

Irwan Wunarlan - Nilawaty Yusuf - Raflin Hinele - Niswatin

# PEMASARAN KOMODITAS UNGGULAN ERA OTONOMI DAERAH



# **Pemasaran Komoditas Unggulan Era Otonomi Daerah**

Irwan Wunarlan  
Nilawaty Yusuf  
Rafin Hineho  
Niswatin

**ideas**  
PUBLISHING

11.02.10.2017  
**Pemasaran Komoditas Unggulan Era Otonomi Daerah**

**Penulis:**

Irwan Wunarlana  
Nilawaty Yusuf  
Raflin Hinele  
Niswatin

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia  
oleh **Ideas Publishing**, Oktober 2017

Alamat: Jalan Gelatik No. 24 Kota Gorontalo

Telp/Faks. 0435 830476

surel: infoideaspublishing@gmail.com

Anggota Ikapi, No. 001/gtlo/II/14

ISBN : 978-602-6635-52-5

Penyunting: Abdul Rahmat

Penata Letak: Dede Yusuf

Ilustrasi dan Sampul: Andri Pahudin

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang  
dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

**Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014  
tentang Hak Cipta**

**Hak Cipta**

**Pasal 4**

Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Ketentuan Pidana**

**Pasal 112**

Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (3) dan/atau Pasal 52 yang dimiliki Pencipta dilarang dihilangkan, diubah, atau dirusak, untuk Penggunaan Secara Komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

**Pasal 115**

Setiap Orang yang tanpa persetujuan dari orang yang dipotret atau ahli warisnya melakukan Penggunaan Secara Komersial, Penggandaan, Pengumuman, Pendistribusian, atau Komunikasi atas Potret sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 untuk kepentingan reklame atau periklanan untuk Penggunaan Secara Komersial baik dalam media elektronik maupun non elektronik, dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga buku ini dapat disusun.

Adapun ruang lingkup buku ini hasil penelitian membedah Strategi Pemasaran Komoditas Unggulan Pertanian, Peternakan dan Perikanan di Provinsi Gorontalo dalam rangka otonomi daerah, yakni :

1. Responden penelitian yakni produsen (KIAT, PT. Betel Citra Seyan, PT. Gorontalo Fitrah Mandiri), *supplier*, pelanggan, pemerintah dan investor.
2. Area penelitian yakni provinsi Gorontalo.
3. Produk komoditas unggulan yakni jagung (pertanian), sapi potong (peternakan) dan ikan beku (perikanan).
4. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif.
5. Teknik analisis yang digunakan adalah SWOT yang dipertajam dengan *Matrix Space Analysis* dan Analisis Tabel Input-Output berdasarkan harga produsen.
6. Konsep bauran pemasaran komoditas unggulan hanya mencakup produk, harga, tempat, promosi, relasi dan kekuasaan.

Sedangkan tujuan dalam penelitian ini yakni :

1. Untuk mengetahui pengaruh keberadaan dan kegiatan ekonomi di sentra-sentra produksi komoditas unggulan dengan daerah sekitarnya yang memiliki keterkaitan dan kesamaan kegiatan ekonomi.
2. Untuk mengidentifikasi segmentasi, target dan posisi pasar produk unggulan di provinsi Gorontalo.
3. Untuk menentukan strategi pemasaran komoditas

unggulan pertanian, peternakan dan perikanan di provinsi Gorontalo.

Penulis menyadari bahwa buku ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu saran dan kritik, diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhirnya, semoga ini bermanfaat bagi kita semua.

Gorontalo, Oktober 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>Prakata</b> .....	v
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Bab 1 Pendahuluan</b> .....	1
<b>Bab 2 Manajemen Pemasaran</b> .....	6
<b>Bab 3 Manajemen Strategis</b> .....	10
A. Pengertian Manajemen Strategis .....	10
B. Strategi Generik Pemasaran .....	10
<b>Bab 4 Segmentasi, Target dan Posisi Pasar</b> .....	13
A. Segmentasi Pasar .....	13
B. Menetapkan Pasar Sasaran .....	15
C. Menentukan Posisi Pasar .....	16
<b>Bab 5 Strategi Bauran Pemasaran</b> .....	18
<b>Bab 6 Metode SWOT</b> .....	25
<b>Bab 7 Analisis Input Output Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah</b> .....	26
A. Pengertian Tabel Input Output.....	29
B. Arti dan Ruang Lingkup Analisis Input - Output.....	30
C. Asumsi dan Keterbatasan Model Tabel Input- Output .....	33
D. Kerangka Umum Tabel I-O.....	35
E. Beberapa Konsep dan Definisi Dalam Tabel I-O.....	36
F. Analisis Dengan Model Tabel Input-Output.....	38
<b>Bab 8 Analisis Angka Pengganda dan Matriks Pengganda</b> .....	43
<b>Bab 9 Keunggulan Komparatif</b> .....	48

<b>Bab 10 Kondisi Existing Petani, Peternak dan Nelayan</b> .....	53
A. Deskripsi Propinsi Gorontalo .....	53
B. Kondisi Existing Petani, Peternak dan Nelayan di Sentra Produksi .....	54
C. Karakteristik Petani Pada Sentra Produksi .....	55
D. Karakteristik Peternak Pada Sentra Produksi ..	57
E. Karakteristik Nelayan Pada Sentra Produksi ....	60
<b>Bab 11 Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Pertanian, Peternakan dan Perikanan.....</b>	63
A. Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Pertanian .....	63
B. Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Peternakan .....	67
C. Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Perikanan .....	69
<b>BAB 12 Kebijakan dan Peraturan Pemerintah Daerah di Bidang Pertanian, Peternakan dan Perikanan Dalam Kerangka Otonomi Daerah.....</b>	77
<b>Bab 13 Kelembagaan dan Kepemimpinan Daerah ....</b>	82
<b>Bab 14 Existing Strategi dan Kebijakan Pemasaran Komoditas Jagung, Sapi Potong dan Ikan Beku .</b>	86
A. Komoditas Jagung .....	86
B. Komoditas Sapi (Sapi Potong).....	89
C. Komoditas Ikan Beku .....	93
<b>Bab 15 Analisis Location Quotient</b> .....	98
<b>Bab 16 Analisis Tabel Input Output</b> .....	100
A. Struktur Permintaan dan Penawaran .....	100
B. Struktur Output.....	110
C. Struktur Nilai Tambah Bruto .....	113
D. Struktur Permintaan Akhir .....	117
E. Analisis Penggandaan .....	121
F. Dampak Penggandaan Output.....	137

<b>Bab 17 Segmentasi dan Potensial Pasar.....</b>	147
A. Analisis SWOT Komoditas Jagung .....	149
B. Alternatif Strategi Pengembangan dan Pemasaran Komoditas Jagung.....	153
C. Analisis SWOT Komoditas Sapi (Sapi Potong) .	156
D. Analisis SWOT Komoditas Ikan Laut (Ikan Beku).....	160
E. Alternatif Strategi Pengembangan dan Pemasaran Komoditas Sapi Potong dan Ikan Laut (Ikan Beku).....	163
<b>Bab 18 Penutup</b> .....	167
<b>Daftar Pustaka</b> .....	169

## Bab 1

# Pendahuluan

Pembangunan ekonomi yang sentralistis dimasa lalu, mengakibatkan terjadinya krisis multidimensi yang dialami bangsa Indonesia, khususnya krisis di bidang ekonomi. Krisis ekonomi yang terjadi merupakan akibat dari masalah fundamental dan keadaan khusus. Masalah fundamental adalah tantangan internal berupa kesenjangan yang ditandai oleh adanya pengangguran dan kemiskinan, sedangkan tantangan eksternal adalah upaya meningkatkan daya saing menghadapi era perdagangan bebas. Keadaan khusus adalah bencana alam kekeringan yang datang bersamaan dengan krisis moneter yang merembet dari negara tetangga. Krisis ekonomi ditandai melemahnya nilai tukar uang dalam negeri terhadap mata uang asing (Sumodiningrat, 2000).

Hal tersebut bukan gagal membangun perekonomian nasional yang kokoh, tetapi justru telah menciptakan disparitas ekonomi antar daerah dan antar golongan masyarakat di negara kita. Disparitas ekonomi yang terjadi sudah sangat mengkhawatirkan, karena selain telah memicu kecemburuan dan kerusuhan sosial, juga telah menimbulkan gejala disintegrasi berbangsa dan bernegara (Syahrani, 2002).

Dewasa ini pemerintah daerah mulai memperhatikan

pembangunan ekonomi daerah melalui desentralisasi ekonomi, otonomi daerah, ekonomi daerah, ekonomi kerakyatan, pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil menengah dan koperasi hingga penerapan konsep agropolitan dan agrobisnis yang berbasis pada sektor pertanian, perikanan, peternakan, dan perkebunan.

Menurut Syahrani (2002) dengan diberlakukannya Konsep Otonomi Daerah melalui kebijakan pembangunan ekonomi yang *bottom-up*, sektor-sektor ekonomi yang dikembangkan di setiap daerah harus dapat mendayagunakan sumber daya yang terdapat atau dikuasai oleh masyarakat di daerah tersebut. Cara yang paling efektif untuk mengembangkan perekonomian daerah adalah melalui pengembangan agribisnis. Pengembangan agribisnis bukan hanya pengembangan pertanian primer (*on farm agribusiness*) tetapi juga mencakup industri-industri yang menghasilkan sarana produksi (*up stream agribusiness*) dan industri-industri yang mengolah hasil pertanian primer dan kegiatan perdagangannya (*down stream agribusiness*).

Kewenangan pemerintah daerah dalam rangka otonomi daerah diantaranya mengatur bidang pertanian, peternakan, dan perikanan. Provinsi Gorontalo dalam memacu pembangunan menganut visi yakni "Gorontalo Provinsi Inovasi". Untuk mencapai visinya, maka salah satu dari 4 (empat) agenda pokok pembangunan yang akan dilaksanakan adalah inovasi dalam menumbuhkembangkan ekonomi rakyat berbasis desa yang diarahkan untuk meningkatkan kinerja sektor unggulan daerah dalam menunjang produktivitas daerah yang bertumpu pada ekonomi desa.

Pemerintah Provinsi Gorontalo sebagai pemerintah daerah telah melakukan berbagai kebijakan dalam rangka perwujudan otonomi daerah, diantaranya adalah kebijakan mengelolah sektor komoditas unggulan yang berada di

daerah, seperti jagung (*corn*), sapi potong (*cattle*) dan ikan beku (*frozen fish*) dengan pengembangan agroindustri. Namun hingga saat ini belum jelas formatnya dan bagaimana implementasi konkritnya. Bahkan apabila ditelaah lebih jauh, kadangkala upaya pengembangan ekonomi daerah yang diterapkan justru tidak konsisten dan bertentangan dengan kebijakan makro ekonomi pemerintah pusat. Hal ini mengindikasikan pemerintah Provinsi Gorontalo masih mengandalkan pemasaran hasil pertanian, perikanan dan peternakan segar di satu sisi dan di sisi lain adanya ketidakseriusan dari pemerintah provinsi dan kabupaten/kota untuk mengembangkan agroindustri yang dapat mengolah hasil pertanian, perikanan dan peternakan menjadi produk yang memiliki nilai tambah ekonomi dan daya saing tinggi serta memiliki nilai *multiplier effects* pada masyarakat (Djamhari, 2004 ; Suryana, 2005).

Tabel 1. Pemasaran Komoditas Unggulan Pertanian, Peternakan dan Perikanan Tahun 2008

Komoditas Unggulan	Produk Segar		Produk Olahan	
	Produksi/ Tahun (ton)	Jual/ Tahun (ton)	Produksi/ Tahun (ton)	Jual/ Tahun (ton)
Jagung	572.784	860.090	36	0,421
Sapi potong	227.690*	15.600*	Tidak ada data	Tidak ada data
Ikan Beku	49.963	937,061	4996,3**	499,63**

Sumber : BPS, 2008 (Diolah)

Keterangan : \* data dalam satuan ekor  
\*\* data asumsi

Berdasarkan tabel 1, nampak jelas bahwa pemasaran komoditas unggulan pertanian, peternakan dan perikanan, baik produk segar maupun produk olahan mengalami

kendala pada segi pemasarannya. Hal ini menunjukkan bahwa KIAT (industri pengolah produk olahan komoditas jagung), PT Betel Citra Seyan (industri bidang perikanan) dan PT Fitra Mandiri Gorontalo (industri pengolah jagung segar dan sapi potong) mengalami kendala dalam hal pemasaran produk, yakni: (1) tidak ada informasi pasar yang memadai sehingga berdampak pada volume penjualan produk yang sangat rendah, biaya persediaan bahan baku, biaya penyimpanan, dan volume produksi; (2) strategi pemasaran yang tidak jelas berdampak pada segmentasi, target, dan posisi pasar; (3) tidak ada preferensi konsumen.

