

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANUA COKELAT PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA SA'ADAH AGENCY DI KOTA PALU

**Development of marketing strategies banua chocolate products on domenstic industry
Sa'adah Agency in Palu town**

Wawan Kurniawan

Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
Email : kurniawanwawan995@yahoo.co.id

ABSTRACT

Target of this research is to identify and analyze internal and external factors facing the industry Sa'adah agency in developing product marketing strategies and identify and analyze marketing strategy development agency Sa'adah chocolate industry, where the research was conducted in the industry of Sa'adah agency, the determination of respondent committed intentionally, the industry leader Sa'adah agency, 2 Sa'adah labor agency industry, consumers and competitors. techniques of data collection are observation, interviews, and documentation. SWOT is the strategies to do analysis. the results obtained from the research that the development strategy of industrial product marketing banua chocolate Sa'adah agency emphasizes internal factors into consideration the strengths, weaknesses, opportunities and external factors, threats. Result of the reduction factor of the strength and weakness factors obtained x-axis value of 1.16 while the reduction factor for the opportunities and threats of the y-axis value obtained by 2,00. SWOT diagram showing the location of the position of product marketing strategy development of agency Sa'adah banua chocolate industry is in quadrant 1 (SO).

key words: strategy development, chocolate, SWOT analysis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi industri Sa'adah Agency dalam pengembangan strategi pemasaran produknya dan mengidentifikasi dan menganalisis pengembangan strategi pemasaran cokelat industri Sa'adah Agency. Tempat penelitian ini dilakukan pada industri Sa'adah Agency Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu pimpinan industri Sa'adah Agency, 2 orang tenaga kerja industri Sa'adah Agency, konsumen dan pesaing. Tehnik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menganalisis pengembangan strategi pemasaran produk Banua Cokelat pada industri rumah tangga Sa'adah Agency di Kota Palu maka analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil diperoleh dari penelitian bahwa strategi pengembangan pemasaran produk Banua Cokelat industri Sa'adah Agency menekankan dalam pertimbangan faktor internal kekuatan, kelemahan dan faktor eksternal peluang, ancaman. Hasil dari pengurangan faktor kekuatan dan faktor kelemahan didapat nilai sumbu X sebesar 1,16 sedangkan untuk pengurangan faktor peluang dan ancaman didapat nilai sumbu Y sebesar 2,00. Diagram SWOT menunjukkan letak posisi pengembangan strategi pemasaran produk banua cokelat industri Sa'adah Agency berada pada kuadran I (SO).

Kata Kunci : pengembangan strategi, cokelat, analisis SWOT

PENDAHULUAN

Kakao biji merupakan salah satu komoditi andalan sektor perkebunan. Memiliki

peranan penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan devisa negara. Biji kakao merupakan salah satu komoditi ekspor yang mempunyai keunggulan komparatif yang merupakan modal utama yang harus ada pada suatu produk untuk memiliki kekuatan kompetitif. Kakao biji juga berperan dalam mendorong pengembangan wilayah dan pengembangan agroindustri yang diharapkan mampu berperan sebagai salah satu komoditi yang akan menciptakan *trickle down effect* dalam perekonomian nasional dan daerah (Suryani & Zulfebriansyah, 2007).

Kakao biji ialah salah satu komoditi yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian Sulawesi Tengah. Pengusahaan kakao dikembangkan berdasarkan konsep keunggulan komparatif, yang digunakan sebagai dasar dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Dengan keunggulan kompetitif diharapkan suatu produk mempunyai kekuatan dalam menghadapi era pasar bebas yang membutuhkan 'kerja keras' jika ingin *survive*. Sulawesi Tengah merupakan daerah kedua di Indonesia setelah Sulawesi Selatan sebagai penghasil kakao terbesar di Indonesia.

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk memanfaatkan kakao biji sehingga memiliki nilai jual tinggi, yaitu dengan cara mengolah kakao biji menjadi cokelat dalam bentuk olahan. Salah satu masalah yang dihadapi industri rumah tangga Sa'adah Agency belum baiknya pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan dalam pengembangan pemasaran produk Banua Cokelat. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pengembangan strategi pemasaran produk Banua Cokelat pada industri rumah tangga Sa'adah Agency di Kota Palu

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi industri Sa'adah Agency dalam pengembangan strategi pemasaran produknya dan mengidentifikasi dan menganalisis pengembangan strategi pemasaran produknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Rumah Tangga Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di jln. Setia Budi No.70 Kecamatan Palu Timur. Penentuan tempat dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" ini merupakan salah satu penghasil produk cokelat dan mempunyai rasa cokelat yang berbeda-beda di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan bulan Januari sampai bulan Maret 2013.

