Ppertama. Jakarta: Kencana, 2017.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta., 2017. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Ritonga, Husni Muharram, and Dkk. *Manajemen Pemasaran*. Medan, 2018.
- Samsu, S.Ag., M.Pd.I., Ph.D. *Metode Penelitian Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Dev Dan Lopment*). Edited by M.Pd.I Dr. Rusmini, S.Ag. *Pusaka*. Pertama. Jambi:

Pusaka jambi, 2017.

Sekaran, Uma, and Roger Bougie. *Metode Penelitian Untuk Bisni*. Edited by Dedy A. Halim. Edisi ke-6. Jakarta Selatan: Selemba Empat, 2017.

Sengkey, Clara Johana, Paulus Kindangen, and Jessy J Pondaag'. "Analisis Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasok Ikan Mentah Segar Pada Organisasi 'Kembang Laut' Di Pulau Nain Minahasa Utara." *Jurnal EMBA* 8, no. 3 (2020): 240–51. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29876>.

Septiana, Cindy, Hetika, and Arifia Yasmin. "Analisis Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Unilever Pada PT Plambo Pratama Joyosontoso," 2021, 1–6.

Sosial, Jurnal, and Ekonomi Pertanian. "ANALISIS USAHATANI SAGU (Metroxylon Sagu Rottb.) DI KABUPATEN LUWU UTARA, SULAWESI SELATAN." *SOSIAL EKONOMI PERTANIAN* 16, no. 2 (2020): 115–22.

Sulaiman, Ismail. *Pengemasan Dan Penyimpanan Produk Bahan Pagan*. Edited by Syarifah Rohaya and Herniwanti. Pertama. aceh: Syiah Kuala University Press, 2021.

Supriyanto, Eko Sugeng, M. Naely Azhad, and Budi Santoso. "Dampak Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Idomaret Sumbersari Jember." *Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 7, no. 1 (2017): 58–76.

Sutoni, Akhmad, and Dkk. "Analisis Rantai Pasokan Dalam Pengelolaan Komoditas Beras." *Jurnal IKRA-ITH TEKNOLOGI* 5, no. 2 (2021): 72–80.

Wahyuningtyas, Marsila, and Siti Sunrowijaya. "Analisis Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UD Andre Jaya." *Penelitian Manajemen Terapan* 3, no. 2 (2018): 183–92.

Wijaya, Felicia, Andy Andy, Vincent Vincent, Steven Steven, and Rahmat Alamsyah Harahap. "Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan)." *Jurnal Darma Agung* 27, no. 2 (2019): 973. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v27i2.268>.

L

A

M

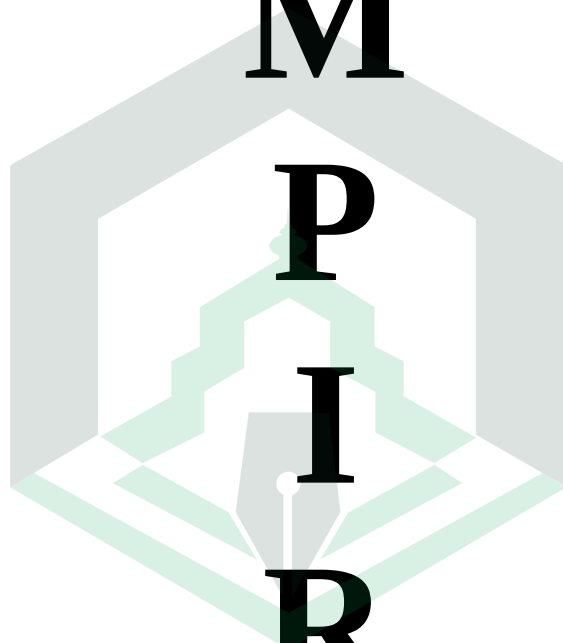
P

I

R

A

N



PERTANYAAN WAWANCARA

“ ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI SAGU DI INDONESIA KECAMATAN MAPPEDECENG KABUPATEN LUWU UTARA”

1. Identitas Responden

Nama : Agussalim
Jenis kelamin : laki-laki
Umur : 51 tahun
Saluran distribusi : produsen
Lama usaha : 7 tahun