Setelah beberapa tahun beroperasi KIAT, PT. Betel Citra Seyan dan PT. Fitra Mandiri Gorontalo belum juga menunjukkan perkembangan yang berarti untuk dapat memicu aktivitas ekonomi masyarakat sekitar kawasan, ini terlihat dari pertumbuhan PDRB Provinsi Gorontalo di bidang pertanian dan industri pengolahan dari tahun 2004 sampai 2007 sangat fluktuatif, meskipun pertumbuhan ekonomi Provinsi Gorontalo di tahun 2007 mencapai 7,51% namun sektor pertanian merupakan sektor urutan ke enam yang memberikan sumbangsih laju pertumbuhan ekonomi (BPS, 2008). Pertumbuhan ekonomi tersebut diharapkan dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi daerah sekitarnya yang memiliki keterkaitan kegiatan ekonomi dengan daerah tersebut (Setiawan, 2006). Untuk dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi daerah sekitar, KIAT, PT. Betel Citra Seyan dan PT. Fitra Mandiri Gorontalo perlu mendapatkan informasi pasar yang memadai sehingga hasil olahannya yang memiliki nilai tambah ekonomi dan daya saing yang kompetitif dapat dipasarkan secara maksimal (Suryana, 2005).

## Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian membedah strategi pemasaran komoditas unggulan pertanian, peternakan dan perikanan di Provinsi Gorontalo dalam rangka otonomi daerah, yakni:

1. Responden penelitian yakni produsen (KIAT, PT. Betel Citra Seyan, PT. Gorontalo Fitrah Mandiri), *supplier*, pelanggan, pemerintah dan investor.
2. Area penelitian yakni Provinsi Gorontalo.
3. Produk komoditas unggulan yakni jagung (pertanian), sapi potong (peternakan) dan ikan beku (perikanan).
4. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif.
5. Teknik analisis yang digunakan adalah SWOT yang dipertajam dengan *Matrix Space Analysis* dan Analisis Tabel Input-Output berdasarkan harga produsen.
6. Konsep bauran pemasaran komoditas unggulan hanya mencakup produk, harga, tempat, promosi, relasi dan kekuasaan.

## Bab 2

# Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran mendapat perhatian yang serius. Beberapa ahli telah mengemukakan definisi mereka tentang pemasaran.

Kotler (2002) mengemukakan definisinya tentang pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Menurut definisi tersebut, manusia mula-mula memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi, baru kemudian berusaha untuk memenuhinya dengan cara interaksi dengan keadaan di sekelilingnya. Kebutuhan yang muncul berasal dari pembeli dan penjual. Pembeli berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sedangkan penjual berusaha untuk mendapat laba. Kedua macam kepentingan ini dapat dipertemukan dengan cara mengadakan pertukaran uang yang saling menguntungkan. Jadi kebutuhan seseorang dapat dipenuhi dengan mencari orang lain yang bersedia melayaninya.

Perusahaan dalam menjalankan operasinya harus melakukan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini akan dijalankan melalui suatu manajemen pemasaran. Kotler

(2002) mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi menetapkan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi.

Manajemen pemasaran diarahkan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan. Peter Droker dalam Kotler (2002) mengatakan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk membuat penjualan berlebihan. Hal ini ditujukan untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau jasa itu bisa terjual dengan sendirinya.

Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan dapat melakukan manajemen pemasaran dengan bertitik tolak pada konsep-konsep pemasaran sebagai berikut : (Kotler, 2002)

- a. Konsep Produksi  
Konsep produksi beranggapan bahwa pembeli atau konsumen akan menyukai produk yang tersedia di mana-mana dengan harga yang murah. Perusahaan yang berorientasi produksi akan memusatkan perhatiannya pada pencapaian efisiensi produksi yang tinggi dan jangkauan distribusi yang luas.
- b. Konsep Produk  
Konsep produk beranggapan konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi, dan ciri-ciri yang terbaik. Konsep yang berorientasi produk, perusahaan akan memusatkan usahanya untuk menghasilkan produk yang baik dan terus-menerus mengembangkannya.
- c. Konsep Penjualan  
Konsep ini beranggapan bahwa konsumen jangan dibiarkan begitu saja, tapi organisasi harus berupaya untuk melakukan penjualan dan promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci dari pencapaian tujuan pemasaran terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan konsumen atau sasaran memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien.

e. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan konsumen dengan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Kotler (2002) mengemukakan proses manajemen pemasaran sebagai acuan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran. Proses manajemen pemasaran terdiri dari analisis peluang-peluang pasar, penelitian dan pemilihan pasar sasaran, pengembangan strategi pasar, perencanaan taktik pemasaran, dan pelaksanaan serta pengendalian upaya pemasaran.

Secara lengkap proses manajemen pemasaran dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Menganalisa Peluang Pasar

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti analisa terhadap berbagai peluang perusahaan di masa mendatang, menentukan tujuan jangka panjang manajemen pemasaran, melakukan riset untuk mengumpulkan informasi mengenai lingkungan pemasaran, memantau kecenderungan umum lingkungan makro (demografis, fisiologis, teknologi, hukum, sosial, budaya) pemahaman pasar konsumennya, dan mengidentifikasi serta memonitor pesaing.

2. Meneliti Strategi Pemasaran

Penelitian dan pemilihan pasar sasaran, dilakukan

dengan cara mengukur dan meramal pasar, melakukan segmentasi pasar, mengembangkan strategi penempatan produk.

3. Perencanaan Strategi Pemasaran

Perencanaan ini didefinisikan sebagai logika pemasaran, dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan mengenai biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran.

4. Merencanakan Program Pemasaran

Setelah melaksanakan perumusan strategi pemasaran, maka untuk mencapai sasaran disusun program-program pelaksanaan untuk bauran pemasaran.

5. Mengorganisasi, Melaksanakan dan Mengendalikan

Langkah terakhir perusahaan harus mampu untuk menganalisa dan menguji hasil yang dicapai dan pengevaluasian yang telah dilakukan.

## Bab 3

# Manajemen Strategis

### A. Pengertian Manajemen Strategis

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi untuk mencapai obyektifnya. Seperti yang tersirat dalam definisi, fokus manajemen strategis terletak pada memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akunting, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi (David, 1998).

Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategis, implementasi strategis, dan evaluasi strategis. Perumusan strategis termasuk mengembangkan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan obyektif jangka panjang, menghasilkan strategis alternatif, dan memilih strategis tertentu untuk dilaksanakan (David, 1998).

### B. Strategi Generik Pemasaran

Menurut Glueck dalam Umar (2008), pada prinsipnya ada empat macam strategi generik pemasaran, yaitu :

#### 1. Strategi Stabilitas (*Stability*)

Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan karena perusahaan berusaha untuk meningkatkan efisiensi di segala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan. Strategi ini relatif rendah resiko dan biasanya dilakukan untuk produk yang tengah berada pada posisi kedewasaan.

#### 2. Strategi Ekspansi (*Expansion*)

Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada penambahan/ perluasan produk, pasar dan fungsi dalam perusahaan sehingga aktivitas perusahaan meningkat. Tetapi selain keuntungan yang ingin diraih lebih besar, strategi ini juga mengandung resiko kegagalan yang tidak kecil.

#### 3. Strategi Penciutan (*Retrenchment*)

Pada prinsipnya, strategi ini hendak bermaksud untuk melakukan pengurangan atas produk yang dihasilkan atau pengurangan atas pasar maupun fungsi-fungsi dalam perusahaan yang mempunyai *cash flow* negatif, yang biasanya diterapkan pada suatu bisnis yang berada pada tahap menurun. Penciutan ini dapat terjadi karena sumber daya yang perlu dicituk itu lebih baik dikerahkan untuk usaha lain yang sedang berkembang.

#### 4. Strategi Kombinasi

Oleh karena perubahan-perubahan eksternal dapat terjadi secara tidak seragam, seperti daur hidup produk yang tahapnya tidak seragam, maka perusahaan dapat saja melakukan strategi yang mengkombinasikan dari ketiga macam strategi yang ada.

Kotler, dkk (2005:49) menjelaskan bahwa bagi perusahaan yang menjalankan aktivitas bisnis, sekarang ini konsep STV-

Triangle (*Strategic, Tactic, and Value*) menjadi sangat penting agar perusahaan dapat tetap berkelanjutan (*sustainability*). Demikian pula pemasaran yang menjadi nadi dari suatu perusahaan konsep STV-Triangle perlu menjadi perhatian besar. Oleh karena itu, perubahan paradigma dalam menerapkan strategi pemasaran selayaknya memperhatikan konsep tersebut demi ketercapaian tujuan dari perusahaan.

Sebagai upaya pencapaian *sustainability* perusahaan tersebut, proses menjadi penentu keberhasilan dari suatu strategi bisnis, termasuk strategi pemasaran. Pertimbangan proses menjadi hal yang sangat perlu dipertimbangkan dengan harapan terbentuknya *value* (nilai) sehingga *sustainability* dapat terwujud. Aktivitas proses yang perlu dibangun membangun *value* diantaranya dapat dilakukan dengan memperkuat *positioning*, membangun kapabilitas untuk memperkuat *differensiasi*, serta membangun *franchise* untuk memperkuat *brand* perusahaan.

Lebih lanjut Kartajaya (2008:6) menjelaskan bahwa pada era *new wave marketing* penggunaan teknologi yang telah merambah pada segala aktivitas manusia, strategi pemasaran pun tidak terlepas dari penggunaan teknologi yang semua serba cepat, diantaranya dengan memanfaatkan teknologi *networking* seperti pemanfaatan internet melalui web 2.0 dan *facebook*. Pemanfaatan teknologi ini banyak memberikan manfaat positif kepada marketer diantaranya kecepatan akses informasi kebutuhan dan biaya yang relatif lebih murah.

## Bab 4

# Segmentasi, Target dan Posisi Pasar

### A. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menurut Swastha (2003) adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Dalam menjalankan operasinya perusahaan diperhadapkan pada pilihan yaitu pasar secara keseluruhan atau membagi pasar ke dalam sub-sub yang memiliki karakteristik yang sama. Apabila perusahaan menganggap bahwa pasar adalah homogen maka perusahaan akan memilih satu produk untuk semua konsumen atau yang disebut *undifferented marketing*. Tetapi bila perusahaan menetapkan bahwa pasar adalah heterogen, maka perusahaan akan membagi atau melakukan segmen bagi para konsumennya.

Sabinen (2001) berpendapat bahwa dalam melakukan segmentasi pasar, terdapat tiga alasan utama yang melandasinya yaitu :

1. Pasaran merdeka adalah heterogen, dimana pelanggan yang berbeda mempunyai kebutuhan produk atau jasa yang berbeda-beda.
2. Masing-masing segmen menanggapi secara berbeda-

beda terhadap daya tarik pemasaran yang bermacam-macam.

3. Segmentasi pasar adalah konsisten dengan konsep pemasaran.

Menetapkan pasar sasaran tidak terlepas dari tiga langkah yang harus dilakukan. Langkah pertama adalah segmentasi pasar, yaitu membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli homogen. Perusahaan harus mengidentifikasi cara-cara yang untuk melakukan segmentasi pasar dan mengembangkan profil dari segmen-segmen tersebut yang menghasilkan. Langkah kedua yaitu menetapkan pasar sasaran, yaitu mengevaluasi keaktifan setiap segmen kemudian memilih salah satu atau lebih dari segmen-segmen tersebut untuk dilayani. Langkah ke tiga merupakan suatu ramuan pemasaran yang rinci. Ketiga langkah tersebut digambarkan sebagai berikut : (Kotler,2002).



Gambar 1. Langkah-langkah segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, dan menentukan posisi pasar (Kotler, 2002)

Kotler (2002) berpendapat bahwa segmentasi pasar dapat dilakukan dengan banyak cara, tetapi tidak semua segmentasi akan efektif. Untuk mendapatkan manfaat yang maksimal dari segmentasi pasar maka segmen tersebut harus memenuhi syarat-syarat yakni :

1. Dapat diukur, besarnya daya beli setiap segmen harus dapat diukur dengan tingkat tertentu.
2. Besarnya, kelompok yang pantas disebut sebagai segmen apabila cukup besar memberikan kontribusi. Jadi segmen haruslah merupakan kelompok homogen yang sebesar mungkin sehingga suatu program pemasaran khusus bisa memadai untuk disusun.
3. Dapat di capai, setiap segmen harus dapat dilayani oleh perusahaan sehingga akan memberikan manfaat optimal.
4. Dapat dilaksanakan, perusahaan harus dapat melaksanakan program-program yang efektif untuk melayani segmen yang terbentuk. Jadi bila perusahaan masih belum mungkin untuk melakukan segmentasi karena tergolong kecil, maka tentu tidak akan dapat melaksanakan program dengan baik.

