

**STRATEGI PENINGKATAN PERMINTAAN UBI KAYU**  
(*Studi Kasus : Kabupaten Serdang Bedagai*)

**Ir. Iskandarini, MM, Ph.D<sup>1)</sup>, HM. Mozart B. Darus, M.Sc<sup>2)</sup>,  
Frandi Simbolon<sup>3)</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

Jl. Prof. A. Sofyan No. 3 Medan

Hp. 085275274708, E-Mail: frandi\_simbolon@yahoo.co.id

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kondisi permintaan ubi kayu, menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu serta menentukan strategi peningkatan permintaan ubi kayu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities And Threats*). Hasil penelitian yang diperoleh bahwa kondisi permintaan ubi kayu cenderung meningkat. Faktor internal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu adalah kepemimpinan dalam perusahaan, tingkat ketrampilan, ketersediaan lahan industri, ketersediaan jenis/ Var. unggulan, akses terhadap sumberdaya, pengolahan hasil, ketersediaan bahan baku lain, status kepemilikan industri, hak paten, jaringan distribusi, motivasi dalam berusaha, pendidikan, merk dagang, keanekaragaman produk, adopsi teknologi, kelembagaan dan koordinasi. Faktor eksternalnya adalah Iklim, geografi, lokasi ubi kayu, akses pasar, budidaya/ usahatani, masalah transportasi, kebutuhan konsumen, pemasaran hasil, penetapan pajak, perijinan, kebijakan pemerintah, bersaing dalam pasar bebas, akses kredit, perubahan selera konsumen, produk substitusi dan jumlah produk (daya serap pasar). Analisis SWOT menghasilkan strategi peningkatan permintaan ubi kayu di daerah penelitian adalah strategi agresif dengan lebih fokus kepada strategi SO yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

**Kata kunci : Ubi Kayu, Peningkatan Pemintaan**

**Abstract**

The purposes of this study are to analyze the demand conditions of cassava, analyzing internal and external factors affecting the demand for cassava and determine the strategy to increase demand for cassava research method applied in this study is descriptive qualitative method and SWOT analysis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and threats*). This study resulted that the demand condition of cassava is likely to increase internal factors that affect the demand for cassava are: leadership in the company, the level of skills, availability of industrial land, the availability of high quality seed varieties, access to resources, agro-

processing, the availability of other raw materials, industrial ownership, patents, distribution networks, motivation in the endeavor, education, trademark, product diversity, technology adoption, institutional and coordination. External factors are climatic, geographic, cassava's location, access to the market, changes in consumer preferences, product substitutions and number of products (market absorption). SWOT analysis resulted in strategy to increase the demand for cassava by applying aggressive strategy with more focus on the SO strategy by using strengths to take advantage of available opportunities.

**Keywords: Cassava, Increase In Demand**

## **PEDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Kebijakan bidang pangan pemerintah yang bias untuk komoditas beras mengakibatkan pola pangan pokok masyarakat, yang dahulu beragam (beras, ubi, jagung, sagu, pisang, dll) sesuai dengan potensi dan budaya lokal, kini mengalami perubahan yang cenderung ke arah pola pangan pokok tunggal (beras). Hasil analisis berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) menunjukkan bahwa tingkat partisipasi konsumsi beras mencapai hampir 100 persen. Sedangkan tingkat partisipasi konsumsi pangan lokal seperti ubi kayu hanya sebesar 36,7 persen, pada kelompok pendapatan tinggi, tingkat partisipasi pangan tersebut lebih kecil (Anonymous, 2003).

Kenaikan jumlah penduduk, kenaikan taraf hidup masyarakat banyak dan untuk kepentingan kesejahteraan masyarakat menjadi alasan masyarakat mengkonsumsi ubi kayu mengakibatkan peningkatan permintaan terhadap komoditi ini sangat besar. Kuatnya pasaran ubi kayu juga dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan perusahaan industri pengolahan yang mengolah ubi kayu menjadi berbagai jenis produk makanan, baik itu dalam bentuk cemilan ataupun pakan ternak. Seperti daun dari ubi kayu dapat digunakan sebagai sayuran yang sangat laris di pasaran, juga umbi nya dapat dijadikan sebagai makanan ringan seperti keripik, tapai, juga menjadi tepung tapioka. Jelas bahwa ubi kayu adalah produk yang multifungsi yang sangat menjanjikan (Nazaruddin, 2012).

