

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI NATA DE COCO  
DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

**Evy Maharani\*, Susy Edwina\* dan Yeni Kusumawaty\***

**Abstract**

*The potential of coconut as one of economical agriculture commodities that can be processed into products such as nata de coco and others. This survey study was conducted in Tembilahan, Indragiri Hilir District as an area which has the nata de coco agroindustry. This research was conducted from May to August 2008. The results concluded that development strategies for nata de coco industry are as follow: improve production planning capability, increase production capacity, improve the standard of product quality, enhance marketing campaigns through wider distribution, diversify market segments and use institutions such as Aspari.*

**Keywords:** *agroindustry, nata de coco, development strategy*

---

\* *Evy Maharani, Susy Edwina, dan Yeni Kusumawaty* adalah Staf Pengajar Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (Agrobisnis) Faperta Universitas Riau, Pekanbaru.

## I. PENDAHULUAN

Komoditas perkebunan saat ini menjadi komoditas strategis seperti komoditas kelapa. Salah satu sentra produksi kelapa di Provinsi Riau adalah Kabupaten Indragiri Hilir. Luas areal perkebunan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2007 adalah 453.714 hektar dan dari luas areal tersebut 96,99% merupakan perkebunan rakyat yang menjadi andalan sumber pendapatan petani dengan rata-rata produksi 461.593,01 ton/hektar (Dinas Perkebunan Provinsi Riau, 2007). Kondisi ini menunjukkan bahwa kelapa sebagai salah satu komoditas perkebunan yang bernilai ekonomis tinggi yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan gula kelapa, minyak kelapa, nata de coco dan makanan lainnya.

Selain itu kelapa juga merupakan komoditas yang berkembang saat ini setelah kelapa sawit (Badan Pusat Statistik, 2008). Semakin berkembangnya komoditas perkebunan menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi petani perdesaan mutlak diperlukan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan petani. Pengembangan industri kecil diarahkan pada upaya pemberdayaan agroindustri dengan harapan akan dapat menyediakan lapangan kerja bagi penduduk perdesaan. Agroindustri mempunyai prospek untuk dikembangkan dan memerlukan sentuhan pengelolaan lebih baik agar menjadikan petani memiliki daya mewujudkan tujuannya.

Agroindustri merupakan jawaban paling tepat karena mempunyai keterkaitan ke belakang (*backward linkage*) dan keterkaitan ke depan (*forward linkage*) yang panjang. Hal ini perlu dikembangkan strategi dan kebijaksanaan yang menempatkan agroindustri sebagai salah satu sektor unggulan. Industri kecil perdesaan dalam hal ini agroindustri dapat mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar.

Petani pada umumnya dalam melakukan pengelolaan pertanian masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan keluarga (*subsistence*) dan belum berorientasi pada pasar (*market oriented*). Beberapa kendala utama pengembangan agroindustri yaitu kemampuan teknologi, kualitas sumberdaya manusia (SDM), koordinasi dan sinkronisasi program kelembagaan, belum tercapainya iklim yang kondusif dan infrastruktur pendukung pengembangan agroindustri yang masih terbatas, masih langkanya sumberdaya manusia berkualitas yang tertarik menekuni agroindustri terutama di perdesaan dan pemasaran serta distribusi yang belum berkembang.

Pada bidang teknologi masih dihadapkan pada keterbatasan untuk menyediakan teknologi yang tepat guna dan memberikan nilai tambah yang signifikan dan siap digunakan (*instant*). Hal demikian menyebabkan masih tingginya ketergantungan teknologi luar negeri untuk pengolahan produk pertanian dan berdampak pada masih rendahnya produktivitas, efisiensi dan pendapatan relatif pelaku agroindustri (Djamhari, 2004, Malian dkk, 2005, Budiarto, 2007). Pertanian, industri kecil dan menengah merupakan sektor yang memiliki ketahanan terhadap gejolak krisis ekonomi dan perlu mendapat prioritas utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia (Tambunan, 2002; Deperindag, 2002). Salah satu industri yang perlu mendapat perhatian dari pemerintah dalam pengembangannya adalah agroindustri skala kecil yang ada pada suatu daerah. Dalam kaitan ini usaha kecil lebih diarahkan untuk pengembangan usaha yang mampu bersaing dengan meningkatkan efisiensi usaha, menciptakan iklim usaha agar dapat memberikan peningkatan kemampuan dalam mengadopsi teknologi, meningkatkan profesionalisme usaha baik dari aspek manajemen usaha dan kemampuan mengantisipasi peluang pasar. Masih terbuka luas dan bahan baku pertanian yang berpotensi dikembangkan menjadi usaha skala kecil cukup banyak.