### B. Menetapkan Pasar Sasaran

Setelah segmen-segmen pasar diketahui, selanjutnya perusahaan perlu mengevaluasi dan dilanjutkan dengan memutuskan berapa segmen pasar yang akan dicakup, lalu memilih segmen mana yang akan dilayani. Mengevaluasinya dengan menelaah tiga faktor, yaitu ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktur segmen serta sasaran dan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Masing-masing faktor dijelaskan secara singkat sebagai berikut (Umar, 2005) :

1. Ukuran dan pertumbuhan segmen, perusahaan harus mengumpulkan dan menganalisis data tentang penjualan akhir, proyeksi laju pertumbuhan penjualan dan margin

laba yang diharapkan untuk berbagai segmen, lalu dipilih segmen yang diharapkan paling sesuai.

2. Kemeranian struktur segmen, suatu segmen mungkin mempunyai ukuran dan pertumbuhan yang sesuai dengan yang diharapkan, akan tetapi belum tentu menarik dari sisi profitabilitasnya, jadi perusahaan tetap harus mempelajari faktor-faktor struktural yang utama yang mempengaruhi daya tarik segmen dalam jangka panjang.
3. Sasaran dan sumber daya, perusahaan harus mempertimbangkan sasaran dan sumber dayanya dalam kaitannya dengan segmen pasar. Walau ada segmen yang bagus, akan tetapi dapat ditolak jika tidak prospektif dalam jangka panjang. Selanjutnya, walau segmen itu bagus dan prospektif dalam jangka panjang, tetap harus dipertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan sumber dayanya, misalnya keterampilan tenaga pelaksanaannya untuk masuk ke pasar itu bahkan keterampilan yang lebih baik dari pesaingnya.

### C. Menentukan Posisi Pasar

Setelah perusahaan memutuskan segmen pasar yang akan dimasuki selanjutnya harus diputuskan pula posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut. Untuk menentukan posisi pasar, terdapat tiga langkah yang masing-masing dijelaskan di bawah ini (Umar, 2005) :

1. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif. Jika perusahaan dapat menentukan posisinya sendiri sebagai yang memberikan nilai superior kepada sasaran terpilih, maka ia memperoleh keunggulan komparatif. Jadi posisi berawal dengan mengadakan perbedaan (diferensiasi) atas tawaran pemasaran perusahaan sehingga ia akan memberikan nilai besar dari pada tawaran pesaing.

2. Memilih keunggulan kompetitif. Jika perusahaan telah menemukan beberapa keunggulan kompetitif yang potensial, selanjutnya harus memilih satu keunggulan kompetitif sebagai dasar bagi kebijaksanaan penentuan posisinya.
3. Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi pasar. Setelah penentuan posisi dipilih, perusahaan harus mengambil langkah-langkah untuk mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi yang diinginkan itu kepada konsumen sasaran. Jika perusahaan memutuskan untuk membangun posisi atas dasar mutu dan layanan yang lebih baik, maka ia harus mewujudkan posisi itu.

## Bab 5

# Strategi Bauran Pemasaran

Setelah strategi bersaing dan unsur segmentasi, target dan posisi pasar (STP) ditetapkan, maka selanjutnya perlu diselaraskan dengan kegiatan pemasaran lainnya seperti strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*). Adapun strategi bauran pemasaran tersebut adalah (Kasmir dan Jakfar, 2007) :

### 1. Strategi Produk

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih dan mendisain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya, agar investasi yang ditanam dapat berhasil dengan baik. Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, produk dapat berupa barang dan jasa.

Strategi produk yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut :

#### a. Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan moto merupakan serangkaian kata yang berisikan misi, visi perusahaan dalam melayani masyarakat. Baik logo maupun moto harus dirancang dengan

benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut :

- Logo dan moto harus memiliki arti positif
  - Logo dan moto harus menarik perhatian
  - Logo dan moto harus mudah diingat
- b. Menciptakan merek
- Merek merupakan suatu hal penting bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal masyarakat, maka penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor antara lain :
- Mudah diingat
  - Terkesan hebat dan modern
  - Memiliki arti positif
  - Menarik perhatian
- c. Menciptakan kemasan
- Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti kualitas kemasan, bentuk, warna dan persyaratan lainnya.
- d. Keputusan label
- Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kadaluarsa, dan informasi lainnya.

## 2. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar.

Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah :

- Menentukan tujuan penetapan harga
- Memperkirakan permintaan, biaya dan laba
- Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar
- Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

Penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut :

- Untuk bertahan hidup, artinya menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan catatan harga murah tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
- Untuk memaksimalkan laba, artinya mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
- Untuk memperbesar *market share*, artinya dengan

harga murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

- Mutu produk, artinya untuk memberi kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin, karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari pesaing.
- Karena pesaing, artinya penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan tidak melebihi harga pesaing.

Besarnya harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Ada tiga strategi dasar dalam penetapan harga, yaitu :

- a. *Skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas yang tinggi.
- b. *Penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.
- c. *Status quo pricing*, yaitu penetapan harga *status quo* adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan pesaing.

## 3. Strategi Lokasi dan Distribusi

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi dan distribusi baik untuk kantor cabang, kantor pusat, pabrik atau gudang. Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah

menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi adalah :

- **Pertimbangan pembeli atau faktor pasar**  
Karakteristik pelanggan mempengaruhi keputusan apakah menggunakan suatu pendekatan distribusi langsung. Perusahaan harus mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembeli. Juga perlu dipertimbangkan sasaran pelanggan apakah sasarannya pasar konsumen atau pasar industri. Lokasi geografis dan ukuran pasar juga penting dipertimbangkan.
- **Karakteristik produk**  
Produk yang kompleks, dibuat khusus dan mahal cenderung menggunakan saluran distribusi yang pendek dan langsung. Daur hidup produk juga menentukan pilihan saluran distribusi. Pada tahap awal produk dijual secara langsung tapi dalam perkembangannya bisa menggunakan jasa perantara. Kepekaan produk-produk yang tidak tahan lama memerlukan saluran distribusi yang pendek.
- **Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan**  
Produsen yang memiliki sumber daya keuangan, manajerial dan pemasaran yang besar dapat lebih baik menggunakan saluran langsung. Sebaliknya perusahaan yang kecil dan lemah lebih baik menggunakan jasa perantara.

#### 4. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan *marketing mix* lainnya. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.

Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah :

- Periklanan (*advertising*)
- Promosi penjualan (*sales promotion*)
- Publisitas (*publicity*)
- Penjualan pribadi (*personal selling*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

- Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis
- Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis
- Pemasangan iklan melalui koran
- Pemasangan iklan melalui majalah
- Pemasangan iklan melalui televisi
- Pemasangan iklan melalui radio

- Pemasangan iklan melalui internet
- Membuat *website* produk

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan perusahaan. Masing-masing media mempunyai tujuan dan segmentasi sendiri. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu :

- Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan, seperti peluncuran produk baru, keuntungan, dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- Untuk mengingatkan kembali kepada pelanggan tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan.
- Untuk perhatian dan minat para konsumen baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon pelanggan.
- Mempengaruhi pelanggan saingan agar berpindah ke perusahaan yang mengiklankan.

## Bab 6

### Metode SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah metode SWOT yang diperkuat dengan *Matrix Space Analysis* (Rangkuti, 2001 ; David, 1998). Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan strategi alternatif, yakni Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO dan Strategi WT (Rangkuti, 2001).

Setelah menggunakan model SWOT selanjutnya, perusahaan dapat menggunakan *Matrix Space* untuk mempertajam analisisnya. Tujuannya adalah agar perusahaan itu dapat melihat posisinya dan arah perkembangan selanjutnya. Berdasarkan *Matrix Space*, analisis tersebut memperlihatkan dengan jelas garis vektor yang bersifat positif, sehingga dia dapat mendayagunakannya secara optimal melalui tindakan yang cukup agresif untuk merebut pasar (Rangkuti, 2001).

## Bab 7

# Analisis Input Output Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah

Memasuki milenium ke-3, banyak perubahan dalam manajemen permintaan dan pembangunan. Ketika paradigma pembangunan yang bersifat sentralistik mengalami koreksi dan munculnya lingkungan strategi baru berupa pendekatan pembangunan yang bersifat desentralistik. Perubahan ini membawa konsekuensi berupa pendelegasian kewenangan pemerintah dari pusat ke daerah. Perubahan yang kemudian dikenal dengan Otonomi Daerah (Otda), merupakan paradigma baru pengelolaan pemerintahan dan dipandang sebagai koreksi atas segala bentuk pemusatan kekuasaan yang telah menggiring rakyat ke dalam kesenjangan sosial ekonomi, baik yang berupa kesenjangan antar golongan, antar sektor ekonomi, maupun antar pusat dan daerah. Munculnya Otda tidak lepas dari tuntutan keadilan dan perbaikan nasib rakyat, khususnya di daerah untuk meningkatkan taraf hidup, penghargaan atas kondisi sosial dan budaya lokal, dan kelestarian lingkungan.

Perubahan ini mempengaruhi secara langsung bentuk-bentuk pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya kelautan.

Munculnya UU Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pokok-Pokok Pemerintahan di Daerah, telah menggeser kewenangan pengelolaan wilayah laut dari pemerintahan pusat ke daerah. Pemerintah daerah akan memiliki kewenangan yang lebih besar di dalam merencanakan arah pembangunannya.

Di sisi lain, pemerintah daerah semakin dituntut untuk lebih mandiri dalam memecahkan masalah-masalah pembangunan di daerahnya. Otonomi daerah juga mengisyaratkan semakin pentingnya pendekatan pembangunan dengan basis pengembangan wilayah dibanding pendekatan pembangunan pendekatan sektoral. Pembangunan berbasis pengembangan wilayah memandang penting keterpaduan sektoral, spasial serta keterpaduan antara pelaku-pelaku pembangunan di dalam dan antar wilayah.

Keterpaduan sektoral menuntut adanya keterkaitan fungsional dan sinergis antar sinergis antar sektor-sektor pembangunan, sehingga setiap program-program pembangunan dalam kelembagaan sektoral selalu dilaksanakan dalam rangka pembangunan wilayah. Salah satu bentuk dari kegagalan pemerintah (*government failure*) pada masa lalu adalah kegagalan di dalam menciptakan keterpaduan sektoral yang sinergis dalam rangka pembangunan wilayah. Lembaga-lembaga sektoral di tingkat wilayah/daerah sering hanya berupa perpanjangan dari lembaga pemerintah daerah gagal menangkap kompleksitas pembangunan yang ada di wilayahnya, dan partisipasi masyarakat lokal tidak mendapat tempat sebagaimana mestinya. Keterpaduan sektoral tidak hanya mencakup hubungan antar lembaga pemerintahan, tetapi juga antara pelaku-pelaku ekonomi secara luas dengan latar sektor yang berbeda. Wilayah yang berkembang ditunjukkan oleh adanya keterkaitan antar sektor wilayah, dalam arti terjadi transfer input dan output barang dan jasa antar sektor yang sangat

dinamis (Kiayi, 2004).

Keterpaduan spasial membutuhkan adanya interaksi spasial yang optimal dalam arti terjadinya struktur keterkaitan antar wilayah yang dinamis. Akibat potensi sumber daya alam serta aktivitas-aktivitas sosial ekonomi yang tersebar secara tidak merata dan tidak seragam, maka diperlukan adanya mekanisme interaksi intra dan inter wilayah secara optimal.

Menurut Kiayi (2004), akibat keterbatasan sumber daya yang tersedia, dalam suatu perencanaan pembangunan selalu diperlukan adanya skala prioritas didasarkan atas suatu pemahaman bahwa (1) setiap sektor memiliki sumbangan langsung dan tidak langsung yang berbeda terhadap pencapaian sasaran-sasaran pembangunan (penyerapan tenaga kerja, pendapatan regional); (2) setiap sektor memiliki keterkaitan dengan sektor-sektor lainnya dengan karakteristik yang berbeda-beda, dan (3) aktivitas sektoral tersebar secara tidak merata dan spesifik, beberapa sektor cenderung memiliki aktivitas yang terpusat dan terkait dengan sebaran sumber daya alam, buatan (infrastruktur) dan sosial yang ada.

Atas pemikiran di atas, dapat dipahami bahwa setiap wilayah selalu terdapat sektor-sektor yang bersifat strategis yang diukur dari besarnya sumbangan yang diberikan dalam perekonomian wilayah serta keterkaitan sektoral dan spasialnya. Perkembangan sektor strategis tersebut memiliki dampak langsung dan tidak langsung yang signifikan. Dampak tidak langsung terwujud akibat perkembangan sektor tersebut terhadap berkembangnya sektor-sektor lain, dan secara spasial menyebar secara luas di seluruh wilayah sasaran.