Transformasi sektor pertanian ke sektor industri bagi negara seperti Indonesia ini, tidaklah dapat dihindarkan. Karena Indonesia beranjak dari negara agraris menuju negara industri yang maju, maka peranan sektor pertanian masih tetap mewarnai kemajuan di sektor industri. Karena itulah diperlukan suatu kondisi struktur ekonomi yang seimbang antara bidang industri yang kuat dengan dukungan pertanian yang tangguh (Mangunwidjaja, D dan Sailah, 2002)

Sehingga sangat perlu dilakukan strategi peningkatan permintaan ubi kayu. Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafis kurva permintaan dimana permintaan adalah keinginan suatu konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (Rahardja dan Manurung, 2006).

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana kondisi permintaan ubi kayu di daerah penelitian ?
2. Apakah faktor internal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu ?
3. Apakah faktor eksternal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu ?
4. Bagaimana strategi peningkatan permintaan ubi kayu ?

### **Tujuan**

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas maka tujuan penelitian adalah untuk :

1. Untuk menganalisis kondisi permintaan ubi kayu.
2. Untuk menganalisis faktor internal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu.
3. Untuk menganalisis faktor eksternal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu.
4. Untuk menentukan strategi peningkatan permintaan ubi kayu.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penentuan Daerah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara *purposive* atau sengaja.

### **Metode Penentuan Sampel**

Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Metode Sensus atau Sampling Jenuh*. Populasi adalah industri rumah tangga yang menggunakan bahan baku ubi kayu yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang di kumpulkan penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

### **Metode Analisis Data**

Untuk identifikasi masalah 1,2 dan 3 diuji dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Sedangkan identifikasi 4 di uji dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Dengan analisis SWOT diharapkan dapat membantu mengatasi kelemahan dan ancaman, memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Permintaan Ubi Kayu**

Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat bahwa Serdang Bedagai memperoleh jumlah permintaan ubi kayu yang paling tinggi di provinsi Sumatera Utara setelah kabupaten Simalungun. Dimana pada tahun 2007 sebanyak 133.793 ton, pada tahun 2008 sebanyak 155.389 ton, tahun 2009 sebanyak 111.066 ton, tahun 2010 sebanyak 149.144 ton dan pada tahun 2011 sebanyak 292.398 ton. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan ubi kayu di kabupaten Serdang Bedagai cenderung meningkat.

**Tabel 1. Jumlah Permintaan Ubi Kayu**

Kabupaten/Kota	Permintaan Ubi Kayu (Ton)				
	2007	2008	2009	2010	2011
1. Nias	2 827	7 963	51 298	5 969	2 857
2. Mandailing Natal	2 988	3 238	1 799	1 942	1 951
3. Tapanuli Selatan	17 622	18 269	8 854	9 831	7 377
4. Tapanuli Tengah	12 500	27 986	33 506	33 594	31 057
5. Tapanuli Utara	7 136	26 068	37 451	38 426	43 852
6. Toba Samosir	9 629	7 949	10 560	29 548	35 933
7. Labuhan Batu	2 580	4 451	2 428	166	290
8. Asahan	15 236	10 565	18 536	18 330	17 265
9. Simalungun	161 504	309 303	373 304	353 930	327 185
10. Dairi	1 936	5 808	6 280	10 848	8 595
11. Karo	25	2 412	52	828	345
12. Deli Serdang	51 865	75 497	167 017	79 551	116 657
13. Langkat	6 237	7 974	9 244	10 885	39 827
14. Nias Selatan	5 448	15 870	72 585	51 866	10 724
15. Humbang Hasundutan	3 276	12 883	12 469	13 650	24 324
16. Pakpak Bharat	175	405	441	2 485	2 781
17. Samosir	1 639	4 985	16 163	7 352	8 102
<b>18. Serdang Bedagai</b>	<b>133 793</b>	<b>155 389</b>	<b>111 066</b>	<b>149 144</b>	<b>292 398</b>
19. Batu Bara		16 205	22 994	23 155	63 159
20. Padang Lawas Utara			8 925	7 402	8 518
21. Padang Lawas			10 485	7 791	4 068
22. Labuhan Batu Selatan				1 426	1 091
23. Labuhan Batu Utara				3 391	3 817
24. Nias Utara				5 369	6 067
25. Nias Barat				827	1 668
26. Tanjungbalai	301	387	390	1 052	484
27. Pematangsiantar	4 563	7 106	9 091	10 119	10 290
28. Tebingtinggi	4 480	6 610	7 148	8 627	7 889
29. Medan	3 601	4 616	7 533	7 239	2 348
30. Binjai	1 665	2 863	3 147	3 680	1 236
31. Padangsidempuan	1 426	1 971	4 521	4 837	7 052
32. Gunung Sitoli				2 313	2 503
<b>Jumlah/Total</b>	<b>452 450</b>	<b>736 771</b>	<b>1 007 284</b>	<b>905 571</b>	<b>1 091 711</b>