Penentuan responden dalam Penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), yakni pimpinan industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" yang bernama Pak Ansharudin sebagai responden. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan sangat berkompeten untuk memberikan informasi sehubungan dengan kegiatan penelitian ini. Selain itu diwawancarai 2 orang tenaga kerja Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat", konsumen dan pesaing.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, Untuk mencapai tujuan penelitian digunakan analisis SWOT. Lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan strategi sebagai berikut :

1. menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan dalam usaha coklat yang berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman. Faktor ini dibuat dalam bentuk matriks EFAS (*External Faktor Analysis Summary*) dan matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*).
2. menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan dalam usaha coklat yang berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman. Faktor ini dibuat dalam bentuk matriks EFAS (*External Faktor Analysis Summary*) dan

matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*).

3. Tahap analisis : menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, menggunakan metode obyektif (Yantu, 2012), yaitu faktor mana yang paling penting dan tidak penting.
4. Nilai *rating* menunjukkan tingkat ketersediaan/keberadaan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan kegiatan usaha cokelat tersebut. Adapun nilai *rating* adalah 1-4 sebagai berikut :

Skor 1= keberadaannya sangat terbatas/sangat rendah

Skor 2 = keberadaannya terbatas/rendah

Skor 3 = keberadaannya banyak/tinggi

Skor 4 = keberadaannya sangat banyak/sangat tinggi

Penentuan *rating* juga menggunakan metode obyektif, yaitu presepsi responden (Yantu, 2012). Menurut Yantu dkk (2001 dan 2002), bila IFAS dan EFAS lebih besar dari nilai *rating* tertinggi dibagi dua, maka perusahaan akan mampu merespon perubahan lingkungan internal dan eksternalnya.

Penentuan bobot dihitung dengan menggunakan metode obyektif dengan rumus (Yantu, 2012), sebagai berikut :

Keterangan :

B_i : Bobot faktor ke-i

R_i : *Rating* ke-i

$\sum R_i$: Total *Rating* ke-i

$$B_i = \frac{R_i}{\sum R_i}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya Industri. Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" merupakan salah satu industri rumah tangga di Kota Palu. Industri ini Bertempat di Otista No 35, Kelurahan Besusu Timur, Kecamatan Palu Timur. Industri Sa'adah Agency didirikan pada tahun 2005 di bawah pimpinan pak Ansharudin. Industri ini didirikan karena pak Ansharudin mempunyai jiwa pebisnis. Semangat dan kerja keras yang dimiliki pak Ansharudin sehingga beliau termotivasi untuk menjadi seorang wirausahawan. Pak Ansharudin berpendidikan sarjana di salah satu Universitas di Sulawesi Tengah. Pada tahun 2010 pak Ansharudin membuat suatu produk coklat

yang bermerek "Banua Cokelat" yang diproduksi oleh Sa'adah Agency. Produk Banua Cokelat ini dijadikan salah satu ole-ole khas Kota Palu, Pak Ansharudin melihat bahwa cokelat merupakan salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat di sekitar Kota Palu.

Latar belakang berdirinya industri rumah tangga Sa'adah Agency menggunakan modal dari kerabat dekat sebesar Rp. 3.000.000, dengan cara bagi hasil dari penjualan produk sa'adah Agency. Pada produk "Banua Cokelat" pak Ansharudin menggunakan modal sebesar Rp. 5.000.000, modal yang digunakan modal sendiri. Industri ini mempunyai tenaga kerja sebanyak 3 orang yang berasal dari keluarga dan tetangga yang berada di sekitar tempat usaha Sa'adah Agency.

Analisis SWOT. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Strategi pengembangan industri rumah tangga Sa'adah Agency menekankan dalam pertimbangan faktor internal kekuatan, kelemahan dan faktor eksternal peluang, ancaman

Hasil wawancara mengenai identifikasi faktor internal dan faktor eksternal disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Industri Rumah Tangga Sa'adah Agency, 2013

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
a. Tempat yang strategis	a. Adanya dukungan pemerintah terhadap usaha
b. Produksi secara terus-menerus	b. Harga Produk yang kompetitif
c. Penggunaan modal sendiri	c. Persepsi konsumen cukup baik
d. Merek produk sudah dikenal	d. Permintaan produk cukup meningkat
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
e. Struktur organisasi usaha belum baik	e. Berdirinya perusahaan pesaing
f. Kemasan yang tidak menarik	f. Kenaikan harga bahan baku
g. Belum baiknya saluran pemasaran	g. SDM Belum terlatih
h. Teknologi yang digunakan masih sederhana	h. Perubahan selera konsumen

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2013

Analisis Lingkungan Internal. Setelah faktor-faktor strategis internal industri rumah tangga Sa'adah Agency dalam produk "Banua Cokelat" teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*).