Pertanyaan produksi sagu

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana mekanisme bapak dalam memanen pohon sagu?	1. Kami juga tidak asal memotong pohon sagu kami melihat batang, pelepah, sampai akhir pohon sagu, misalnya kami akan bertanya kepada yang punya sagu sudah berapa tahun pohon sagu tersebut apakah sudah menyapai waktu sekitar 6-8 tahun kemudian kami juga melihat dari pelepah daun sagu apakah sudah berwarna putih dan batang sagu mulai membengkak atau sudah besar.
2. Alat produksi apa yang bapak gunakan dalam mengolah sagu?	2. alat yang kami gunakan dalam memanen pohon sagu diantaranya mesin pemotong, kampak, tali, papan, parang, air, karung dan kayu jika dibutuhkan.
3. Dalam sekali produksi berapa banyak sagu yang dihasilkan oleh pabrik bapak?	3. Untuk hasilnya saya melihat pohon sagu jika agak gemukkan atau besar, hasil biasanya dari 1 batang sagu 10 karung yang dapat diambil dari produksi. Tapi kadang dalam produksi perharinya biasanya hasil yang didapat 100 karung jika pohon sagunya besar. Tetapi jika standar atau kecil biasanya 7 atau 8 karung.
4. Berapa kali dalam sebulan bapak memproduksi sagu?	4. Dalam memproduksi sagu tergantung dari sagu biasanya 3 sampai 4 kali produksi
5. Apa jenis sagu yang bapak produksi?	
6. Bagaimana cara bapak mengetahui pohon sagu yang sudah bisa panen sama sagu yang belum bisa panen?	
7. Berapa banyak tenaga kerja yang digunakan dalam usaha sagu bapak?	

5. Jenis sagu yang kami produksi yaitu jenis pohon sagu pada umumnya yang banyak kita lihat di sawah-sawah.
6. Dalam pemanenan pohon sagu kami melewati beberapa tahap seperti memilih pohon sagu dilihat dari umur, daun palepah, tinggi batang dan besar batang sagu, membersihkan tempat dan pohon sagu, menebangan pohon sagu, dipotong dan dibelah hingga pengangkutan sampai ke pabrik.
7. Tenaga kerja yang tetap itu 6 orang sedangkan yang bekerja di lapangan atau tidak tetap itu sekitar 30 orang.

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Kami menjual sagu kepada siapa saja, misalkan kepada pedagang dan juga konsumen akhir. Namun kebanyakan yang datang membeli sagu kami para pedagang.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	2. Kami menjual sagu hanya satu bentuk yaitu sagu basah.
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	3. Kami menjual sagu kami dengan ukuran dari ukuran setengah dan penuh dalam karung beras yang berukuran 25 kg .
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	4. Usaha sagu kami tidak mempunyai merk. Alasannya karena kami hanya menjual sagu basah saja.
5. Jelaskan apa alasan bapak memilih/ibuh nama merek jika ada?	5. -
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	6. Seperti yang sudah saya katakana tadi yaitu karena kami hanya menjual sagu basah saja.
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	7. Untuk menentukan harga sagu yang kami jual, dengan cara sesuai dengan ukuran seperti ukuran setengah karung dari harga Rp. 75.000-100.000 dan untuk ukuran penuh kami jual dengan harga Rp. 125.000-145.000 begitula cara kami menentukan penetapan harga sagu yang kami jual.
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	8. Kami tidak melakukan bentuk promosi apapun dalam melakukan penjualan sagu kami, meskipun kami tidak

-
- | | |
|---|--|
| 10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual? | melakukan bentuk promosi orang-orang sudah pada tau bahwa |
| 11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan? | agussalim menjual sagu. |
| 12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu miliki untuk mengirim atau menjual produk? | 9. – |
| 13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan bapak/ibu ketika datang membeli sagu? | 10. Lokasi menjual kami hanya satu tempat yaitu di desa mappedeceng kecamatan mappedeceng, lokasi menjual kami bisa dibilang tidak begitu strategis karena memasuki wilayah perkampungan kemudian masuk pelosok namun itu tidak mempengaruhi penjualan kami. Mungkin orang-orang sudah pada tahu bahwa di lokasi tersebut ada yang menjual sagu sehingga lokasi kami tidak mempengaruhi para pembeli untuk datang membeli. |
| | 11. Kami menjual sagu tidak memiliki kendaraan karena kami hanya menjual sagu di pabrik jadi kami tidak pake kendaraan |
| | 12. Kendaraan yang di pakai disini untuk mengangkut pohon sagu yang sudah di potong-potong sebanyak tiga kendaraan mobil open cup satu dan mobil truk 2 |
| | 13. - |
-