Karakteristik struktur ekonomi wilayah yang ditunjukkan dengan distribusi sumbangan sektoral, serta

keterkaitan sektoral dan regional perekonomian wilayah, secara teknis dapat dijelaskan dengan menggunakan Analisis Input-Output (Analisis I-O) walaupun dengan keterbatasan-keterbatasan tertentu (Nasution, Rustiadi, Saefulhakim, 2000 dalam Kiayi, 2004).

Manfaat penerapan model I-O di dalam perencanaan pembangunan di antaranya (Arsyad, 1999 dalam Kiayi, 2004):

1. Memberikan kepada setiap sektor perekonomian perkiraan tingkat produksi dan impor yang sesuai satu sama lain dan sesuai dengan perkiraan permintaan akhir.
2. Membantu pengalokasian investasi yang dibutuhkan untuk mencapai tingkat produksi dan memberikan pengujian yang lebih tajam mengenai cukup tidaknya sumber investasi yang tersedia serta untuk mengevaluasi kebutuhan tenaga kerja terdidik.
3. Memudahkan dalam analisis kebutuhan impor dan substitusinya di berbagai bidang dalam perekonomian.
4. Memperhatikan kebutuhan langsung akan modal, tenaga kerja dan impor serta kebutuhan tidak langsung pada sektor-sektor perekonomian.

#### A. Pengertian Tabel Input Output

Menurut Kiayi (2004) analisis input output pertama kali dikembangkan oleh Vassily W. Leontief pada tahun 1947. Teknik ini digunakan untuk menelaah keterkaitan antar industri dalam upaya untuk memahami kompleksitas perekonomian serta kondisi untuk mempertahankan keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Teknik ini juga dikenal sebagai analisis antar industri.

Tabel input output pada dasarnya merupakan suatu uraian statistik dalam bentuk matrik yang menyajikan tentang transaksi barang dan jasa saling keterkaitan antar sektor yang satu dengan sektor lainnya, dalam suatu kegiatan

perekonomian suatu daerah pada suatu periode tertentu. Dengan tabel input output dapat dilihat bagaimana output dari suatu sektor ekonomi didistribusikan ke sektor-sektor tertentu dan bagaimana pula suatu sektor memperoleh input yang diperlukan dari sektor-sektor lainnya. Sebagai suatu model kuantitatif, tabel input output akan memberikan gambaran menyeluruh mengenai (Kiayi, 2004) :

1. Struktur perekonomian daerah yang mencakup struktur output dan nilai tambah masing-masing sektor.
2. Struktur input antara, yaitu transaksi penggunaan berbagai barang dan jasa oleh sektor-sektor produksi.
3. Struktur penyediaan barang dan jasa, baik berupa produksi dalam wilayah maupun barang-barang yang berasal dari impor atau berasal dari propinsi lain.
4. Struktur permintaan barang dan jasa, baik permintaan antara oleh berbagai sektor produksi maupun permintaan akhir untuk konsumsi, investasi dan ekspor.

Proses penyusunan tabel input output itu sendiri akan memberikan gambaran tentang seberapa jauh konsistensi antar berbagai sumber data yang digunakan, sehingga bermanfaat untuk menilai mutu keserasian data statistik dan kelemahan-kelemahan serta kemungkinan untuk melakukan perbaikan, penyempurnaan dan pengembangan statistik pada masa yang akan datang (Kiayi, 2004).

### **B. Arti dan Ruang Lingkup Analisis Input - Output**

Setiap benda yang terkait dengan hukum input - output. Hal ini juga berlaku terhadap benda mati yang bisa dibuat hidup seperti mesin. Agar suatu benda bisa hidup maka harus ada di konsumsi/input, setelah melalui proses akan menghasilkan output. Dalam hal mesin maka sebagai input adalah bahan bakar dan sebagai output adalah gas

buangan dan tenaga. Dalam banyak kegiatan, jenis input yang dibutuhkan suatu kegiatan yang tidak begitu banyak dan mata rantainya pun tidak begitu panjang. Artinya output sudah kegiatan yang menjadi input kegiatan lain terlalu banyak dan tidak membentuk mata rantai yang panjang. Hal ini berbeda dengan kegiatan dalam bidang ekonomi. Inputnya bisa beragam dan banyak yang saling berhubungan antar satu input dengan input lainnya sehingga sifatnya putar. Hal ini membuat perubahan pada satu sektor atau kegiatan yang berpengaruh kepada sektor lain bahkan mempengaruhi sektor itu kembali pada putaran berikutnya.

Analisis input - output (analisis masukan - keluaran) adalah suatu analisis atas perekonomian wilayah secara komprehensif karena melihat keterkaitan antar sektor ekonomi di wilayah tersebut secara keseluruhan. Dengan demikian, apabila terjadi perubahan tingkat produksi atau sektor tertentu, dampaknya terhadap sektor lain dapat dilihat. Selain itu, analisis ini juga terkait dengan tingkat kemakmuran masyarakat di wilayah tersebut melalui input primer (nilai tambah). Artinya, akibat perubahan tingkat produksi sektor - sektor tersebut, dapat dilihat seberapa besar kemakmuran bertambah/berkurang. Setiap produk pasti membutuhkan input agar produk itu dapat dihasilkan. Hasil produk dapat langsung dikonsumsi atau menghasilkan produk lain atau input untuk produk yang sama pada putaran berikutnya, misalnya bibit. Input dapat berupa output dari sektor lain (termasuk dari sektor sendiri tetapi dari putaran sebelumnya) yang sering disebut output antara berupa bahan baku dan input primer berupa tenaga kerja, keahlian, peralatan dan modal. Keikutsertaan faktor - faktor produksi akan mendapat imbalan yang menjadi pendapatan masyarakat sesuai dengan peran/keterlibatannya.

Hal itu menggambarkan bahwa sektor - sektor dalam perekonomian wilayah saling terkait antara satu dengan

lainnya. Kaitan itu bisa bersifat langsung maupun tidak langsung. Contoh kaitan langsung, misalnya pabrik minyak goreng (minyak makan) membutuhkan CPO (*crude palm oil*) sebagai bahan bakunya, pabrik CPO membutuhkan TBS (tandan buah segar) dan perkebunan sawit, perkebunan sawit membutuhkan pupuk dan intektisida, pabrik pupuk dan intektisida membutuhkan bahan baku, demikian seterusnya. Masing-masing kegiatan produksi di atas membutuhkan tenaga kerja, kegiatan transportasi, dan jalur pemasaran.

Kaitan tidak langsung, artinya perubahan itu terjadi lewat sektor antara. Misalnya, pabrik CPO tidak membutuhkan pupuk dan pestisida. Akan tetapi, apabila permintaan CPO meningkat, permintaan akan TBS meningkat. Dengan demikian, permintaan akan pupuk dan pestisida pun meningkat dalam rangka meningkatkan produksi TBS. Masing - masing kegiatan produksi membutuhkan tenaga kerja. Para pekerja pada kegiatan produksi pada kegiatan jasa juga membutuhkan pelayanan kebutuhan hidup sehari-hari, jasa tukang pangkas atau jasa penjahit pakaian. Kegiatan transportasi membutuhkan penjualan suku cadang dan jasa mekanik. Contoh tentang kaitan ini bisa diperpanjang dengan melibatkan kegiatan lainnya. Dengan memperhatikan kaitan langsung dan tidak langsung, kita ketahui bahwa perekonomian merupakan satu sistem yang perubahannya akan berpengaruh pada sektor lainnya. Perlu dicatat bahwa pengertian sektor adalah suatu cabang kegiatan ekonomi, bisa suatu kegiatan yang menghasilkan suatu produk atau jasa tertentu tetapi bisa juga berbagai kegiatan yang menghasilkan sekumpulan produk/jasa yang dianggap sama sehingga dapat digabung dalam satu katagori. Demikian pula, pengertian input dan output di sini dinyatakan dalam bentuk satuan uang. Dalam kondisi lain, input bisa saja dinyatakan dalam bentuk satuan tenaga kerja, misalnya memperkirakan tambahan lapangan kerja yang tersedia pada perekonomian

wilayah. Karena keterkaitan yang begitu luas, perubahan pada salah satu sektor, misalnya output-nya meningkat atau menurun, akan memberi dampak pada sektor lainnya.

### C. Asumsi dan Keterbatasan Model Tabel Input-Output

Menurut Kuncoro (2004) kendati tabel input output mampu menggambarkan aliran antarsektor, tabel ini kurang mampu menjelaskan cerita dibalik angka aliran antar sektor tersebut. Dari perspektif ini, tabel I-O merupakan refleksi dari fungsi produksi. Hanya saja fungsi dalam konteks ini berbeda dengan fungsi produksi sebagaimana digunakan dalam teori ekonomi yang baku. Dilihat dari sudut teori produksi, model I-O memiliki dua elemen pokok yang saling berhubungan erat, yaitu : konsep struktur produktif dan karakteristik struktur input untuk masing-masing sektor.

Dalam model I-O, suatu sektor produktif diidentikkan dengan suatu proses atau aktivitas produksi. Perekonomian dianggap merupakan kumpulan dari sektor-sektor semacam itu. Pembagian menjadi berbagai sektor dibuat sedemikian rupa sehingga masing-masing sektor (proses produksi) hanya menghasilkan satu produk. Ini berarti tidak ada produk gabungan (*joint product*). Dengan demikian, asumsi dalam analisis I-O adalah Kuncoro (2004) : *Pertama*, karena setiap produk berasal dari satu sektor maka diasumsikan hanya diprouduksi dengan satu cara. Ini berarti tidak diperhitungkan masalah pilihan teknologi. *Kedua*, diasumsikan tidak ada interaksi antar sektor. Ini berarti mengabaikan masalah *external economies* dan *diseconomies* dari suatu proses produksi. Implikasinya, efek total dari seluruh sektor merupakan asumsi dasar analisis I-O, maka jumlah *input* yang digunakan oleh suatu sektor merupakan penjumlahan dari efek masing-masing sektor. Apabila fungsi produksi sektoral merupakan asumsi dasar analisis I-O, jumlah *input* yang digunakan oleh suatu sektor tergantung dari tingkat *output* sektor tersebut.

Dengan kata lain, diasumsikan bahwa kenaikan penggunaan input berbanding secara proporsional dengan kenaikan output. Proporsi yang konstan ini ditunjukkan oleh koefisien I-O. Ketiga, berlaku *non-substitution theorem*, yaitu dengan koefisien produksi yang tetap, tidak ada substitusi antar input dalam produksi komoditi tertentu. Implikasinya, masing-masing aktivitas produktif merupakan milik sektor tertentu, dan sektor tersebut hanya memiliki satu teknik produksi. Keempat, model I-O pada hakekatnya merupakan model statik, dengan penggunaan utamanya adalah dalam jangka pendek. Artinya, penggunaan model I-O mengasumsikan koefisien I-O tidak berubah selama periode tertentu. Misalnya, suatu analisis dampak yang menggunakan I-O untuk proyeksi selama beberapa tahun mengasumsikan koefisien I-O stabil sepanjang periode tersebut. Secara implisit, ini identik dengan asumsi *constant returns to scale* atau linearitas. Asumsi ini tidak berlebihan mengingat : (1) dampak awal relatif kecil dibanding skala industri dan total kegiatan ekonomi yang diamati; (2) dampak yang diukur telah merupakan bagian dari perekonomian.

Khusus untuk model I-O yang bersifat terbuka dan statis, seperti tabel I-O Indonesia, transaksi-transaksi yang digunakan dalam penyusunan tabel I-O ini harus memenuhi tiga asumsi dasar: pertama, homogenitas yaitu bahwa setiap sektor hanya memproduksi satu jenis output dengan struktur input tunggal (seragam) dan tidak ada substitusi otomatis antar output dengan sektor yang berbeda; kedua, proporsionalitas yaitu bahwa kenaikan penggunaan input oleh suatu sektor akan sebanding dengan kenaikan output yang dihasilkan; ketiga, penjumlahan (*additivity*) yaitu bahwa jumlah pengaruh kegiatan produksi di berbagai sektor merupakan penjumlahan dari pengaruh pada masing-masing sektor tersebut (Kuncoro, 2004).

Adanya asumsi-asumsi tersebut, tabel I-O mempunyai

keterbatasan antara lain: karena rasio input output tetap konstan sepanjang periode analisis, produsen tidak dapat menyesuaikan perubahan-perubahan inputnya atau mengubah prosesnya. Hubungan yang tetap ini berarti apabila suatu input diduakalikan akan menghasilkan output dua kali lipat juga. Asumsi semacam ini tidak meliputi adanya perubahan teknologi ataupun produktivitas yang dapat terjadi dari waktu ke waktu. Walaupun mengandung keterbatasan, model I-O tetap merupakan alat analisis ekonomi yang lengkap dan komprehensif (Kiayi, 2004).