Berdasarkan hasil perhitungan setiap *rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai *rating* faktor internal disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa analisis faktor kekuatan (*Strenghts*) memiliki nilai bobot 0,61 dengan total nilai *rating* sebesar 13 maka diperoleh bobot X *rating* sebesar 2,02. Sedangkan untuk analisis faktor kelemahan bobot X *rating* diperoleh sebesar 0,86. Hal ini dapat diartikan bahwa industri rumah tangga Sa'adah Agency "Banua Cokelat" (*Weakness*) memiliki nilai bobot sebesar 0,38 dengan nilai *rating* sebesar 8 maka memiliki nilai faktor kekuatan besar dibandingkan faktor kelemahan.

Berdasarkan hasil perkalian bobot X *rating* faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam pengembangan strategi pemasaran usaha Sa'adah Agency dalam produk "Banua Cokelat, yaitu total nilai bobot X *rating* faktor kekuatan (*Strenghts*) dikurangi nilai bobot X *rating* faktor kelemahan (*Weakness*) maka diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal yaitu $2,02 - 0,86 = 1,16$ dengan demikian nilai sumbu X pada kuadran SWOT adalah sebesar 1,16.

Analisis Lingkungan Eksternal. Setelah faktor-faktor strategis eksternal industri rumah tangga Sa'adah Agency dalam produk "Banua Cokelat" teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap *rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai *rating* faktor internal disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 3 tersaji bahwa analisis faktor peluang (*Opportunities*) memiliki nilai bobot 0,70 dengan total nilai *rating* sebesar 14 maka diperoleh bobot X *rating* sebesar 2,5. Analisis faktor ancaman (*Threaths*) memiliki nilai bobot sebesar 0,3 dengan nilai *rating* sebesar 6 maka bobot X *rating* diperoleh sebesar 0,5. Hal ini dapat diartikan bahwa industri rumah tangga Sa'adah Agency "Banua Cokelat" memiliki nilai faktor peluang yang lebih besar dibandingkan faktor kelemahan.

Berdasarkan hasil perkalian bobot X *rating* faktor lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kuadran dalam pengembangan strategi pemasaran usaha Sa'adah Agency dalam produk "Banua Cokelat, yaitu total nilai bobot X *rating* faktor peluang (*Opportunities*) dikurangi nilai bobot X *rating* faktor ancaman (*Threaths*) maka diperoleh nilai Y sebagai sumbu vertikal yaitu $2,5 - 0,5 = 2,00$ dengan demikian nilai sumbu Y pada kuadran SWOT adalah sebesar 2,00.

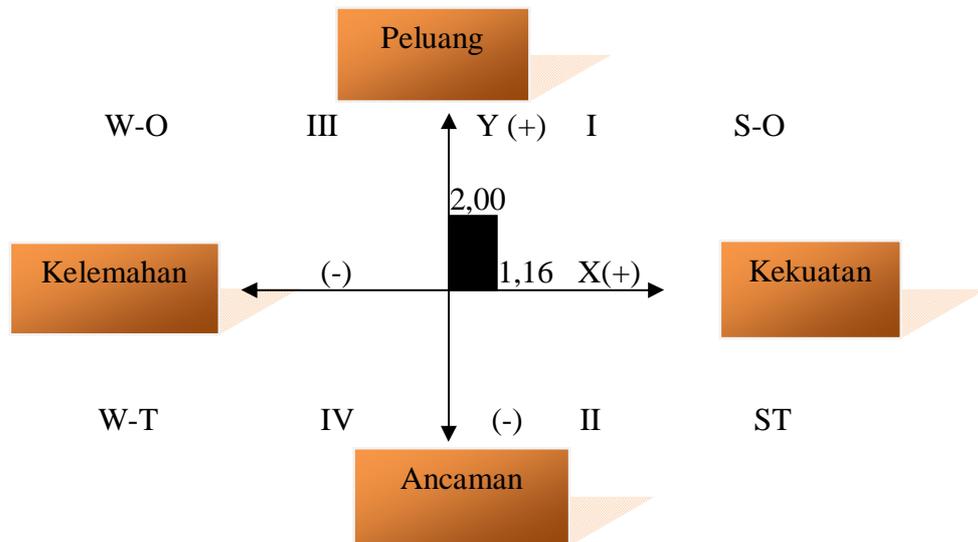
Tabel 2. Analisis SWOT Matriks (IFAS) Usaha Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di Kota Palu