Sumber : BPS, Sumatera Utara Dalam Angka, 2012

### Faktor Internal Yang Mempengaruhi Permintaan Ubi Kayu

#### 1. Tingkat ketrampilan

Ketrampilan oleh pengusaha terlihat dari lamanya usaha tersebut didirikan. Tingkat ketrampilan di daerah penelitian cenderung trampil karena para pengusaha sudah cukup lama menguasai usahanya.

#### 2. Ketersediaan lahan industri adalah milik sendiri

Seluruh pengusaha yang mengelolah ubi kayu memiliki lahan sendiri dan berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini akan mengurangi biaya yang tidak perlu mengeluarkan biaya sewa lahan.

### 3. Ketersediaan jenis/ Var. unggulan

Jenis/ varietas ubi kayu yang digunakan di daerah penelitian adalah jenis ubi kayu lampung dan ubi kayu malasiya.

### 4. Akses terhadap sumberdaya atau bahan baku

Akses terhadap sumberdaya di daerah penelitian sangat baik karena bahan baku diperoleh dari daerah penelitian itu juga. Dan hanya sedikit di peroleh dari luar daerah penelitian pada saat bahan baku kurang.

### 5. Pengolahan hasil

Cara pengolahan hasil di daerah penelitian tidaklah rumit. Sehingga dengan mudah para karyawan untuk mengerjakannya.

### 6. Ketersediaan bahan baku lain

Bisa dikatakan bahwa agroindustri tersebut tumbuh seiring dengan ketersediaan bahan baku lain yang relatif mencukupi.

### 7. Status kepemilikan industri

Setiap industri yang mengolah ubi kayu di serdang bedagai milik sendiri. Sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sewa ataupun bagi hasil.

### 8. Hak paten

Setiap industri di daerah penelitian memiliki hak paten untuk mengolah usahanya masing-masing.

### 9. Jaringan distribusi

Produk olahan ubi kayu yang diolah oleh perusahaan di kabupaten serdang bedagai sangat dikenal oleh masyarakat dalam maupun luar daerah.

### 10. Motivasi dalam berusaha

Para pelaku agribisnis ubi kayu memiliki motivasi yang dikategorikan cenderung cukup baik. Dimana mereka mereka memiliki perencanaan tetapi tidak berpendidikan.

### 11. Kepemimpinan dalam perusahaan

Kepemimpinan dalam perusahaan industri ubi kayu ini dapat di kategorikan baik karena para karyawan cenderung merasa nyaman dengan kepemimpinan pemimpinnya.

#### 12. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan para pelaku agribisnis dan karyawan cenderung berpendidikan rendah yaitu Sekolah Dasar. Akan tetapi para pelaku agribisnis sudah memiliki pengalaman yang lama dalam mengusahakan industri ubi kayu.

#### 13. Merk dagang

Industri yang memiliki merk dagang hanya satu industri saja, yaitu “Laris” yang terdapat di kecamatan perbaungan. Sedangkan yang lainnya tidak memiliki merk dagang.

#### 14. Keanekaragaman produk cenderung tidak beragam

Rata-rata pengusaha industri ubi kayu hanya menghasilkan satu produk olahan. Akan tetapi ada beberapa pengusaha yang memiliki produk olahan yang berbeda dari pengusaha lain.

#### 15. Tingkat adopsi teknologi

Teknologi yang dilakukan di daerah penelitian masih sangat sederhana dan bersifat manual. Hanya untuk penggilingan dilakukan mesin penggilingan. Sedangkan untuk penjemuran, memotong dan sebagian kegiatan lain masih bersifat manual.

#### 16. Struktur kelembagaan

Struktur kelembagaan hanya terdiri dari pemilik/pemimpin dan pekerja. Sehingga pengolahannya kurang efisien.