#### D. Kerangka Umum Tabel I-O

Untuk memberi gambaran yang lebih jelas tentang tabel I-O berikut ini diperlihatkan bentuk umum tabulasinya. Secara garis besar tabel I-O dibagi dalam empat kuadran (Kiayi, 2004) sebagai berikut :

- Kuadran I merupakan matrik permintaan antara dan input antara yang terdiri dari  $n$  baris dan  $n$  kolom sektor produksi.
- Kuadran II merupakan sebuah matrik yang terdiri dari  $m$  kolom permintaan akhir (konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, investasi dan ekspor) dan penyediaan, dari  $n$  baris sektor produksi.
- Kuadran III merupakan matrik nilai tambah (*value added*) atau input primer yang digunakan oleh masing-masing sektor (kecuali impor) dan disebut juga sebagai balas jasa faktor produksi yang meliputi: upah, gaji, surplus usaha, penyusutan dan pajak tidak langsung netto.
- Kuadran IV merupakan transfer nilai tambah antar institusi yang sama dalam studi ini kuadran ini diabaikan. Bentuk kerangka umum tabel

I-O dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.

I (n x n) Transaksi antar sektor/ kegiatan	II (n x m) Permintaan akhir dan impor
III (p x n) Input primer	IV (p x m)

Gambar 2. Bentuk Kerangka Umum Tabel I-O  
Sumber : BPS, 1995

Tiap kuadran dinyatakan dalam bentuk matrik, seperti gambar 2. Kumpulan sektor produksi di dalam kuadran I (yang berisi kelompok produsen) memanfaatkan berbagai sumberdaya dalam menghasilkan barang dan jasa secara makro disebut sistem produksi dan sektor endogen.

### E. Beberapa Konsep dan Definisi Dalam Tabel I-O

Beberapa konsep dan definisi dalam tabel I-O dapat dijabarkan sebagai berikut (Kiayi, 2004) :

#### 1. Output

Output adalah nilai dari seluruh produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh sektor produksi di suatu wilayah domestik. Oleh karena itu, output sering juga disebut sebagai output domestik. Perhitungan output dilakukan dengan menjumlah nilai dari barang dan jasa yang telah dihasilkan oleh suatu sektor tanpa membedakan pelaku produksinya. Jadi pelaku produksinya dapat berupa penduduk di wilayah domestik tersebut atau perusahaan dan penduduk asing. Seluruh produk barang dan jasa yang telah dihasilkan

sebagai bagian dari output, tanpa memperhatikan apakah produk tersebut terjual atau tidak. Dalam proses penyusunan tabel I-O perhitungan output memiliki peran yang sangat penting yaitu sebagai *Control Total* (CT) yang nilainya harus dipertahankan dalam proses rekonsiliasi antar sektor.

#### 2. Input

Input adalah seluruh barang dan jasa yang diperlukan oleh suatu sektor dalam kegiatan produksinya. Input dibedakan menjadi dua, yaitu input antara dan input primer. Input antara adalah seluruh barang dan jasa yang digunakan habis dalam proses produksi. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tersebut dapat berupa barang dan jasa hasil produksi dalam negeri atau impor. Sedangkan input primer adalah balas jasa terhadap faktor-faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan produksi. Input primer dalam prakteknya berupa gaji/upah, surplus usaha, penyusutan barang modal dan pajak tak langsung netto.

#### 3. Permintaan Akhir dan Impor

Permintaan akhir adalah permintaan barang dan jasa yang digunakan untuk keperluan konsumsi akhir. Permintaan akhir terdiri dari pengeluaran konsumsi rumah tangga, pengeluaran konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan ekspor. Barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi permintaan akhir dapat berupa barang dan jasa hasil produksi domestik dan impor. Khusus untuk permintaan ekspor hanya boleh dipenuhi dari hasil produksi domestik. Ekspor dan impor dalam konteks tabel I-O adalah transaksi yang terjadi antara penduduk di suatu wilayah tertentu dengan penduduk di luar wilayah tersebut. Namun demikian khusus untuk pembelian langsung yang dilakukan oleh penduduk ada perlakuan khusus. Pembelian langsung di pasar domestik oleh penduduk asing

diperlakukan sebagai transaksi ekspor, sebaliknya pembelian langsung oleh penduduk suatu wilayah yang dilakukan di luar wilayah tersebut diperlakukan sebagai transaksi impor.

Permintaan akhir ini merupakan variabel eksogen. Salah satu komponennya adalah pengeluaran pemerintah yang besarnya sepenuhnya diatur oleh pemerintah itu sendiri. Sementara itu komponen-komponen lainnya dari permintaan akhir, seperti konsumsi rumah tangga, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan ekspor) adalah variabel-variabel yang besarnya dapat dipengaruhi oleh permintaan dengan berbagai kebijakannya. Dalam konteks ini maka permintaan akhir dapat dijadikan alat kebijakan pemerintah. Untuk itu pemerintah memiliki target tingkat pertumbuhan tertentu, maka pemerintah dapat memilih instrumen mana yang akan digunakan untuk mendorong permintaan akhir tersebut, dan sekaligus juga melihat dampak dari tingkat pertumbuhan tersebut pada output sektor-sektor tertentu di dalam perekonomian.

#### F. Analisis Dengan Model Tabel Input-Output

Cara termudah melihat keterkaitan antar sektor adalah menggunakan Tabel *Input-Output*, yang di Indonesia dipublikasikan oleh BPS. BPS menerbitkan Tabel I-O setiap lima tahun sekali dengan alasan struktur perekonomian dan teknologi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa di sektor-sektor ekonomi, perubahannya cukup direkam berkala dengan tenggang waktu lima tahun.

Untuk mempermudah proses penyusunan tabel I-O dan untuk kepentingan analisis, maka diperlukan sistem klasifikasi sektor. BPS menggunakan klasifikasi menurut kesatuan komoditi dan aktivitas. BPS menerbitkan tabel I-O transaksi dalam dua versi, yaitu berdasarkan harga pembeli dan harga produsen. Perbedaan utama dari kedua cara ini adalah pada ada tidaknya margin perdagangan dan biaya

pengangkutan. Tabel transaksi atas dasar harga pembeli mengandung unsur margin perdagangan dan biaya angkutan. Karena itu pada struktur input masing-masing sektor tidak ada *input* yang berasal dari sektor perdagangan, sedang *input* yang berasal dari sektor pengangkutan hanya mencakup biaya angkutan penumpang dan barang-barang sendiri. Sebaliknya, pada tabel transaksi atas dasar harga produsen, unsur-unsur tersebut dipisahkan dan diperhitungkan sendiri sebagai *input* sektor perdagangan dan pengangkutan bagi sektor pembeli.

Penelitian ini dilakukan untuk melakukan pemutakhiran tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006 ke tahun 2007. Metode analisis I-O yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis deskriptif, analisis keterkaitan dan analisis dampak, yang penjelasannya sebagai berikut :

#### 1. Analisis Deskriptif

Dalam analisis ini akan dilihat secara umum keadaan perekonomian di Propinsi Gorontalo melalui beberapa variabel atau indikator seperti, struktur penawaran dan permintaan akan barang dan jasa yang terjadi di Propinsi Gorontalo dapat menunjukkan peranan produksi domestik dan impor untuk memenuhi permintaan barang dan jasa baik domestik dan luar negeri. Struktur output dapat menggambarkan peranan output sektoral dalam perekonomian. Struktur nilai tambahnya, baik menurut lapangan usaha (sektor) maupun komponennya, berguna untuk melihat peranan masing-masing sektor dalam menciptakan nilai tambah. Struktur permintaan akhir dapat pula dipakai untuk melihat apakah pola konsumsi rumah tangga atau pemerintah dan komponen harga dalam perekonomian. Indeks daya penyebaran dan derajat kepekaan (*forward-backward linkage effect*) dapat menentukan kehandalan suatu sektor dalam perekonomian. Lebih jelasnya beberapa indikator yang dapat digunakan

dalam analisis deskriptif ini dapat diuraikan sebagai berikut, (Kiayi, 2004) :

#### a. Struktur Permintaan dan Penawaran

Pada periode tertentu, jumlah seluruh permintaan terhadap barang dan jasa di suatu daerah akan mencapai jumlah tertentu. Permintaan terhadap suatu barang dan jasa di suatu daerah dapat dibedakan menjadi permintaan antara dan permintaan akhir. Jumlah permintaan yang digunakan oleh sektor produksi dalam rangka kegiatan produksinya disebut permintaan antara. Permintaan yang digunakan untuk memenuhi konsumsi akhir domestik yang terdiri dari konsumsi rumah tangga dan nirlaba, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap, dan perubahan stok disebut permintaan akhir domestik. Selebihnya digunakan untuk ekspor (baik untuk luar negeri maupun untuk propinsi lain). Apabila dilihat dari sisi penawaran, barang dan jasa yang ditawarkan disuatu daerah bisa berasal dari produksi domestik, bisa juga berasal dari luar daerah bahkan luar negeri (impor).

Dengan analisis struktur penawaran dan permintaan dapat tergambarkan peranan produk domestik dan impor, permintaan antara dan permintaan akhir, komponen permintaan akhir domestik (konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan ekspor), sektor sebagai produsen utama, sektor dengan surplus/defisit, tertinggi/terendah dengan melihat perbandingan/selisih permintaan dan penawaran, mencerminkan tinggi/rendah ekspor suatu sektor dan pasokan impor suatu sektor tertentu.

#### b. Struktur Output

Output merupakan nilai produksi (baik barang ataupun

jasa) yang dihasilkan oleh sektor-sektor ekonomi disuatu daerah. Dengan menelaah besarnya output yang diciptakan oleh masing-masing sektor, berarti akan diketahui pula sektor-sektor mana yang mampu memberikan sumbangan yang besar dalam membentuk output secara keseluruhan di daerah tersebut. Analisis ini dapat menggambarkan: kontribusi output masing-masing sektor, output terbesar dan terkecil serta *leading sector* dalam perekonomian.

#### c. Struktur Nilai Tambah Bruto (NTB)

Nilai Tambah Bruto adalah balas jasa terhadap faktor produksi yang tercipta karena adanya kegiatan produksi. Analisis ini dapat menjelaskan kontribusi NTB masing-masing sektor, NTB terbesar/terkecil, melihat komposisi NTB (upah dan gaji, surplus usaha, penyusutan, pajak tak langsung). Besarnya nilai tambah di tiap-tiap sektor ditentukan oleh besarnya output (nilai produksi) yang dihasilkan dan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam produksi. Oleh sebab itu, suatu sektor yang memiliki output yang besar belum tentu memiliki nilai tambah yang besar juga, karena masih tergantung pula pada seberapa besar biaya produksinya.

#### d. Struktur Permintaan Akhir

Permintaan akhir adalah penggunaan barang dan jasa. Barang dan jasa selain digunakan oleh sektor produksi dalam rangka proses produksi (memenuhi permintaan antara) juga digunakan untuk memenuhi permintaan oleh konsumen akhir seperti untuk konsumsi rumah tangga dan lembaga nirlaba, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan ekspor. Dalam terminologi I-O, penggunaan barang dan jasa untuk konsumsi akhir seperti disebutkan di atas, bisa dikatakan sebagai permintaan akhir.

## 2. Analisis Keterkaitan Antar Sektor

*Backward Linkages* dan *Forward Linkages* adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui keterkaitan suatu sektor terhadap sektor-sektor lain dalam perekonomian. Kaitan ke belakang merupakan alat analisis untuk mengetahui derajat keterkaitan suatu sektor terhadap sektor-sektor lain yang menyumbang *input* kepadanya. Menurut Bulmer-Thomas dalam Kuncoro (2004) formula kaitan ke belakang dari suatu sektor industri dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$L_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{X_j} = \sum_{i=1}^n a_{ij} \dots\dots\dots (1)$$

dimana :  $L_{ij}$  = indeks kaitan ke belakang;  $X_j$  = nilai dari produk ke  $j$ ;  $X_i$  = nilai *input* jasa  $i$  yang disediakan dari dalam negeri untuk memproduksi produk  $j$ ;  $a_{ij}$  = koefisien *input-output/leontief*. Sedangkan, kaitan kedepan diperoleh dari invers kaitan ke belakang, yaitu :  $L_{ij} = \sum_{ajj} - 1$ ..... (2)

## Bab 8 Analisis Angka Pengganda dan Matriks Pengganda

Menurut Kuncoro (2004) *output multiplier* (angka pengganda *output*) merupakan alat analisis untuk menghitung total nilai produksi dari semua sektor ekonomi yang diperlukan untuk memenuhi nilai permintaan akhir dari *output* suatu sektor. Formulasi matematisnya adalah :

$$O_j = \sum_{i=1}^n \beta_j \dots\dots\dots (3)$$

dimana :  $O_j$  = *output multiplier*,  $\beta_j$  = permintaan akhir yang baru dari sektor-sektor yang lain.