Salah satu permasalahan dalam pengembangan agroindustri adalah pemasaran serta distribusi yang belum berkembang. Pada saat produk melimpah harga jual sangat rendah. Dengan adanya agroindustri, pengolahan produk pertanian yang melimpah dapat diolah menjadi produk olahan yang dapat meningkatkan nilai tambah. Oleh karena agroindustri skala kecil sangat diperlukan agar pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dapat ditingkatkan. Selain itu juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat setempat dan menciptakan *multiplier effect* di Kabupaten Indragiri Hilir. Tujuan Penelitian ini adalah merumuskan desain strategi pengembangan agroindustri nata de coco di Kabupaten Indragiri Hilir.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Agroindustri**

Saat ini, sektor agroindustri pangan menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, terutama dilihat dari data perkembangan jumlah industri, tenaga kerja yang diserap, jumlah dan ragam produk yang dihasilkan serta nilai penjualan produknya. Disamping itu, pengembangan

agroindustri pangan juga mempunyai arti strategis mengingat hampir 99,7% dari total unit usaha agroindustri pangan adalah unit usaha kecil dan menengah dengan jumlah mencapai 2.614.081 unit usaha (Statistik Industri, 2000 dalam Standardisasi, 2003) sedangkan industri berskala besar hanya 0,3% dari total agroindustri pangan yang ada. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri sekaligus akan dapat menyediakan lapangan kerja bagi penduduk dan sejalan dengan berkembangnya kegiatan sektor pertanian (*on farm*) dan di luar pertanian (*of farm*) melalui proses pengolahan dan kegiatan jasa perdagangan komoditas primer.

Selanjutnya Soekartawi (2001) menyatakan, agroindustri dapat diartikan dua hal, yaitu: 1) agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dengan menekankan pada manajemen pengolahan makanan dalam suatu perusahaan produk olahan dimana minimal 20% dari jumlah bahan baku yang digunakan adalah pertanian; 2) agroindustri adalah suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian tetapi sebelum tahapan pembangunan industri.

Ada dua alasan utama kenapa agroindustri ini penting, yakni: 1) Agroindustri mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing (kompetitif), yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing produk agribisnis Indonesia. Sebab, jika hanya mengandalkan komoditas primer, kita akan senantiasa berperan sebagai penerima harga (*price taker*) khususnya dalam pasar internasional; 2) Agroindustri mampu menciptakan dan menahan nilai tambah sebesar mungkin di dalam negeri, serta mendiversifikasi produk dengan mengakomodir preferensi konsumen baik yang berkembang di dalam negeri maupun di pasar internasional. Karena itu, pengembangan agribisnis perlu diarahkan pada pendalaman struktur agroindustri yang lebih ke hilir yang mengolah hasil pertanian menjadi produk olahan, baik berupa produk antara (*intermediate product*), produk semi-akhir (*semi-finished product*), maupun produk akhir (*final product*) (Saragih, 2003).

## **2.2. Analisis SWOT**

Disamping melihat potensi daerah Kabupaten Indragiri Hilir juga melihat strategi pengembangan agroindustri nata de coco. Potensi pemasaran yang masih luas dan terbuka bisa

diketahui strategi yang baik untuk dilakukan dalam pemasaran agroindustri nata de coco ke depannya. Untuk menentukan strategi pengembangan agroindustri nata de coco maka digunakan analisis Swot (Rangkuti, 1997). Analisis SWOT merupakan suatu alat untuk menentukan kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threats*) dari lingkungan luar suatu usaha agroindustri nata de coco dan untuk menentukan strategi apa yang harus dilakukan agar agroindustri dapat berkembang terus secara efektif, efisien, dan berkelanjutan.