#### 17. Mekanisme kerja kelembagaan

Mekanisme kerja kelembagaan di kategorikan tidak baik karena adanya timpang tindih pekerjaan oleh para pekerja sehingga kurang efektif teknis pengolahannya.

#### 18. Koordinasi

Di daerah penelitian cenderung memiliki koordinasi yang kurang baik. Dimana Kelembagaan yang ada cenderung memproduksi dan mencari pasar sendiri.

### **Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Permintaan Ubi Kayu**

#### 1. Iklim

Iklim di daerah penelitian sangat baik untuk mendukung proses pengolahan terutama dalam penjemuran.

#### 2. Geografi

Agroekosistem geografi sangat menunjang perkembangan industri ubi kayu di daerah penelitian. Dari aspek geografis tidak ada ancaman yang serius.

### 3. Lokasi bahan baku/ubi kayu

Lokasi bahan baku ubi kayu sangat bagus karena mudah di dapatkan. Dimana sangat dekat dengan tempat industri ubi kayu tersebut sehingga tidak mengeluarkan biaya, tenaga dan waktu.

### 4. Akses pasar

Akses ke pasar juga relatif mudah karena transportasi lancar dan sarana prasaran juga lancar.

### 5. Budidaya/ usahatani

Budidaya/ usahatani di daerah penelitian yang sangat sederhana yang tidak memerlukan biaya yang banyak.

### 6. Masalah transportasi

Transportasi di daerah penelitian cenderung jarang di lintasi oleh angkutan umum meskipun jalan cenderung bagus. Akan tetapi setiap industri sudah memiliki kendaraan pribadi minimal sepeda motor. Sehingga transportasi di daerah penelitian lancar.

### 7. Kebutuhan konsumen

Semakin lama kebutuhan konsumen di daerah penelitian semakin meningkat. Terlihat dari permintaan yang semakin meningkat.

### 8. Pemasaran hasil

Produk yang dihasilkan langsung di pasarkan ke berbagai daerah baik dalam maupun luar daerah. Pemasaran hasil produk industri ubi kayu di daerah penelitian sangat lancar.

### 9. Penetapan pajak

Semua sampel industri ubi kayu di daerah penelitian tidak memiliki pajak usaha. Sehingga dapat menjadi ancaman bagi pengusaha.

### 10. Perijinan

Semua industri rumah tangga di serdang bedagai tidak memiliki ijin usaha.

### 11. Kebijakan pemerintah

Tidak adanya kebijakan pemerintah untuk mendukung perkembangan usaha di daerah penelitian.

### 12. Alsintan

Alsintan di daerah penelitian juga kurang begitu baik.

### 13. Bersaing dalam pasar bebas

Industri rumah tangga yang mengelolah ubi kayu di serdang bedagai ternyata sangata banyak. Sehingga para pelaku agribisnis di daerah penelitian harus memiliki strategi pemasaran yang lebih konkrit untuk memasarkan produk masaing-masing industri.

### 14. Akses kredit

Akses kredit sangat membantu perkembangan suatu usaha. Akan tetapi tidak ada satupun industri ubi kayu di daerah penelitian yang memiliki akses kredit.

### 15. Perubahan selera konsumen

Perubahan selera di daerah penelitian dapat menjadi ancaman kelancaran usaha industri ubi kayu mereka. Sehingga perlu perhatian yang lebih serius untuk mengatasi ancaman tersebut.

### 16. Produk substitusi

Perubahan selera konsumen dan adanya produk substitusi seperti sagu dan terigu merupakan ancaman yang serius untuk keberlanjutan usaha.

### 17. Jumlah produk (daya serap pasar)

Jumlah produk yang di hasilkan oleh para pelaku agribisnis di daerah penelitian cenderung sedikit sehingga sering tidak tercukupi kebutuhan konsumen.

## **Strategi Peningkatan Permintaan Ubi Kayu**

### **Matriks Faktor Strategi Internal**

Dari tabel matrik faktor strategi internal dibawah menunjukkan bahwa total skoring kekuatan adalah 162,4 dan total skoring kelemahan adalah -97,3. Sedangkan selisih antara total skoring kekuatan dengan total skoring kelemahan adalah 65,1 .

**Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal**

<b>Faktor dan variabel internal</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skoring</b>
<b>Kekuatan (Strengths) :</b>			
a. Tingkat ketrampilan	3	4,7	14,1
b. Ketersediaan lahan Industri	4	6,2	24,8
c. Ketersediaan jenis/ var. Unggul	3	4,7	14,1
d. Akses terhadap sumberdaya	3	4,7	14,1
e. Pengolahan hasil	3	4,7	14,1
f. Ketersediaan bahan baku lain	3	4,7	14,1
g. Status kepemilikan industri	4	6,2	24,8
h. Ketimpangan gender	3	4,7	14,1
i. Hak paten	3	4,7	14,1
j. Jaringan distribusi	3	4,7	14,1
<b>Total skoring kekuatan</b>	<b>32</b>	<b>50</b>	<b>162,4</b>
<b>Kelemahan (Weaknesses) :</b>			
a. Kepemimpinan dalam Perusahaan	-2	5,9	-11,8
b. Motivasi dalam berusaha	-2	5,9	-11,8
c. Tingkat pendidikan	-2	5,9	-11,8
d. Merk dagang	-1	2,9	-2,9
e. Keanekaragaman produk	-2	5,9	-11,8
f. Tingkat adopsi teknologi	-2	5,9	-11,8
g. Struktur kelembagaan	-2	5,9	-11,8
h. Mekanisme kerja kelembagaan	-2	5,9	-11,8
i. Koordinasi	-2	5,9	-11,8
<b>Total skoring kelemahan</b>	<b>-17</b>	<b>50</b>	<b>-97,3</b>
<b>Selisih Kekuatan- Kelemahan:</b>			<b>65,1</b>

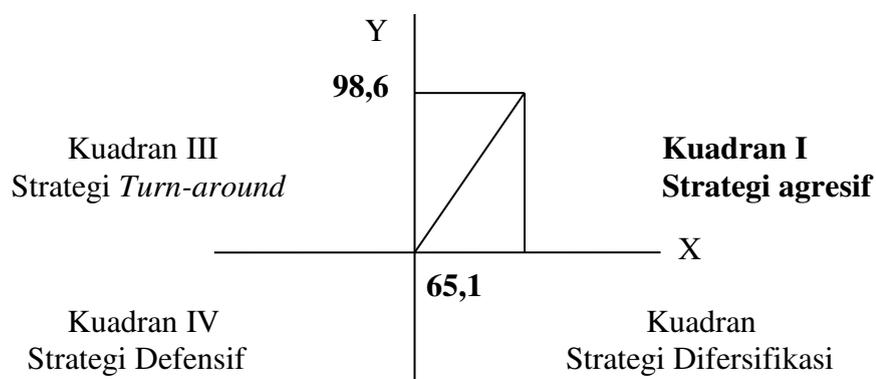
**Matriks Faktor Strategi Eksternal**

Dari tabel matrik faktor strategi internal dibawah menunjukkan bahwa total skoring kekuatan adalah 178,4 dan total skoring kelemahan adalah -79,8. Sedangkan selisih antara total skoring kekuatan dengan total skoring kelemahan adalah 98,6.

**Tabel 3. Matriks Faktor Strategi Eksternal**

Faktor dan variabel Eksternal	Rating	Bobot	Skoring
Peluang (Opportunities) :			
a. Iklim	4	7,1	28,4
b. Geografi	4	7,1	28,4
c. Lokasi ubi kayu	4	7,1	28,4
d. Akses pasar	3	5,4	16,2
c. Budidaya/ usahatani	3	5,4	16,2
d. Trasportasi	4	7,1	28,4
e. Kebutuhan konsumen	3	5,4	16,2
g. Pemasaran hasil	3	5,4	16,2
Total skor peluang	28	50,00	178,4
Ancaman (Threats) :			
a. Penetapan pajak	-1	3,8	-3,8
b. Perijinan	-1	3,8	-3,8
c. Kebijakan pemerintah	-1	3,8	-3,8
d. Alsintan	-2	7,6	-15,2
e. Persaingan dalam pasar Bebas	-2	7,6	-15,2
f. Akses kredit	-1	3,8	-3,8
g. Perubahan selera Konsumen	-2	7,6	-15,2
h. Produk substitusi	-1	3,8	-3,8
i. Jumlah produk (Daya serap pasar)	-2	7,6	-15,2
	13	50	-79,8
Selisih Peluang- Ancaman			98,6

**Diagram Analisis Swot**



**Gambar 1. Matriks Posisi SWOT**

Strategi menunjukkan pada wilayah kuadran I (Strategi Agresif). Posisi ini menunjukkan bahwa situasi pada kondisi sangat menguntungkan. Situasi ini

masih memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk peningkatan permintaan ubi kayu.