2. Identitas Responden

Nama : Wati
Jenis kelamin : perempuan
Umur : 44
Saluran distribusi : distributor
Lama usaha : 5 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. saya menjual sagu kepada pedagang yang ada di jalan poros trans Sulawesi kecamatan mappedeceng.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	2. saya menjual sagu saya hanya satu bentuk yaitu sagu basah saja.
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	3. kalau ukuran saya menjualnya ada beberapa macam ukuran mulai dari ukuran kecil, sedang, besar.
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	4. Sagu yang saya jual tidak memiliki merk 5. -
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merek jika ada?	6. Sagu yang saya jual tidak memiliki merk karena hanya menjual sagu basah saja.
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	7. saya menetapkan harga sagu saya dengan melihat ukuran sagu yang saya jual.
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	8. saya tidak pernah melakukan bentuk promosi salam saya menjadi penjual sagu.
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	9. Alasan saya tidak melakukan bentuk promosi karena saya menjual kepada penjual di sekitar jalan trans Sulawesi kecamatan mappedeceng dan mereka juga sudah tau kalau saya menjual sagu basah.
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	10. Lokasih saya menjual yaitu di jalan trans Sulawesi kecamatan Mappedeceng.
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	11. kendaraan yang saya gunakan untuk melakukan pengiriman barang yaitu mobil pick up, alasan saya
12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu	

miliki untuk mengirim atau menjual produk? 13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan bapak/ibu ketika datang membeli sagu?	menggunakan mobil tersebut tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil jadi cocok digunakan untuk mengantarkan pesanan para pembeli. 12. Saya memiliki 2 kendaraan yang beroperasi untuk membawahi pesanan pembeli. 13. Saya menggunakan kendaraan mobil pick up untuk membeli sagu saya menggunakan mobil yang sama ketika membawahi pesanan pembeli.
--	--



3. Identitas Responden

Nama : Mursalim
Jenis kelamin : Laki-laki
Umur : 40 tahun
Saluran distribusi : distributor
Lama usaha : 4 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. saya menjual sagu saya kepada pedagang yang ada di pasar sentral masamba. Saya juga biasanya menjual ke warung rumah makan yang menjual kapurung.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	2. saya menjual sagu saya hanya satu bentuk yaitu sagu basah
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	3. saya menjual sagu hanya dua ukuran kecil dan besar.
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	4. Sagu yang saya jual tidak memiliki merk
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merek jika ada?	5. saya hanya menjual sagu basah saja.
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	6. Saya tidak memberi merk terhadap sagu yang saya jual karena
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	7. saya menetapkan harga sagu yang saya jual dengan melihat ukuran sagu dan juga mempertimbangan harga sagu yang saya beli dari produsen.
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	8. Saya tidak melakukan bentuk promosi apapun sama sekali
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut?	9. –
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	10. Lokasi saya menjual sagu yaitu berada di pasar sentral masamba
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	11. saya mempunyai dua kendaraan mobil pick up untuk mengantar sagu yang di pesan oleh pembeli.
12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu	12. Saya memiliki satu mobil pick up yang digunakan untuk membeli sagu di tempat pabrik sagu.
	13. Saya menggunakan mobil pick up untuk membeli sagu.

miliki untuk mengirim atau menjual produk?

13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan bapak/ibu ketika datang membeli sagu?