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Indragiri Hilir. Pemilihan lokasi didasarkan atas beberapa pertimbangan, yaitu Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu sentra produksi kelapa di Provinsi Riau dengan produksi 461.593,01 ton. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Agroindustri yang dipilih adalah agroindustri skala kecil (industri rumah tangga). Penarikan sampel agroindustri dipilih secara sengaja berdasarkan skala produksi terbesar dan yang banyak diusahakan oleh masyarakat, yaitu agroindustri nata de coco (Disperindag Kabupaten Indragiri Hilir, 2007).

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan para pengrajin yang menjadi responden dan data sekunder diperoleh dari instansi terkait dengan penelitian dan studi literatur. Kebutuhan data primer berkaitan dengan aspek produksi, aspek teknologi, aspek pengolahan, aspek pemasaran dan aspek kelembagaan agroindustri nata de coco. Menyusun faktor eksternal eksternal (peluang dan ancaman dari aspek produksi, teknologi, pengolahan, pemasaran dan kelembagaan) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) agroindustri nata de coco dan merumuskan disain strategi pengembangan agroindustri nata de coco di Kabupaten Indragiri Hilir, analisis dilakukan dengan menggunakan SWOT (Rangkuti, 1997).

### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Posisi letak geografis Kabupaten Indragiri Hilir yang strategis, memiliki potensi yang perlu mendapat perhatian untuk dikembangkan. Potensi sumberdaya alam Kabupaten Indragiri Hilir cukup beragam dan hampir menyebar di seluruh kecamatan. Potensi tersebut, antara lain di sektor

pertanian tanaman pangan, hutan, perkebunan, peternakan, pertambangan, dan industri. Sektor ekonomi unggulan daerah merupakan suatu indikator yang menunjukkan besar kecilnya suatu peranan sektor dalam pembangunan daerah.

Kontribusi sektor pertanian masih mendominasi perekonomian Kabupaten Indragiri Hilir. Secara absolut sektor pertanian mendominasi struktur ekonomi Kabupaten Indragiri Hilir. Pada tahun 2003 kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 50% dan tetap 50% pada tahun 2005. Sektor industri pengolahan memberikan kontribusi yang meningkat dari tahun 2003 ke tahun 2005, yaitu dari 16% menjadi 17%. Perkembangan industri di Kabupaten Indragiri Hilir cukup pesat, terutama jenis industri kecil dan industri rumah tangga sehingga bisa memperkuat kerangka pembangunan ekonomi daerah yang berbasis ekonomi kerakyatan.

Perkembangan industrialisasi di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat dari kontribusi sektor industri terhadap PDRB. Bila kontribusi industri terhadap PDB sebesar 10% sampai 20% maka suatu daerah sedang memasuki proses industrialisasi dan jika sumbangan sektor industri terhadap PDB 20% sampai 30% maka suatu daerah telah memasuki tahap semi industrialisasi. Berkenaan dengan itu Kabupaten Indragiri Hilir hampir memasuki tahap semi industrialisasi apabila dilihat dari kontribusi sektor industri terhadap PDRB yang bisa menguntungkan bagi perekonomian Kabupaten Indragiri Hilir (BPS Kabupaten Indragiri Hilir, 2006).

#### **4.1. Profil Agroindustri**

Usaha agroindustri nata de coco “Salju” didirikan oleh Bapak Badrun. Agroindustri nata de coco ini berdiri sejak tahun 2001 dengan nama awal adalah Bayako. Agroindustri nata de coco ini terdapat di Kecamatan Tembilahan. Pada saat agroindustri ini menggunakan nama Bayako kemasan yang digunakan adalah dalam bentuk *cup* yang dipesan langsung dari Bandung.

## **4.2. Strategi Pengembangan Agroindustri Nata De Coco**

### **4.2.1. Aspek Produksi**

Potensi daerah sebagai penghasil bahan baku merupakan peluang, sehingga mendukung pengembangan usaha agroindustri nata de coco. Namun adanya ancaman berupa kenaikan harga bahan baku dan bahan penunjang menjadi kendala dalam memproduksi karena petani kelapa langsung menjual keperusahaan sehingga harga kelapa naik demikian juga kenaikan harga bahan penunjang dan kesulitan untuk mendapatkan kemasan sachet.