### Tahap Hasil Data

<p style="text-align: center;">IFAS EFAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat ketrampilan</li> <li>2. Ketersediaan lahan industri</li> <li>3. Ketersediaan jenis/ Var. unggulan</li> <li>4. Akses terhadap sumberdaya atau bahan baku</li> <li>5. Pengolahan hasil</li> <li>6. Ketersediaan bahan baku lain</li> <li>7. Status kepemilikan industri</li> <li>8. Hak paten</li> <li>9. Jaringan distribusi</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepemimpinan dalam perusahaan</li> <li>2. Motivasi dalam berusaha</li> <li>3. Tingkat pendidikan</li> <li>4. Merk dagang</li> <li>5. Keanekaragaman produk</li> <li>6. Tingkat adopsi teknologi</li> <li>7. Struktur kelembagaan</li> <li>8. Mekanisme kerja kelembagaan</li> <li>9. Koordinasi</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklim</li> <li>2. Geografi</li> <li>3. Lokasi ubi kayu</li> <li>4. Akses pasar</li> <li>5. Budidaya/ usahatani</li> <li>6. Transportasi</li> <li>7. Kebutuhan konsumen</li> <li>8. Pemasaran hasil</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan ketersediaan jenis/ var.unggulan dan ketrampilan yang didukung, iklim, geografi, lokasi bahan baku/ubi kayu dan ketersediaan lahan industri, dapat dapat menunjang peningkatan budidaya/usahatani (S1,2,3 dan O5)</li> <li>2. Pengolahan hasil yang efisien dapat meningkatkan pemasaran hasil dan memenuhi kebutuhan konsumen (S5 dan O7,8)</li> <li>3. Ketersediaan bahan baku lain yang akan memenuhi kebutuhan konsumen (S6 dan O7)</li> <li>4. Memanfaatkan ketersediaan lahan, lokasi sumber ubi kayu yang dekat dan status kepemilikan industri serta adanya hak paten dapat memperluas usahatani serta memenuhi kebutuhan konsumen. (S2,7,8 dan O35,7)</li> <li>5. Tingkat ketrampilan, jaringan distribusi yang luas dan akses terhadap sumberdaya atau bahan baku mampu menarik perhatian untuk memperbanyak transportasi sehingga dapat memperlancar akses pasar dan pemasaran hasil. (S1,4,9 dan O6,4,8)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kepemimpinan dalam perusahaan, motivasi dalam berusaha untuk meningkatkan budidaya/usahatani dan pemasaran hasil (W1,2 dan O5,8)</li> <li>2. Meningkatkan pendidikan yang rendah dengan menjangkau sarana pendidikan yang mudah di jangkau transportasi (W3 dan O6)</li> <li>3. Meningkatkan keanekaragaman produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen (W5 dan O7)</li> <li>4. Membuat merek dagang meningkatkan peasaran hasil dan memerlancar akses pasar (W3 dan O4,8)</li> <li>5. Mengadopsi teknologi yang mudah dari luar daerah dengan memanfaatkan lokasi yang gampang dijangkau transportasi (W6 dan O6)</li> <li>6. Membuat struktur kelembagaan dan memperbaiki mekanisme kerja kelembagaan serta memperjelas koordinasi untuk meningkatkan pemasaran hasil yang tinggi.(W7,8,9 dan O8)</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>THREATS (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan pajak</li> <li>2. Perijinan</li> <li>3. Kebijakan pemerintah</li> <li>4. Alsintan</li> <li>5. Bersaing dalam pasar bebas</li> <li>6. Akses kredit</li> <li>7. Perubahan selera konsumen</li> <li>8. Produk substitusi</li> <li>9. Jumlah produk (daya serap pasar)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status kepemilikan industri dan hak paten sebagai kekuatan dapat memperkecil ancaman berupa penetapan pajak, perijinan, kebijakan pemerintah dan akses kredit (S7,8 dan T1,2,3,6 )</li> <li>2. Memanfaatkan ketrampilan dan jaringan distribusi merupakan kekuatan untuk memperkecil ancaman dalam persaingan pasar bebas, alsintan dan perubahan selera konsumen (S1,9 dan T4,5)</li> <li>3. Ketersediaan bahan baku lain dan tingkat ketrampilan merupakan kekuatan untuk memperkecil ancaman berupa produk substitusi dan jumlah produk industri (S1,6 dan T8,9)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengatasi persaingan pasar bebas dengan meningkatkan kepemimpinan dalam perusahaan, motivasi, tingkat pendidikan dan meningkatkan keanekaragaman produk serta mengadopsi teknologi (T5 dan W1,2,3,5,6)</li> <li>2. Untuk mengatasi perubahan selera konsumen dan jumlah produk dengan menganekegarmkan produk dan mengadopsi teknologi (T7,9 dan W5,6)</li> <li>3. Mengatasi masalah perijinan, penetapan pajak, alsintan dan akses kredit dengan meningkatkan pendidikan, membuat struktur kelembagaan dan koordinasi (T1,2,3,4,6 dan W3,7,9)</li> </ol>