4. Identitas Responden

Nama : Saifullah
Jenis kelamin : Laki-laki
Umur : 39 tahun
Saluran distribusi : Distributor
Lama usaha : 5 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. saya menjual sagu saya kepada para pedagang yang ada di pasar sentral bone-bone.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	2. saya menjual sagu saya hanya satu bentuk yaitu sagu basah saja.
3. berapa macam ukuran produk/ibu sagu yang bapak jual?	3. untuk ukuran saya menjual berbagai ukuran tergantung dari pembeli.
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	4. Saya tidak mempunyai nama merk terhadap sagu yang saya jual.
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merek jika ada?	5. – 6. Alasan saya tidak kasih merk terhadap sagu yang saya jual
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	karena saya hanya menjual sagu basah saja. 7. saya menetapkan harga sagu yang saya jual dengan melihat
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	harga di pasaran.
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	8. Dalam melakukan penjualan saya tidak menggunakan bentuk promosi apapun 9. –
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut?	10. Tempat saya menjual sagu yaitu di pasar sentral bone-bone
10. Dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	11. saya menggunakan mobil pick up untuk melakukan pengiriman barang untuk pembeli karena saya rasa mobil pick up akan cepat sampai pada tujuan.
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	12. Saya mempunyai dua kendaraan.
12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu miliki untuk mengirim atau menjual	13. Jenis kendaraan yang saya gunakan yaitu mmobil pick up

produk?

13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan
bapak/ibu ketika datang membeli sagu?



5. Identitas Responden

Nama : Melati
Jenis kelamin : perempuan
Umur : 35 tahun
Saluran distribusi : pengecer
Lama usaha : 10 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Saya menjual sagu saya langsung ke tangan konsumen akhir, dan rata-rata pelanggan setia saya akan mendapatkan diskon misalkan harga RP.50.000 saya akan kasih harga menjadi RP.45.000 tapi kalau pembeli yang lewat hanya sekali membeli tidak saya kasih diskon.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	2. Kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.
3. Berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	3. Saya menjual sagu bermacam-macam ukurannya dari ukuran balabba sagu yang kecil sampai ukuran balabba sagu yang besar.
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	4. Saya tidak memiliki nama merk terhadap sagu yang saya jual
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merek jika ada?	5. -
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	6. Saya tidak member nama merk terhadap sagu yang saya jual karena hanya sagu basah saja yang saya jual.
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	7. Untuk menentukan harga sagu yang saya jual, itu sangat bervariasi kalau balabba paling kecil saya jual RP.10.000 ada juga harga 25.000, 35.000. 50.000 kalau balabba paling besar itu RP.85.000
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	8. Bentuk promosi yang saya lakukan yaitu memposting jualan sagu saya di facebook atau di wa.
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut?	9. Alasannya karena lebih mudah menurut saya dan orang-orang bisa melihatnya ketika saya memposting sagu jualan saya.
10. Dimana saja lokasi bapak/ ibu menjual?	10. Tempat saya menjual sagu hanya di jalan poros trans
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	
12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu miliki untuk mengirim atau	

menjual produk?

Sulawesi kecamatan mappedeceng

13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan bapak/ibu ketika datang membeli sagu?
11. Saya tidak memiliki kendaraan karena sagu yang kami terima langsung di bawah oleh para distributor.
-



6. Identitas Responden

Nama : Siana
Jenis kelamin : perempuan
Umur : 50 tahun
Saluran distribusi : pengecer
Lama usaha : 10 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Saya menjual sagu saya langsung ke tangan konsumen akhir, dan rata-rata pelanggan setia saya akan mendapatkan diskon
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	misalkan harga RP.50.000 saya akan kasih harga menjadi RP.45.000 tapi kalau pembeli yang lewat hanya sekali membeli
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	tidak saya kasih diskon. 2. kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.
4. Apakah usaha sagu yang bapak mempunyai merek?	3. Saya menjual sagu bermacam-macam ukurannya dari ukuran balabba sagu yang kecil sampai ukuran balabba sagu yang besar.
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merek jika ada?	4. Saya tidak memiliki nama merk terhadap sagu yang saya jual
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	5. – 6. Saya tidak member nama merk terhadap sagu yang saya jual
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	karena hanya sagu basah saja yang saya jual.
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	7. Untuk menentukan harga sagu yang saya jual, itu sangat bervariasi kalau balabba paling kecil saya jual RP.10.000 ada juga harga 25.000, 35.000. 50.000 kalau balabba paling besar itu RP.85.000
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	8. Bentuk promosi yang saya lakukan yaitu memposting jualan sagu saya di facebook atau di wa.
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	9. Alasannya karena lebih mudah menurut saya dan orang-orang bisa melihatnya ketika saya memposting sagu jualan saya.
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	10. Tempat saya menjual sagu hanya di jalan poros trans Sulawesi kecamatan mappedeceng
12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu miliki untuk mengirim atau menjual	

produk?