### **4.2.2. Aspek Pengolahan**

Diversifikasi produk nata de coco dari segi rasa, yaitu rasa orange, rasa rose, rasa lechy sehingga mampu memenuhi permintaan pasar menjadi kekuatan dari usaha agroindustri nata de coco. Antisipasi yang diperlukan yaitu ketika terjadi perubahan permintaan konsumen, oleh sebab itu diperlukan kreativitas untuk memenuhi permintaan pasar. Kelemahannya adalah kapasitas produksi terbatas karena menggunakan teknologi sederhana dengan skala rumah tangga dan hanya mengandalkan modal dan tenaga kerja sendiri.

### **4.2.3. Aspek Teknologi**

Penguasaan teknologi semi modern, terdiri dari peralatan listrik dan diesel, peralatan perebus, peralatan fermentasi, peralatan penampung bahan baku dan hasil, peralatan pengukur berat dan volume, dan peralatan press kemasan. Disamping itu, ada peralatan kebersihan merupakan modifikasi dari peralatan industri skala besar yang diadopsi sewaktu menjadi karyawan pada perusahaan pembuatan nata de coco di Padang Sumatera Barat dari PT. Bumi Sarimas Kelapa selama 3 tahun, yaitu pada tahun 2002-2005 merupakan kekuatan dari aspek teknologi. Disamping itu, yang masih menjadi kelemahannya adalah daya tahan produk rendah dibandingkan produk sejenis, karena konsumen yang menjadi sasaran adalah kelompok masyarakat golongan pendapatan menengah ke bawah sehingga untuk menurunkan harga jual, pilihan kemasan menjadi kendala dalam memperpanjang masa kadaluwarsa.

### **4.2.4. Aspek Pemasaran**

Pada saat ini yang menjadi kekuatan bagi pengusaha agroindustri nata de coco adalah pengusaha Nata de Coco “Salju” merupakan produsen tunggal nata de coco di daerah, kemasan

yang berbentuk sachet merupakan ciri khas dalam strategi pemasaran produk. Selain itu, juga kemasan sachet lebih murah dibandingkan dengan kemasan gelas, sehingga dapat mengurangi biaya produksi. Kelemahannya promosi dan distribusi, produk nata de coco relatif terbatas, meskipun jangkauan produk selain di Kabupaten Indragiri Hilir sudah mencapai Taluk Kuantan dan Pekanbaru, dengan target konsumen kelas menengah ke bawah terutama anak sekolah. Menurut Romdhon (2003) dalam pengembangan industri nata de coco di tingkat petani, di samping kelayakan finansial, hal yang perlu lebih dipertimbangkan adalah kepercayaan konsumen dan keterandalan jaringan pemasaran produk yang dihasilkan

#### **4.2.5. Aspek Kelembagaan**

Sampai saat ini kekuatannya adalah Perusahaan Nata de Coco “ Salju” merupakan anggota organisasi Aspari yang berfungsi menjembatani pemerintah dan pengusaha dalam mengatasi masalah dan hambatan usaha termasuk permodalan dan akses pasar. Namun kelemahannya pengusaha kurang memanfaatkan lembaga yang ada di bidang permodalan seperti tawaran dari perbankan tidak digunakan untuk menambah modal usaha, karena memiliki prinsip tidak mau berhutang, sehingga kapasitas produksi tergantung modal yang dimiliki.

Dukungan perbankan dalam permodalan merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha yang sudah sering ditawarkan kepada pengusaha, serta perhatian pemerintah di bidang permodalan pada usaha kecil dan menengah melalui bantuan kredit bunga lunak menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan.

Tabel 1. Matriks SWOT Pengembangan Agroindustri Nata De Coco di Kabupaten Indragiri Hilir