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Ket.
1. Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
a. Tempat usaha yang strategis	0,19	4	0,76	
b. Produksi secara terus-menerus	0,14	3	0,42	
c. Penggunaan modal sendiri	0,14	3	0,42	
d. Merek Produk Sudah Dikenal	0,14	3	0,42	
Sub Total	0,61	13	2,02	
2. Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
a. Struktur organisasi belum baik	0,10	2	0,20	
b. Kemasan yang tidak menarik	0,10	2	0,20	
c. Belum baiknya saluran pemasaran	0,04	1	0,04	
d. Teknolgi yang digunakan masih sederhana	0,14	3	0,42	
Sub Total	0,38	8	0,86	
Total (1+2)	1,00	21	2,88	

Tabel 3. Analisis SWOT Matriks (EFAS) Usaha Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di Kota Palu

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Ket.
1. Peluang (<i>opportunities</i>)				
a. Adanya dukungan pemerintah	0,20	4	0,80	
b. Harga produk yang kompetitif	0,15	3	0,45	
c. Presepsi konsumen cukup baik	0,20	4	0,80	
d. Permintaan produk cukup meningkat	0,15	3	0,45	
Sub Total	0,70	14	2,5	
2. Ancaman (<i>Threats</i>)				
a. Berdirinya perusahaan pesaing	0,10	2	0,20	
b. Kenaikan harga bahan baku	0,05	1	0,05	
c. Sumber daya manusia belum terlatih	0,10	2	0,20	
d. Perubahan selera konsumen	0,05	1	0,05	
Sub Total	0,30	6	0,50	
Total (1+2)	1,00	20	3	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2013



Gambar 2. Posisi Pengembangan Strategi Pemasaran Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di Kota Palu

Hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal pengembangan strategi pemasara industri rumah tangga Sa'adah Agency dalam produk "Banua Coklat di Kota Palu dimasukkan kedalam diagram SWOT, untuk mengetahui dititik mana letak strategi industri Sa'adah Agency "Banua

Cokelat" berada. Titik tersebut dijadikan pedoman bagi perumusan alternatif srategi yang sesuai dengan kuadran di mana letak titik berada. Berdasarkan dari hasil pembobotan dapat dikemukakan bahwa total skor faktor internal yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan (*Strenghts*)

dan faktor kelemahan (*Weakness*) sebagai sumbu X (sumbu horizontal) sebesar 1,16, sedangkan untuk faktor eksternal dari pengurangan total faktor peluang (*Opportunities*) dan faktor ancaman (*Threats*) sebagai sumbu Y (sumbu vertikal) sebesar 2,00. Dengan mengetahui dari hasil skor faktor internal dan faktor eksternal maka akan diketahui posisi industri rumah tangga Sa'adah Agency yang akan dilihat pada diagram SWOT pada gambar 2.

Berdasarkan diagram gambar SWOT menunjukkan bahwa posisi pengembangan strategi pemasaran industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di Kota Palu berada di posisi kuadran pertama (I). Posisi kuadran pertama ini menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan bagi industri Sa'adah Agency dalam pengembangan usaha "Banua Cokelat". Industri Sa'adah Agency memiliki kekuatan dan peluang yang sangat menguntungkan sehingga industri ini dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan oleh industri Sa'adah Agency dalam pengembangan produknya adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Penentuan Strategi Pengembangan Industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di Kota Palu. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi IFAS dan EFAS berturut-turut lebih besar dari dua, yaitu perusahaan akan mampu merespon perubahan lingkungan internal dan eksternalnya (Yantu, 2012). Oleh karena itu, strategi pengembangan layak dilakukan.