Untuk menghitung beberapa rasio yang disebut *multiplier type 1 dan type 2*, formulasinya adalah :

$$\text{Rasio Tipe 1} = \frac{\text{Direct + indirect effect}}{\text{Initial effect}} \dots\dots\dots (4)$$

$$\text{Rasio Tipe 2} = \frac{\text{Direct, indirect \& induced effect}}{\text{Initial effect}} \dots\dots\dots (5)$$

Dalam model ekonomi makro dikenal suatu terminologi yang disebut sebagai pengganda (multiplier) yang menjelaskan dampak yang terjadi terhadap variabel endogen (*endogenous variable*) akibat perubahan pada variabel eksogen (*exogenous variable*). Pengganda dimaksud misalnya, pengganda pendapatan nasional yang dirumuskan sebagai  $1/(1-MPC)$  dimana MPC (*marginal propensity to consume* atau kecenderungan marginal mengkonsumsi). Pengganda tersebut menjelaskan bahwa perubahan pendapatan nasional ditentukan oleh perubahan MPC; semakin besar MPC, maka semakin besar pendapatan nasional.

Dalam tabel I-O pengganda demikian dapat juga diperoleh, tidak hanya merupakan satu besaran pengganda tetapi bahkan merupakan (sekelompok) besaran pengganda yang dinyatakan dalam bentuk matriks pengganda (*multiplier matrix*). Sama dengan pengganda pada model ekonomi makro yang telah dijelaskan di atas, matriks pengganda pada tabel I-O juga menjelaskan perubahan yang terjadi pada berbagai peubah endogen sebagai akibat perubahan pada suatu atau beberapa peubah eksogen. Matriks pengganda dalam tabel I-O digunakan untuk melakukan analisis dampak (*impact analysis*), seperti analisis dampak output, analisis dampak

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi komoditas unggulan di Propinsi Gorontalo yang diusahakan dalam suatu wilayah propinsi termasuk ke dalam sektor basis dan non basis dengan rumus sebagai berikut (Baruadi, 2009):

$$LQ = (v_i/v_t)/(V_i/V_t)$$

dengan batasan :

$v_i$  = luas lahan atau produksi komoditas pangan di tingkat propinsi

$V_i$  = luas lahan atau produksi komoditas perkebunan di tingkat nasional

$v_t$  = total luas lahan atau produksi komoditas tanaman

pangan di tingkat propinsi

$V_t$  = total luas lahan atau produksi komoditas tanaman pangan di tingkat nasional

LQ = koefisien *location quotient*

Komoditas tanaman pangan yang ada di suatu wilayah merupakan sektor basis apabila koefisien LQ  $\geq 1$  sedangkan apabila LQ  $< 1$  maka komoditas perkebunan tersebut bukan merupakan sektor basis.

*Location quotient* (kuosien lokasi) atau disingkat LQ adalah suatu perbandingan tentang besarnya peranan suatu sektor/ industri di suatu daerah terhadap besarnya peranan sektor/ industri tersebut secara nasional. Ada banyak variabel yang bisa diperbandingkan, tetapi yang umum adalah nilai tambah (tingkat pendapatan) dan jumlah lapangan kerja. Berikut ini yang digunakan adalah nilai tambah (tingkat pendapatan). Rumusnya adalah sebagai berikut (Tarigan, 2007) :

$$LQ = (x_i/PDRB)/(X_i/PNB) \dots\dots\dots(6)$$

di mana :

$x_i$  = Nilai tambah sektor i di suatu daerah

PDRB = Produk domestik regional bruto daerah tersebut

$X_i$  = Nilai tambah sektor i secara nasional

PNB = Produk nasional bruto atau GNP

**Catatan :** *Semestinya menggunakan PRB (produk regional bruto), tetapi karena seringkali sulit dihitung maka yang biasa digunakan orang adalah PDRB (produk domestik regional bruto).*

Istilah wilayah nasional dapat diartikan untuk wilayah induk/wilayah atasan. Misalnya, apabila diperbandingkan antara wilayah kabupaten dengan provinsi, maka provinsi memegang peran sebagai wilayah nasional, dan seterusnya.

Apabila  $LQ > 1$  artinya peranan sektor tersebut di daerah itu lebih menonjol daripada peranan sektor itu secara nasional. Sebaliknya, apabila  $LQ < 1$  maka peranan sektor itu di daerah tersebut lebih kecil daripada peranan sektor tersebut secara nasional.  $LQ > 1$  menunjukkan bahwa peranan sektor  $i$  cukup menonjol di daerah tersebut dan seringkali sebagai petunjuk bahwa daerah tersebut surplus akan produk sektor  $i$  dan mengekspornya ke daerah lain. Daerah itu hanya mungkin mengeksport produk ke daerah lain atau luar negeri karena mampu menghasilkan produk tersebut secara lebih murah atau lebih efisien. Atas dasar itu  $LQ > 1$  secara tidak langsung memberi petunjuk bahwa daerah tersebut memiliki keunggulan komparatif untuk sektor  $i$  dimaksud.

Menggunakan  $LQ$  sebagai petunjuk adanya keunggulan komparatif dapat digunakan bagi sektor-sektor yang telah lama berkembang, sedangkan bagi sektor yang baru atau sedang tumbuh apalagi yang selama belum ini pernah ada,  $LQ$  tidak dapat digunakan karena produk totalnya belum menggambarkan kapasitas riil daerah tersebut. Adalah lebih tepat untuk melihat secara langsung apakah komoditi itu memiliki prospek untuk diekspor atau tidak, dengan catatan terhadap produk tersebut tidak diberikan subsidi atau bantuan khusus oleh daerah yang bersangkutan melebihi yang diberikan daerah-daerah lainnya.

Analisis  $LQ$  sesuai dengan rumusnya memang sangat sederhana dan apabila digunakan dalam bentuk *one shot analysis*, manfaatnya juga tidak begitu besar, yaitu hanya melihat apakah  $LQ$  berada di atas 1 atau tidak. Akan tetapi, analisis  $LQ$  bisa dibuat menarik apabila dilakukan dalam bentuk *time-series/trend*, artinya dianalisis untuk beberapa kurun waktu tertentu. Dalam hal ini, perkembangan  $LQ$  bisa dilihat untuk suatu sektor tertentu pada kurun waktu yang berbeda, apakah terjadi kenaikan atau penurunan. Hal ini

bisa memancing analisis lebih lanjut, misalnya apabila naik dilihat faktor-faktor yang membuat daerah kita tumbuh lebih cepat dari rata-rata nasional. Demikian pula apabila turun, dikaji faktor-faktor yang membuat daerah kita tumbuh lebih lambat dari rata-rata nasional. Hal ini bisa membantu kita melihat kekuatan/kelemahan wilayah kita dibandingkan secara relatif dengan wilayah yang lebih luas. Potensi yang positif digunakan dalam strategi pengembangan wilayah. Adapun faktor-faktor yang yang membuat potensi sektor di suatu wilayah lemah, perlu dipikirkan apakah perlu ditanggulangi atau dianggap tidak prioritas (Tarigan, 2007).

## Bab 9

# Keunggulan Komparatif

Istilah *comparative advantage* (keunggulan komparatif) mula-mula dikemukakan oleh David Ricardo (1917) sewaktu membahas perdagangan antara dua negara. Dalam teori tersebut, Ricardo membuktikan bahwa apabila ada dua negara yang saling berdagang dan masing-masing negara mengkonsentrasikan diri untuk mengekspor barang yang bagi negara tersebut memiliki keunggulan komparatif maka kedua negara tersebut akan beruntung. Ternyata ide tersebut bukan saja bermanfaat dalam perdagangan internasional tetapi juga sangat penting diperhatikan dalam ekonomi regional.

Keunggulan komparatif suatu komoditi bagi suatu negara atau daerah adalah bahwa komoditi itu lebih unggul secara relatif dengan komoditi lain di daerahnya. Pengertian unggul dalam hal ini adalah dalam bentuk perbandingan dan bukan dalam bentuk nilai tambah riil. Apabila keunggulan itu adalah dalam bentuk nilai tambah riil maka dinamakan keunggulan absolut. Komoditi yang memiliki keunggulan walaupun hanya dalam bentuk perbandingan, lebih menguntungkan untuk dikembangkan dibanding dengan komoditi lain yang sama-sama diproduksi oleh kedua negara atau daerah.

Dalam perdagangan bebas antar daerah, mekanisme pasar mendorong masing-masing daerah bergerak ke arah sektor yang daerahnya memiliki keunggulan komparatif. Akan tetapi, mekanisme pasar seringkali bergerak lambat dalam mengubah struktur ekonomi suatu daerah. Pengetahuan akan keunggulan komparatif suatu daerah dapat digunakan para penentu kebijakan untuk mendorong perubahan struktur perekonomian daerah ke arah sektor yang mengandung keunggulan komparatif. Jadi, apabila sektor yang memiliki keunggulan komparatif bagi suatu daerah telah diketahui lebih dahulu, pembangunan sektor itu dapat disegerakan tanpa menunggu tekanan mekanisme pasar yang sering berjalan lambat. Keunggulan komparatif adalah suatu kegiatan ekonomi yang menurut perbandingan lebih menguntungkan bagi pengembangan daerah. Ricardo menggunakan perbandingan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang sama untuk dua kegiatan yang berbeda pada dua negara. Namun, saat ini contoh seperti itu tidak relevan lagi karena biaya untuk menghasilkan suatu produk bukan hanya upah buruh.

Pada saat ini istilah yang sering dipakai adalah *competitive advantage* (keunggulan kompetitif). Keunggulan kompetitif menganalisis kemampuan suatu daerah untuk memasarkan produknya di luar daerah/luar negeri/pasar global. Istilah keunggulan kompetitif lebih mudah dimengerti, yaitu cukup melihat apakah produk yang kita hasilkan bisa dijual di pasar global secara menguntungkan. Jadi, kita tidak lagi membandingkan potensi komoditi yang sama di suatu negara dengan negara lainnya, melainkan membandingkan potensi komoditi suatu negara terhadap komoditi semua negara pesaingnya di pasar global. Namun demikian, manfaat analisis keunggulan kompetitif bagi suatu wilayah adalah terbatas karena tidak banyak komoditi yang memenuhi persyaratan tersebut. Kemampuan memasarkan

barang di pasar global sangat terkait dengan tingkat harga yang sedang berlaku di pasar global padahal di sisi lain harga di pasar global selalu berfluktuasi. Dengan demikian, analisis keunggulan komparatif tidak terlalu dipengaruhi oleh fluktuasi harga karena menggunakan metode perbandingan. Karena semua pihak terkena fluktuasi harga yang sama maka angka perbandingan tidak berbeda jauh dalam berbagai tingkat harga. Banyak komoditi yang hanya diproduksi untuk kebutuhan lokal ada yang dipasarkan ke wilayah tetangga tetapi pada saat ini belum mampu untuk masuk ke pasar global. Sebaliknya, analisis keunggulan komparatif tetap dapat digunakan untuk melihat apakah komoditi itu memiliki prospek untuk dikembangkan walaupun saat ini belum mampu memasuki pasar global. Setidaknya kita mengetahui bahwa dalam rangka perbandingan dengan rata-rata nasional, wilayah kita berada di atas atau di bawah rata-rata nasional. Keunggulan komparatif dapat dijadikan pertanda awal bahwa komoditi itu punya prospek untuk juga memiliki keunggulan kompetitif. Setidaknya komoditi itu layak untuk dikembangkan baik untuk memenuhi kebutuhan lokal maupun untuk pasar tetangga.

Berkaitan dengan program agropolitan, Anwar (1999) mengemukakan bahwa pembangunan agropolitan merupakan pembangunan pusat-pusat pelayanan pada kota-kota kecil yang diberikan perlengkapan infrastruktur perkotaan. Sedangkan menurut Darwanto (1999) unsur-unsur pembentukan agropolitan adalah sektor unggulan, pusat-pusat kegiatan agribisnis, potensi pemasaran dan prasarana wilayah.

Baruwadi (2003) mengemukakan bahwa program agropolitan bukan saja berdampak pada peningkatan pendapatan petani tetapi juga memberikan efek bola salju bagi perekonomian Provinsi Gorontalo. Hal ini disebabkan agropolitan telah menjadi *pull* dan *push* faktor pada

perekonomian Provinsi Gorontalo. Pendapat ini didukung oleh Muhammad (2006) bahwa Pertanian dalam arti luas merupakan salah satu sektor penting bagi pembangunan ekonomi di Gorontalo. Peran pertanian bukan sekedar pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat tetapi juga menjadi salah satu sektor yang dapat memberi dampak langsung bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui nilai tambah hasil produksi pertanian.

Disamping itu pula setiap daerah memiliki produk unggulan pertanian. Produk unggulan pertanian suatu daerah menggambarkan potensi atau kemampuan daerah dalam menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumber daya, memberikan kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan masyarakat maupun pemerintah setempat, dan memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Suatu produk dikatakan unggul apabila memiliki daya saing yang tinggi di pasar. Namun agar produk tersebut memiliki daya saing yang tinggi maka perlu diberi nilai tambah (Hayun, 2007).