13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan
bapak/ibu ketika datang membeli sagu?

11. Saya tidak memiliki kendaraan karena sagu yang kami
terima langsung di bawah oleh para distributor.



7. Identitas Responden

Nama : Nurul Hamida
Jenis kelamin : perempuan
Umur : 37 tahun
Saluran distribusi : pengecer
Lama usaha : 10 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Saya menjual sagu saya langsung ke tangan konsumen akhir, dan rata-rata pelanggan setia saya akan mendapatkan diskon
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	misalkan harga RP.50.000 saya akan kasih harga menjadi RP.45.000 tapi kalau pembeli yang lewat hanya sekali
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	membeli tidak saya kasih diskon. 2. kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	3. Saya menjual sagu bermacam-macam ukurannya dari ukuran balabba sagu yang kecil sampai ukuran balabba sagu yang besar.
5. Jelaskan apa alasan bapak memilih nama merek jika ada?	4. Saya tidak memiliki nama merk terhadap sagu yang saya jual
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	5. -
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	6. Saya tidak member nama merk terhadap sagu yang saya jual karena hanya sagu basah saja yang saya jual.
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	7. Untuk menentukan harga sagu yang saya jual, itu sangat bervariasi kalau balabba paling kecil saya jual RP.10.000 ada juga harga 25.000, 35.000. 50.000 kalau balabba paling besar itu RP.85.000
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	8. -
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	9. -
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	10. Tempat saya menjual sagu hanya di jalan poros trans Sulawesi kecamatan mappedeceng
12. Berapa banyak kendaraan yang bapak/ibu miliki untuk mengirim atau menjual	11. Saya tidak memiliki kendaraan karena sagu yang kami terima

produk?

langsung di bawah oleh para distributor.

13. Apa jenis kendaraan yang yang digunakan
bapak/ibu ketika datang membeli sagu?



8. Identitas Responden

Nama : Pudiani
Jenis kelamin : perempuan
Umur : 40 tahun
Saluran distribusi : pengecer
Lama usaha : 7 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu ibu/bapak dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Saya menjual sagu saya langsung ke tangan konsumen akhir, kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang ibu/bapak jual ?	3. Saya menjual sagu menggunakan takaran yang dari sabun cuci pakaian dengan takaran kecil dan takaran besar
3. berapa macam ukuran produk sagu yang ibu/bapak jual?	4. Saya tidak memiliki nama merk terhadap sagu yang saya jual
4. Apakah usaha sagu yang ibu/bapak mempunyai merk?	5. -
5. Jelaskan apa alasan ibu/bapak memilih nama merk jika ada?	6. Saya tidak member nama merk terhadap sagu yang saya jual karena hanya sagu basah saja yang saya jual.
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merk pada usaha sagu?	7. Untuk menentukan harga sagu yang saya jual, supaya mendapat keuntungan saya jual sesuai dengan takaran.
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	8. Saya tidak pake promosi untuk menjual sagu
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	9. -
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	10. Tempat saya menjual sagu hanya di pasar sentral masamaba.
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	11. Saya tidak memiliki kendaraan untuk pergi mengambil sagu karena sagu yang saya terima langsung di bawah oleh para distributor.
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	

9. Identitas Responden

Nama : Hasan
Jenis kelamin : Laki-laki
Umur : 40 tahun
Saluran distribusi : pengecer
Lama usaha : 5 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Saya menjual sagu saya langsung ke tangan konsumen akhir, 2. kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	3. Saya menjual sagu dengan takaran kecil dan besar 4. Saya tidak memiliki nama merk terhadap sagu yang saya jual
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	5. – 6. Saya tidak kasih nama merk terhadap sagu yang saya jual
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merk?	karena hanya sagu basah saja yang saya jual. 7. Penetapan harga sagu yang saya lakukan itu supaya mendapat
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merk jika ada?	keuntungan jadi saya sesuaikan saja 8. –
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merk pada usaha sagu?	9. – 10. Tempat saya menjual sagu hanya di pasar sentral masamba
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	saja 11. Saya tidak memiliki kendaraan karena sagu yang kami
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	terima langsung di bawah oleh para distributor.
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	

10. Identitas Responden

Nama : Modana
Jenis kelamin : Perempuan
Umur : 50 tahun
Saluran distribusi : pengecer
Lama usaha : 12 tahun