Berdasarkan hasil kuadran SWOT diatas, maka penerapan strategi yang dilakukan oleh industri Sa'adah Agency dalam pengembangan strategi pemasaran "Banua Cokelat" menggunakan strategi SO, dimana industri Sa'adah Agency menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasinya kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai pengembangan strategi pemasaran industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" dapat disimpulkan sebagai berikut ;

Tingkat pengembangan pemasaran industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" dipengaruhi oleh faktor internal yang meliputi kekuatan, yaitu (a) tempat usaha yang strategis, (b) produksi setiap hari, (c) oenggunaan modal sendiri, (d) merek produk sudah dikenal dan peluang, yaitu (a) struktur organisasi belum baik, (b) kemasan yang tidak menarik, (c) belum baiknya saluran pemasaran, (d) teknologi yang digunakan masih sederhana. Serta faktor eksternal meliputi peluang, yaitu (a) adanya dukungan pemerintah terhadap usaha, (b) harga produk yang kompetitif, (c) persepsi konsumen cukup baik, (d) permintaan produk cukup meningkat dan ancaman, yaitu (a) berdirinya perusahaan pesaing, (b) kenaikan harga bahan baku (c) sumber daya manusia belum terlatih (d) perubahan selera konsumen.

Berdasarkan diagram gambar SWOT menunjukkan bahwa posisi pengembangan strategi pemasaran industri Sa'adah Agency "Banua Cokelat" di Kota Palu berada di posisi kuadran pertama (I). Posisi kuadran pertama ini menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan bagi industri Sa'adah Agency dalam pengembangan usaha "Banua Cokelat". Industri Sa'adah Agency memiliki kekuatan dan peluang yang sangat menguntungkan sehingga industri ini dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan oleh industri Sa'adah Agency dalam pengembangan produknya adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Saran

Dalam pengembangan pemasaran produk banua cokelat industri rumah tangga Sa'adah Agency sebaiknya pimpinan menggunakan strategi SO dengan berdasarkan program yang telah disusun sebagai berikut :

Memanfaatkan semaksimal mungkin tempat usaha yang strategis untuk memaksimalkan permintaan produk cokelat yang cenderung meningkat, kegiatan yang perlu dilakukan antara lain Melakukan pembenahan tempat usaha dalam hal kenyamanan dalam memproduksi dan penjualan produk “Banua Cokelat”, Melaksanakan pelatihan tenaga kerja untuk peningkatan produk yang cenderung meningkat.

Meningkatkan produksi setiap hari untuk memanfaatkan harga yang kompetitif, kegiatan yang perlu dilakukan antara lain Melakukan diversifikasi produk (rasa, bentuk, dan kemasan), Menstabilkan harga produk “Banua Cokelat”.

Memaksimalkan modal sendiri dalam rangka memanfaatkan dukungan pemerintah dan permintaan produk yang cenderung

meningkat, kegiatan yang perlu dilakukan antara lain Melakukan pemanfaatan modal sebaik mungkin dalam kelancaran usaha, Mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah terhadap industri rumah tangga yang ada di Kota Palu, Melakukan promosi-promosi produk “Banua Cokelat”, sehingga permintaan produk tidak menurun.

Memaksimalkan produk yang sudah dikenal melalui pameran-pameran yang dilakukan pemerintah, sehingga permintaan terhadap produk cenderung meningkat, kegiatan yang perlu dilakukan antara lain Menjaga pencitraan produk yang sudah dikenal masyarakat, Melakukan pengembangan dan peningkatan produksi dengan adanya permintaan produk yang cenderung meningkat, Melakukan perluasan pasar sesuai jumlah permintaan yang meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinie Suryani & Zulfebriansyah 2007. *Komoditas Kakao, Potret dan Peluang Pembiayaan*. Economic Review no 210.
- Yantu M. R, Eka Putra, Agus Prabowo, Franky Palit, Fredy S. Ngiu, Abdul Haris Pana’I, Bambang Suprianto dan Iwan Mustafa. 2001. *Studi Kelayakan Pengolaan Pembangunan Wilayah Terpadu dalam Perspektif Pertanian di Kawasn Pantura Kabupaten Gorontalo Propinsi Gorontalo*. Jurnal Agroland Vol 8 No.3: 278-283. September 2001. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
- Yantu M. R, Mamiék Slamet, Thamrin dan Franky Palit 2002. *Studi Peningkatan Mutu Insentifkasi Padi Sawah di Sulawesi Tengah*. Jurnal Ilmiah. Agrisains Vol.3 No 1: 16-21 April 2001. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu.
- .Yantu, M. R. 2012. *Perencanaan Tata Ruang Hand Out Paruh Kedua Versi Revisi*. Program Studi Magister Pengembangan Wilayah Perdesaan, Pascasarjana, Universitas Tadulako. Palu.