<p style="text-align: center;"><b>INTERNAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EKSTERNAL</b></p>	<p><b>KEKUATAN (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diversifikasi produk dari segi rasa</li> <li>2. Penguasaan teknologi semi modern Produsen tunggal nata de coco</li> <li>3. Anggota kelompok Aspari</li> </ol>	<p><b>KELEMAHAN (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kapasitas produksi terbatas, skala rumah tangga</li> <li>2. Daya tahan produk rendah dari produk sejenis</li> <li>3. Promosi dan distribusi terbatas</li> <li>4. Pengusaha kurang memanfaatkan lembaga yang ada</li> </ol>
<p><b>PELUANG (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi daerah sebagai penghasil bahan baku</li> <li>2. Permintaan konsumen untuk beberapa kebutuhan</li> <li>3. Kemajuan teknologi pengemasan</li> <li>4. Sering dilibatkan dalam pameran dan promosi</li> <li>5. Dukungan perbankan dalam permodalan</li> </ol>	<p><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan produktivitas tanaman sebagai penghasil bahan baku</li> <li>2. Mengikuti trend perkembangan permintaan masyarakat</li> <li>3. Menyesuaikan teknologi sesuai kebutuhan</li> <li>4. Memperkenalkan produk unggulan daerah melalui pameran dan promosi</li> <li>5. Memanfaatkan asosiasi yang ada untuk mendukung pengembangan usaha</li> </ol>	<p><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kerjasama dengan pemasok bahan penunjang</li> <li>2. Meningkatkan kapasitas produksi dan menjaga pasar yang ada</li> <li>3. Memperbaiki teknik produksi dan pengemasan</li> <li>4. Memanfaatkan kesempatan promosi dari berbagai kesempatan</li> <li>5. Memulai untuk memanfaatkan perbankan untuk pengembangan usaha</li> </ol>
<p><b>ANCAMAN (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenaikan harga bahan penunjang</li> <li>2. Kapasitas produksi produk substitusi skala industri</li> <li>3. Teknologi dan standar produk substitusi lebih baik</li> <li>4. Jangkauan promosi produk substitusi lebih luas</li> <li>5. Peran kelembagaan penunjang belum optimal</li> </ol>	<p><b>STRATEGI ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari alternatif bahan penunjang</li> <li>2. Menciptakan produk yang spesifik dan unggul</li> <li>3. Meningkatkan pengawasan teknologi dan standar produksi</li> <li>4. Menjaga dan mempertahankan pasar yang ada</li> <li>b. Memanfaatkan Aspari dalam pengembangan produk</li> </ol>	<p><b>STRATEGI WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga stok dan efisiensi penggunaan bahan</li> <li>2. Meningkatkan kapasitas produksi</li> <li>3. Meningkatkan kualitas dan daya tahan produk</li> <li>4. Melakukan promosi berdasarkan segmen pasar</li> <li>5. Menjalin komunikasi dengan berbagai pihak terkait</li> </ol>

Berdasarkan nilai pembobotan terhadap alternatif strategi yang ada maka ditentukan prioritas strategi pengembangan agroindustri nata de coco di Kabupaten Indragiri Hilir, yaitu:

- a. Strategi pada aspek produksi adalah meningkatkan kemampuan dalam perencanaan proses produksi dengan perencanaan pengadaan bahan baku sehingga biaya produksi dapat ditekan.
- b. Strategi aspek teknologi adalah meningkatkan standar kualitas produk sehingga lebih tahan lama melalui teknologi pengemasan yang lebih baik dan ekonomis sesuai target pemasaran.
- c. Strategi pada aspek pengolahan adalah meningkatkan kapasitas produksi seiring dengan permintaan konsumen yang semakin berkembang dengan memanfaatkan teknologi yang ada.
- d. Strategi pada aspek kelembagaan adalah memanfaatkan kelembagaan yang ada seperti Asosiasi (Aspari) sehingga segala kendala yang menjadi hambatan dalam pengembangan usaha dapat diatasi seperti permodalan, pemasaran maupun promosi.
- e. Strategi pada aspek pemasaran meningkatkan promosi distribusi pemasaran lebih luas dan segmen pasar beragam sehingga menjadi produk unggulan daerah melalui berbagai pameran.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pengembangan agroindustri nata de coco strategi produksi adalah meningkatkan kemampuan dalam perencanaan proses produksi, strategi teknologi adalah meningkatkan standar kualitas produk, strategi pengolahan adalah meningkatkan kapasitas produksi seiring dengan permintaan konsumen, strategi kelembagaan adalah memanfaatkan kelembagaan yang ada seperti Asosiasi (Aspari) sehingga segala kendala yang menjadi hambatan dalam pengembangan usaha dapat diatasi seperti permodalan, pemasaran maupun promosi dan strategi pemasaran adalah meningkatkan promosi melalui distribusi pemasaran yang lebih luas dan segmen pasar yang lebih beragam.