Kemajuan program agropolitan ini memiliki keterkaitan yang erat dengan agribisnis. Agribisnis diartikan sebagai sebuah sistem yang terdiri dari unsur-unsur kegiatan: (1) pra-panen, (2) panen, (3) pasca-panen dan (4) pemasaran. Sebagai sebuah sistem, kegiatan agribisnis tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, saling menyatu dan saling terkait. Terputusnya salah satu bagian akan menyebabkan timpangnya sistem tersebut. Sedangkan kegiatan agribisnis melingkupi sektor pertanian, termasuk perikanan dan kehutanan, serta bagian dari sektor industri. Sektor pertanian dan perpaduan antara kedua sektor inilah yang akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik secara nasional (Sumodiningrat, 2000).

Menurut Saragih (1998), dalam Pasaribu (1999), batasan agribisnis adalah sistem yang utuh dan saling terkait di antara seluruh kegiatan ekonomi (yaitu subsistem agribisnis hulu,

subsistem agribisnis budidaya, subsistem agribisnis hilir, subsistem jasa penunjang agribisnis) yang terkait langsung dengan pertanian.

Perkembangan agribisnis di Indonesia sebagian besar telah mencakup subsistem hulu, subsistem usahatani, dan subsistem penunjang, sedangkan subsistem hilir masih belum berkembang secara maksimal. Industri pupuk dan alat-alat pertanian telah berkembang dengan baik sejak Pelita I hingga saat ini. Telah banyak diperkenalkan bibit atau varietas unggul dalam berbagai komoditi untuk peningkatan produksi hasil pertanian. Demikian juga telah diperkenalkan teknik-teknik bertani, beternak, berkebun, dan bertambak yang lebih baik untuk meningkatkan produktivitas pertanian.

## Bab 10

### Kondisi Existing Petani, Peternak dan Nelayan

#### A. Deskripsi Propinsi Gorontalo

Spirit peristiwa heroik 23 Januari 1942 menjadi sumber inspirasi sekaligus memotivasi bagi seluruh rakyat Gorontalo untuk menyuarakan aspirasi dan tekad untuk berdiri sendiri sebagai propinsi yang terlepas dari Sulawesi Utara. Pada tanggal 16 Februari 2001, Gorontalo resmi berdiri sebagai propinsi ke-32 di wilayah Republik Indonesia berdasarkan Undang-Undang No. 38 tahun 2000 tertanggal 22 Desember 2000 tentang pembentukan Propinsi Gorontalo dengan ibu kota propinsi yakni Kota Gorontalo.

Propinsi Gorontalo terletak di bagian utara Pulau Sulawesi pada posisi yang cukup strategis, yakni pada posisi 00°30'04" hingga 01°02'30" Lintang Utara (LU) dan 120°08'04" hingga 123°32'09" Bujur Timur (BT), memiliki batas-batas wilayah yakni : sebelah Utara: Laut Sulawesi; sebelah Selatan: Teluk Tomini; sebelah Barat: Propinsi Sulawesi Tengah; sebelah Timur: Propinsi Sulawesi Utara.

Laut Sulawesi merupakan laut yang terbuka yang berhadapan langsung dengan perairan Samudera Pasifik.

Teluk Tomini sendiri adalah perairan semi tertutup, memanjang dari Barat ke Timur dengan mulut teluk berada di timur berhadapan dengan Laut Maluku. Teluk Tomini merupakan satu-satunya teluk besar di dunia yang berada di garis khatulistiwa.

Suhu rata-rata pada siang hari di propinsi Gorontalo berkisar antara 30,9-34°C dan pada malam hari berkisar antara 20,8-24,4°C. Sementara kelembaban udara relatif tinggi dengan rata-rata 83%. Suhu maksimum dan minimum rata-rata yakni 34,6°C dan 21,5°C.

Menurut BPS 2008, jumlah penduduk propinsi Gorontalo sebesar 960.335 jiwa. Jumlah ini akan bertambah dengan tingkat pertumbuhan 2,77%, seiring dengan perkembangannya sebagai propinsi baru yang sedang giat membangun.

Jumlah penduduk usia kerja di propinsi Gorontalo cukup besar, yaitu sebanyak 398.162 atau 44,44% dari jumlah penduduk. Dengan Tingkat Partisipasi Angkat Kerja (TPAK) sebesar 88,35%. Hal ini mengidentifikasi bahwa penduduk usia kerja di kota ini banyak berstatus sekolah. Kondisi ini menjadikan perseden baik, bahwa mutu sumber daya manusia di masa datang akan semakin meningkat. Dilihat dari jumlah tenaga kerjanya, sektor pertanian terlihat paling mendominasi lapangan kerja utama. Dalam sektor pertanian ini juga termasuk sektor kelautan dan perikanan. Ini mencerminkan bahwa masyarakat propinsi Gorontalo adalah masyarakat agraris dan maritim (DPK Propinsi Gorontalo, 2007).

#### B. Kondisi Existing Petani, Peternak dan Nelayan di Sentra Produksi

Petani, peternak dan nelayan merupakan pekerjaan masyarakat yang umumnya berada di daerah *hiterland* atau

*rural*, mata pencaharian ini bergerak di sektor pertanian dan subsektor pertanian. Sektor pertanian dan subsektor pertanian menyerap tenaga kerja sekitar 50-70% dari jumlah tenaga kerja sebanyak 429.384 jiwa. Hal ini dapat dimaklumi karena Propinsi Gorontalo merupakan propinsi yang bercirikan masyarakat agraris dengan konsep pembangunan Agropolitan. Jadi keberadaan sektor pertanian dan subsektor pertanian memiliki peranan penting dalam pertumbuhan kegiatan perekonomian Propinsi Gorontalo.

Propinsi Gorontalo memiliki beberapa sentra produksi pertanian, peternakan dan perikanan yang sekaligus merupakan daerah penelitian, antara lain untuk bidang pertanian (komoditas jagung) yakni Kelurahan Bulotadaa (Kota Gorontalo), Desa Bongoime (Kabupaten Bone Bolango) dan Desa Huyula (Kabupaten Pohuwato); bidang peternakan (Komoditas Sapi Potong) yakni Kelurahan Bulotadaa (Kota Gorontalo), Desa Tunggulo (Kabupaten Bone Bolango) dan Desa Manunggal Karya (Kabupaten Pohuwato); bidang perikanan (Komoditas Ikan Laut termasuk Komoditas Ikan Beku) yakni Kelurahan Pohe dan Tanjung Kramat (Kota Gorontalo), Desa Tongo (Kabupaten Bone Bolango) dan Desa Torsiaje (Kabupaten Pohuwato).

#### C. Karakteristik Petani Pada Sentra Produksi

Berdasarkan tabulasi data kuisisioner yang dipeoleh dari sentra produksi, maka dapat disajikan karakteristik rata-rata petani pada sentra produksi seperti terlihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2 Karakteristik Rataan Petani

No	Indikator	Rataan Jumlah
1.	Usia Petani : 30-39 tahun	35
2.	Status sebagai petani: Petani pemilik dan penggarap	43
3.	Lahan yang dimiliki : 1-4 hektar	53
4.	Luas lahan yang ditanami jagung : 1-4 hektar	53
5.	Bibit yang digunakan : Biji Isi 2	84
6.	Sumber memperoleh bibit : Bantuan pemerintah	41
7.	Alat/mesin yang digunakan pada awal musim tanam : pajeko (bajak tradisional)	93
8.	Frekuensi bercocok tanam jagung dalam setahun : 2 kali	70
9.	Frekuensi panen jagung dalam setahun : 2 kali	70
10.	Pendapatan/penghasilan petani tiap kali panen : < Rp. 3 juta	62
11.	Pendapatan bersih setiap kali panen : < Rp. 2 juta	66
12.	Produksi jagung ton/hektar tiap kali panen : 2-4 ton	54
13.	Modal/hektar yang dibutuhkan : Rp. 1 - 3 juta	60
14.	Sumber modal : Modal sendiri	70
15.	Bantuan yang diperoleh dari pemerintah : Bibit dan Pupuk	66
16.	Kendala selama musim tanam : gangguan hama, ternak dan musim kemarau	55
17.	Solusi untuk mengatasi kendala : melakukan penyemprotan hama	55
18.	Hasil panen jagung dijual ke : pengumpul	71
19.	Kota tujuan pemasaran jagung : Kota Gorontalo	58
20.	Harga jual jagung per kilogram : Rp. 1.500-2.000	45
21.	Informasi harga jagung diperoleh dari : pengumpul	71
22.	Bantuan dari pemerintah setelah panen jagung : perontok jagung (pemipil)	50

No	Indikator	Rataan Jumlah
23.	Bentuk bantuan alat/mesin yang diberikan oleh Pemerintah : sewa	79
24.	Bentuk bantuan modal : pinjaman	48
25.	Jumlah bantuan modal yang diberikan : < Rp. 3 juta	65
26.	Kendala setelah panen jagung : Kesulitan untuk mengeringkan jagung	57
27.	Solusi ketika mendapatkan masalah/kendala : konsultasi dengan dinas terkait	40
28.	Alat angkut yang digunakan untuk mengangkut hasil panen : gerobak sewa	61

Sumber : Data olahan, 2009

Secara agregat lahan petani berkisar 1-4 hektar (84 orang) dengan frekuensi 2 kali bercocok tanam jagung dalam setahun dan produksi jagung selama setahun sebesar 2-4 ton/hektar. Adapun rata-rata tingkat pendapat bersih sebesar Rp. 1.350.000 perbulan. Tingkat pendapatan petani ini cukup tinggi jika dibandingkan standar Upah Minimum Propinsi (UMP) sebesar Rp. 710.000 perbulan. Namun peran pemerintah, BUMD, Koperasi dan lembaga ekonomi perdesaan untuk membantu petani masih rendah.

#### D. Karakteristik Peternak Pada Sentra produksi

Berdasarkan tabulasi data kuisioner yang dipeoleh dari sentra produksi, maka dapat disajikan karakteristik rata-rata peternak pada sentra produksi seperti terlihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Karakteristik Rataan Peternak

No	Indikator	Rataan Jumlah
1.	Usia Peternak : 40-49 tahun	45
2.	Status sebagai peternak : Peternak pemilik	48
3.	Jumlah ternak yang dimiliki : 2-5 ekor	55
4.	Luas lahan gembalaan : < 1 hektar	66
5.	Cara memelihara ternak : Dikandangkan dan digembalakan	84
6.	Asal Bantuan Ternak : Bantuan pemerintah	56
7.	Jumlah Bantuan Ternak Yang di peroleh : < 3 ekor	71
8.	Pakan/Makan yang di berikan kepada hewan ternak : berbagai jenis dedaunan	52
9.	Frekuensi memanen ternak dalam setahun : 1 kali	73
10.	Pnghasilan/pendapatan setiap kali panen ternak : < Rp. 5 juta	42
11.	Pendapatan bersih setiap kali ternak : < Rp. 5 juta	48
12.	Jumlah rata-rata ternak yang di hasilkan setiap kali panen ternak : < 3 ekor	70
13.	Rata-rata modal yang dibutuhkan untuk memelihara satu ekor ternak : < Rp. 1 juta	42
14.	Asal modal yang di gunakan untuk memelihara ternak : Modal sendiri	82
15.	Bantuan apa yang diberikan pemerintah kepada pemerintah : Bibit Ternak	87
16.	Kendala yang dihadapi selama memelihara ternak : sulit mendapatkan pakan ternak dan air minum ternak pada musim kemarau	34
17.	Solusi untuk mengatasi kendala selama memelihara ternak : Solusi untuk mengatasi kendala : mempersiapkan makan ternak dengan menanam jagung	33

No	Indikator	Rataan Jumlah
18.	Tujuan penjualan hasil panen ternak ke : pengumpul	56
19.	Kota tujuan pemasaran hasil ternak : Kota Gorontalo	36
20.	Informasi harga ternak diperoleh dari : pengumpul	25
21.	Bantuan dari pemerintah setelah panen ternak : informasi pasar	32
22.	Bentuk bantuan alat/mesin yang diberikan oleh Pemerintah : lainnya (diberikan secara gratis)	42
23.	Bentuk bantuan modal : pinjaman	29
24.	Jumlah bantuan modal yang diberikan : < Rp. 5 juta	44
25.	Kendala setelah panen ternak : Kesulitan untuk memperoleh informasi pasar	39
26.	Solusi ketika mendapatkan masalah/kendala : memelihara kembali ternak tersebut	21
27.	Alat angkut yang digunakan untuk mengangkut hasil panen ternak : truk/mobil bak terbuka yang sewa	25

Sumber : Data olahan, 2009

Secara agregat rata-rata usia peternak yakni 40-49 tahun dengan lahan gembalaan ternak berkisar < 1 hektar (66 orang) dengan jumlah ternak yang dimiliki 2-5 ekor. Cara pemeliharaan ternak dilakukan masih secara tradisional yakni digembalakan dan dikandangkan. Disamping itu pakan ternak yang diberikan seadanya saja yakni pakan dedaunan tanpa ada kombinasi pakan yang dapat menambah bobot hewan ternak. Hal ini dapat dimaklumi karena beternak bukan merupakan pekerjaan utama. Beternak hanya sebagai sampingan saja dan ternak yang dijualpun hanya untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak seperti adanya hajatan keluarga, biaya sekolah dan sebagai tabungan keluarga.