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Permintaan ubi kayu di daerah penelitian cenderung meningkat. Seiring dengan berkembangnya industri rumah tangga yang mengelolah ubi kayu. Selain itu peralihan sumber mata pencaharian terhadap industri rumah tangga yang mengelolah ubi kayu yang meningkat.
2. Faktor internal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu adalah kepemimpinan dalam perusahaan, tingkat ketrampilan, ketersediaan lahan industri, ketersediaan jenis/ varietas unggulan, akses terhadap sumberdaya ataupun bahan baku, pengolahan hasil, ketersediaan bahan baku, status kepemilikan industri, hak paten, jaringan distribusi, motivasi dalam berusaha, tingkat pendidikan, merk dagang, keanekaragaman produk, tingkat adopsi teknologi, struktur kelembagaan, mekanisme kerja kelembagaan dan koordinasi.
3. Faktor eksternal yang mempengaruhi permintaan ubi kayu adalah iklim, geografi, lokasi bahan baku/ubi kayu, akses pasar, budidaya/usahatani, masalah transportasi, kebutuhan konsumen, pemasaran hasil, penetapan pajak, perijinan, kebijakan pemerintah, alsintan, bersaing dalam pasar bebas, akses kredit, perubahan selera konsumen, produk substitusi dan jumlah produk (selera konsumen).
4. Strategi peningkatan permintaan ubi kayu yang sudah dilakukan industri rumah tangga ubi kayu di daerah penelitian adalah strategi *agresif* dengan lebih fokus kepada strategi SO yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

### Saran

1. Kepada pemerintah disarankan agar memberikan bantuan, kebijakan, perijinan, akses permodalan dan pelatihan/ penyuluhan kepada industri rumah tangga yang mengelolah ubi kayu.
2. Kepada para pelaku industri rumah tangga diharapkan agar meningkatkan keanekaragaman produk dan mengadopsi teknologi.

3. Kepada peneliti selanjutnya disarankan agar meneliti potensi pengembangan agribisnis ubi kayu.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonimous.2003. Pengkajian *Analisis Konsumsi dan Penyediaan Pangan*.  
Kerjasama BBKP, Deptan dengan Fakultas Pertanian, IPB. Jakarta.
- Disperindagkop. 2013. *Perbaungan, Sentra Kerupuk Opak Sergai*. Serdang  
Bedagai
- Mangunwidjaja, D dan Sailah, I. 2002. *Pengantar Teknologi Pertanian*. Penebar  
Swadaya : Jakarta.
- Nazaruddin, 2012. *Singkong Dapat Perkuat Ketahanan Pangan*. Jakarta :  
Kementan.
- Rahardja. P dan Manurung. M. *Teori Ekonomi Mikro*, edisi ketiga. Jakarta:  
Lembaga Penerbit FEUI,2006.

# **STRATEGI PENINGKATAN PERMINTAAN UBI KAYU**

(Studi kasus: Kabupaten Serdang Bedagai)

---

**JURNAL ILMIAH**

---

**FRANDI SIMBOLON**

**080304074**

**AGRIBISNIS**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2013**

# **STRATEGI PENINGKATAN PERMINTAAN UBI KAYU**

(Studi kasus: Kabupaten Serdang Bedagai)

---

**JURNAL ILMIAH**

---

**FRANDI SIMBOLON**

**080304074**

**AGRIBISNIS**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memenuhi Sebagian dari Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian di Program Studi Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, Medan.

**Disetujui Oleh,  
Komisi Pembimbing**

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing

**(Ir. Iskandarini, MM, Ph.D)**

**NIP : 196405051994032002**

**(HM. Mozart B. Darus, M.Sc)**

**NIP : 196210051987031005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2013**