Sarannya adalah memberikan bentuk-bentuk pelatihan kepada tenaga kerja agroindustri diperlukan agar dalam melaksanakan pekerjaannya bisa lebih terampil dan tangkas sehingga akan menunjang pada kelancaran proses produksi. Selain itu upaya efisiensi produksi tetap dilaksanakan, selain itu peningkatan pendapatan petani kelapa juga dapat diupayakan dengan melibatkan petani dalam simpul-simpul agribisnis yang menghasilkan nilai tambah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2008. *Riau Dalam Angka*. BPS Provinsi Riau, Pekanbaru.
- Budiarto. 2007. *Mensejahterakan Petani Melalui Industri Kecil Berbasis Agroindustri*. Prosiding Konferensi Nasional Ke XV Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI), Surakarta tanggal 3-4 Agustus.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan. 2002. *Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah*. Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Dinas Perkebunan Provinsi Riau. 2007. *Laporan Tahunan Dinas Perkebunan Provinsi Riau*. Pekanbaru.
- Djamhari, Choirul. 2004. *Orientasi Pengembangan Agroindustri Skala Kecil dan Menengah. Rangkuman Pemikiran*. [www.smeeda.com](http://www.smeeda.com). Diakses 5 November 2007.
- Malian, Ahmad, Irawan, B, Hendiarto, Wiryono, B, Darmodirejo, S, Muslim C, Bahri, S. 2005. *Prospek Pengembangan Agroindustri Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekspor Berdasarkan Permintaan Jenis Produk Komoditas Perkebunan Utama*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Departemen Pertanian, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Saragih, Bungaran. 2003. *Revitalisasi Sektor Agribisnis Pasca Pemilu 2004*. Makalah pada Seminar dan Latihan Kepemimpinan Manajemen Mahasiswa Nasional, yang diselenggarakan POPMASEPI, 20 Agustus 2003, Pekanbaru.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tambunan, M., 2002, *Strategi Industrialisasi Berbasis Usaha Kecil dan Menengah: Sebuah Rekonstruksipada Masa Pemulihan dan Pasca Krisis Ekonomi*. Orasi Ilmiah Guru Besar Ilmu Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya pada Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, 19 Oktober 2002, Bogor.

Lampiran 1. Luas Areal Perkebunan Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir.

No	Kecamatan	Luas Areal (Ha)			Total	Produksi/ thn	Persentase (%)
		TBM	TM	TTR			
1.	Tembilahan	1.135	6.117	1.935	9.187	10.627	2,137
2.	Keritang	1.849	14.924	1.255	18.028	30.403	6,115
3.	Mandah	11.181	19.555	644	31.380	32.267	6,490
4.	Reteh	1.546	19.674	6.660	27.880	20.753	4,174
5.	Kateman	4.315	23.036	4.612	31.963	36.858	7,413
6.	Gaung	3.000	19.084	4.462	26.546	1.813	0,365
7.	Enok	2.867	2.480	1.036	6.383	46.320	9,316
8.	Tembilahan	104	4.667	1.019	5.790	7.387	1,486
9.	Tanah Merah	1.616	10.407	15.064	27.087	14.908	2,998
10.	Pelangiran	5.248	21.572	3.472	30.292	33.063	6,650
11.	Pulau Burung	844	27.864	7.168	35.876	61.389	12,347
12.	Kempas	222	13.440	1.128	14.790	39.226	7,889
13.	Tempuling	120	13.130	1.964	15.214	34.217	6,882
14.	Batang Tuaka	4.225	11.499	9.977	25.701	27.737	5,579
15.	Gaung Anak	1.519	13.843	3.215	18.577	18.001	3,620
16.	Kuala Indragiri	827	14.149	1.054	16.030	23.789	4,785
17.	Kemuning	-	2	4	6	3	0,001
18.	Tl. Belengkong	8.215	19.206	10.803	38.224	32.479	6,532
19.	Sei. Batang	772	10.787	3.581	15.140	11.077	2,228
20.	Concong	1.289	11.105	6.513	18.907	14.881	2,993
	Jumlah	50.894	276.541	85.566	413.001	497.198	100,000

Sumber: Dinas Perkebunan Inhil, 2007.