Pertanyaan saluran distribusi

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah sagu bapak/ibu dijual langsung ke konsumen akhir atau melalui perantara?	1. Saya menjual sagu ini kepada pembeli yang membeli dalam takaran saya tidak kasih kalau mau beli satu karung nanti saya tidak untung.
2. Berapa macam bentuk produk sagu yang bapak/ibu jual ?	2. kalau bentuk saya hanya menjual sagu basah saja.
3. berapa macam ukuran produk sagu yang bapak/ibu jual?	3. Saya menjual sagu bermacam-macam ukurannya dari ukuran takaran kecil dan takaran besar
4. Apakah usaha sagu yang bapak/ibu mempunyai merek?	4. Saya tidak memiliki nama merk terhadap sagu yang saya jual 5. -
5. Jelaskan apa alasan bapak/ibu memilih nama merek jika ada?	6. Saya tidak member nama merk terhadap sagu yang saya jual karena hanya sagu basah saja yang saya jual.
6. Jelaskan apa alasan bapak/ibu tidak memiliki merek pada usaha sagu?	7. Untuk menentukan harga sagu yang saya jual, saya sesuaikan dengan harga yang diberikan penjual kepada saya supaya nanti saya tidak di rugikan
7. Bagaimana cara bapak/ibu dalam melakukan penetapan harga sagu?	8. Saya tidak pakai promosi
8. Dalam menjual sagu bentuk promosi apa yang di gunakan?	9. Alasannya karena orang-orang sudah lalu lalang pasti mereka sudah tau kalau saya ada menjual sagu
9. Jelaskan alasan bapak/ibu menggunakan bentuk promosi tersebut	10. Tempat saya menjual sagu hanya di pasar sentral saja 11. Saya tidak memiliki kendaraan karena sagu yang kami terima langsung di bawah oleh para distributor.
10. dimana saja lokasi bapak/ibu menjual?	
11. Jenis kendaraan apa yang digunakan dalam melakukan penjualan?	

JADWAL PENELITIAN

Nama : Mawar

Nim : 18 0403 0038

Judul Penelitian : Analisis Saluran Distribusi (Distribution Channel) Sagu di
Indonesia (Kecamatan Mappedeceng, Kabupaten Luwu
Utara)

No	Kegiatan	Tahun 2022											
		Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Spt	Okt	Nvm	Dsm
1.	Pembuatan proposal												
2.	Ujian proposal												
3.	Pengurusan izin penelitian												
4.	Pelaksanaan penelitian												
5.	Pengambilan data												
6.	Penyusunan laporan penelitian												
7.	Bimbingan												
8.	Perbaikan laporan												
9.	Konsultasi												
10.	Seminar hasil penelitian												
11.	Bimbingan												
12.	Ujian Munaqasyah												

Dokumentasi wawancara



Dokumentasi dengan salah satu karyawan usaha sagu pak agussalim



dokumentasi dengan ibu melati salah satu narasumber pengecer yang berada di jalan poros jalan trans Sulawesi kec. Mappedeceng



Dokumentasi dengan ibu melati salah satu narasumber pengecer yang berada di jalan poros jalan trans Sulawesi kec. Mappedeceng



Dokumentasi salah satu pengecer di pasar sentral masamba



Dokumentasi tempat usaha pengecer di jalan trans Sulawesi kecamatan mappedeceng

Dokumentasi tempat usaha pabri pak agussalim di kecamatan mappedeceng







RIWAYAT HIDUP



Mawar, Lahir di Lantang tallang pada tanggal 14 Agustus 2000. Penulis anak ketiga dari lima bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Rahmat dan seorang ibu bernama Hasnia. Saat ini penulis bertempat tinggal di dusun Karawak, desa Lantang Tallang, kec. Masamba, Kab. Luwu Utara. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 103 Karawak.

Kemudian ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 5 Masamba hingga tahun 2015. Pada saat menempuh pendidikan di SMP, penulis aktif di kegiatan olahraga khususnya cabang olahraga volli. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Masamba. Setelah lulus SMA di tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dan aktif pada kegiatan ekstra kampus yaitu Timparaga cabang olahraga volli.

Contact person penulis: mawar0038_18@iainpalopo.ac.id