Disamping itu peran pemerintah, BUMD, Koperasi dan lembaga ekonomi perdesaan untuk membantu peternak belum maksimal.

### E. Karakteristik Nelayan Pada Sentra produksi

Berdasarkan tabulasi data kuisioner yang dipeoleh dari sentra produksi, maka dapat disajikan karakteristik rata-rata nelayan pada sentra produksi seperti terlihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Karakteristik Rataan Nelayan

No	Indikator	Rataan Jumlah
1.	Usia nelayan : 30-39 tahun	45
2.	Status nelayan : nelayan pemilik perahu/kapal	51
3.	Kapasitas perahu/kapal yang digunakan setiap kali melaut : < 250 kg	60
4.	Jumlah ikan yang diperoleh setiap kali melaut : < 250 kg	65
5.	Alat tangkap yang digunakan saat melaut : pancing ulur	71
6.	Kapal yang digunakan saat melaut, diperoleh dari : beli sendiri	70
7.	Jenis ikan yang sering didapatkan setiap kali melaut : ikan tuna	43
8.	Frekuensi melaut nelayan dalam sebulan : 20 - 25 kali	25
9.	Pendapatan setiap kali melaut : < 1 juta	66
10.	Penghasilan bersih setiap kali melaut : < Rp. 2 juta	75
11.	Modal yang dibutuhkan setiap kali melaut : < 1 juta	68
12.	Modal yang digunakan setiap kali melaut beasal dari : modal sendiri	66

No	Indikator	Rataan Jumlah
13.	Bantuan yang diberikan pemerintah berupa modal	39
14.	Kendala yang dihadapi selama melaut : cuaca buruk	43
15.	Solusi yang digunakan untuk mengatasi masalah setiap kali melaut : tidak melaut	44
16.	Kegiatan yang dilakukan jika tidak melaut : memperbaiki alat tangkap	43
17.	Hasil tangkapan dijual ke : pengusaha/pengumpul	39
18.	Kota tujuan penjualan ikan : kota gorontalo	55
19.	Rata-rata harga ikan perkilogram yang dijual nelayan : < Rp. 10.000	81
20.	Informasi harga ikan diperoleh dari : koperasi	53
21.	Apakah anda mendapat bantuan dari pemerintah : pernah	62
22.	Bantuan pemerintah, setelah nelayan memperoleh hasil tangkap berupa : alat kemasan	16
23.	Bantuan alat/mesin yang diberikan pemerintah dalam bentuk : sistem bagi hasil	36
24.	Jika anda mendapat bantuan modal, modal tersebut dalam bentuk : pinjaman	43
25.	Jumlah modal yang diberikan pemerintah : < Rp. 3 juta	53
26.	Kendala yang sering dihadapi setelah memperoleh hasil tangkapan : kesulitan untuk memperoleh alat konteiner (penyimpanan ikan)	58
27.	Solusi apa yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi : menyediakan es/pengasapan	37
28.	Alat angkut yang digunakan untuk memasarkan hasil tangkapan : truck/mobil bak terbuka dari pengumpulan tanpa biaya sewa	44

Sumber : Data olahan, 2009

Secara agregat rata-rata usia nelayan yakni 30-39 tahun, kapasitas kapal yang digunakan yakni < 250 kg dengan jumlah tangkapan ikan sebesar < 250 kg. Rataan alat tangkap yang digunakan para nelayan yakni pancing ulur sehingga hasil tangkapan yang diperoleh tidak maksimal dan tidak sebanding dengan potensi perikanan tangkap di Propinsi Gorontalo. Hal ini dapat dimaklumi karena para nelayan di Propinsi Gorontalo masih menggunakan alat tangkap yang sangat sederhana dan cenderung tradisional. Disamping itu peran pemerintah, BUMD, Koperasi dan lembaga ekonomi perdesaan untuk membantu para nelayan belum maksimal.

## Bab 11

# Potensi dan Peluang Investasi Serta Usaha di Sektor Pertanian, Peternakan dan Perikanan

### A. Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Pertanian

Sektor pertanian menjadi salah satu andalan Pembangunan Nasional maupun Regional dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan rakyat, mengurangi kemiskinan, penyediaan produksi kebutuhan pangan, perolehan devisa melalui ekspor. Mengingat peran sektor pertanian sangat strategis dalam pembangunan ekonomi maka pemerintah propinsi Gorontalo memilih pertanian sebagai sektor unggulan dalam memacu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat khususnya petani sekaligus menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi daerah dalam program Agropolitan.

Program Agropolitan merupakan program pembangunan perkotaan yang berbasis pada sektor pertanian mendapat respon yang sangat positif dari para petani, masyarakat dan *stakeholders*. Dimana program agropolitan ini telah memicu

peningkatan produksi jagung sekaligus pendapatan dan kesejahteraan masyarakat khususnya para petani, serta memiliki dampak pada pengembangan lain. Program agropilitan yang berbasis pada sektor pertanian khususnya jagung menjadi Gorontalo dikenal di tingkat nasional maupun di tingkat internasional.

Propinsi Gorontalo memiliki luas wilayah yakni 12.215,44 km<sup>2</sup> (1.221.544 Ha) atau 0,64% dari luas wilayah Indonesia yang terdiri dari 5 kabupaten dan 1 kota serta memiliki jumlah penduduk 978.896 jiwa (DPKP, 2009). Dari luas wilayah Propinsi Gorontalo tersebut terdapat potensi lahan 419.183 Ha yang terdiri lahan kering 390.929 Ha dan sawah 28.254 Ha yang tersebar di wilayah kabupaten/kota, sebagai berikut :

Tabel 5. Potensi Lahan Pertanian

No	Kabupaten dan Kota	Lahan Kering (Ha)	Lahan Sawah (Ha)	Total (Ha)
1	Boalemo	88.668	3.981	92.649
2	Gorontalo	108.123	13.216	121.339
3	Pohuwato	105.279	3.035	108.314
4	Bone Bolango	40.720	1.840	42.560
5	Gorontalo Utara	46.673	5.242	51.915
6	Kota Gorontalo	1.466	940	2.406
Propinsi Gorontalo		390.929	28.254	419.183

Sumber : Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2009

Dari data lahan yang tersebut di atas potensial untuk pengembangan jagung yakni 220.406 Ha dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 6. Potensi Lahan Untuk Pengembangan Jagung

No	Kabupaten dan Kota	Potensi (Ha)	Sudah Dimanfaatkan (Ha)	Belum Dimanfaatkan (Ha)
1	Boalemo	64.127	27.500	36.627
2	Gorontalo	55.545	27.526	28.019
3	Pohuwato	63.155	31.000	32.155
4	Bone Bolango	15.122	2.000	13.122
5	Gorontalo Utara	22.032	10.918	11.114
6	Kota Gorontalo	425	232	193
Propinsi Gorontalo		220.406	99.176	121.230

Sumber : Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2009

Dengan potensi lahan yang cukup besar, maka wajar kiranya tanaman jagung menjadi salah satu komoditas yang perlu mendapat perhatian untuk dikembangkan disamping memiliki lahan potensial, jagung juga menjadi salah satu pilar utama ketahanan pangan bagi masyarakat Propinsi Gorontalo setelah tanaman padi. Trend peningkatan produksi dan pertumbuhan komoditi jagung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Trend produksi dan pertumbuhan komoditas jagung di Propinsi Gorontalo

No.	Tahun	Produksi (ton)	Pertumbuhan (%)
1	2001	81.720	0
2	2002	130.251	59,39
3	2003	183.998	41,26
4	2004	251.223	36,54
5	2005	400.046	59,24
6	2006	416.222	4,04
7	2007	572.785	37,62
8	2008	753.598	31,57
Rataan		348.730,38	33,71

Sumber : Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2009

Adanya trend produksi jagung dan pertumbuhan yang terus mengalami peningkatan, hal ini tidak terlepas dari dukungan positif pemerintah dan masyarakat yang dibarengi dengan adanya revitalisasi disektor pertanian dan harga jagung yang terus membaik ditingkat petani dari Rp. 400 - Rp. 500/kg (2001), saat ini telah mencapai Rp. 1.900 - Rp. 2.000/kg. Ini berarti jagung memiliki prospek ekonomi untuk terus dikembangkan. Propinsi Gorontalo dengan program unggulan agropolitan jagung berpeluang memenuhi kebutuhan jagung dalam negeri maupun kebutuhan ekspor. Sasaran produksi jagung Gorontalo yakni 1 juta ton. Berdasarkan tabel 4 pada tahun 2008 produksi jagung baru mencapai 753.598 ton dengan laju pertumbuhan 31,57 persen yang ditopang dengan ketersediaan lahan yang telah dimanfaatkan 99.176 Ha (44,99 persen) dari luas potensi lahan seluas 220.406 Ha. Dengan demikian, pengembangan budidaya komoditas jagung masih sangat besar.

Adapun ruang lingkup investasi komoditas jagung di Propinsi Gorontalo, yakni (Badan Investasi Daerah, 2009):

1. Pengembangan budidaya jagung. Setiap klaster seluas 500-1000 Ha dengan produktivitas minimal 6 ton pipilan kering per hektar. Pola pengusahaan dapat berbentuk : (1) Inti-plasma dimana inti seluas minimal 50 Ha dan plasma minimal 450 Ha; (2) perusahaan dimana seluruh areal dikelola swasta; dan (3) kemitraan antara swasta dengan BUMD dengan estimasi biaya investasi minimal Rp. 1 Milyar.
2. Pembangunan fasilitas pengeringan dan gudang jagung. Swasta membangun fasilitas pengeringan (*dryer*) dan gudang (*silo*) jagung untuk tujuan perdagangan baik antar pulau maupun ekspor. Estimasi biaya investasi sebesar minimal Rp. 3 Milyar.
3. Pembangunan industri pengolahan produk-produk

jagung. Industri jagung di bangun di daerah sentra produksi jagung. Produk-produk yang diolah seperti bioetanol, minyak jagung, pupuk organik dan lain-lain. Estimasi biaya investasi sebesar minimal Rp. 2 Milyar.

Jadi dapat dikatakan secara total estimasi biaya investasi untuk pengembangan komoditas jagung di Propinsi Gorontalo yakni minimal Rp. 6 Milyar.

## **B. Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Peternakan**

Daging sapi merupakan salah satu komoditas peternakan penting dan strategis di Indonesia. Terdapat berbagai alasan yang membuat daging sapi memiliki peran penting dan strategis yaitu : (1) pengembangan komoditas daging sapi sebagai bagian dari subsektor peternakan berpotensi menjadi sumber pertumbuhan baru bagi peningkatan PDB sektor pertanian; (2) terdapat pertumbuhan jumlah rumah tangga yang terlibat dalam usaha peternakan dimana usaha sapi potong memberikan kontribusi terbesar (Ditjenak, 2008 dalam BPS 2008).

Pemerintah propinsi Gorontalo menempatkan daging sapi (sapi potong) sebagai salah satu komoditas unggulan sebagai komoditas ikutan dari komoditas jagung sebab kontribusi sub sektor peternakan dalam pembentukan PDRB Propinsi Gorontalo sekitar 4,48 persen dan menempati posisi ketiga setelah tanaman bahan makanan dan perkebunan yang didukung dengan program agropolitan pemerintah propinsi Gorontalo dengan program satu juta ton jagung dan seribu ton padi dapat disinergikan untuk mengoptimalkan produksi ternak dengan memanfaatkan limbahnya. Selanjutnya untuk pencapaian target 1 juta ekor ternak sapi diterapkan pola 234 yakni lahan 2 Ha jagung 3 kali panen/tahun dan 4 ekor ternak sapi untuk setiap petani di Gorontalo.

Jika dilihat dari sisi masyarakat yang menggeluti usaha di sub sektor peternakan, beternak sapi adalah pilihan utama bagi kebanyakan rumah tangga peternak di Propinsi Gorontalo. Kelompok peternak sapi yang jumlah mencapai 660 kelompok peternak (Dinas Perkebunan dan Peternakan, 2008).

Adapun populasi ternak dan unggas di Propinsi Gorontalo disajikan pada tabel 8.

Tabel 8. Populasi Ternak dan Unggas di Propinsi Gorontalo

No.	Jenis Ternak	Populasi (ekor)	
		2006	2007
1	Sapi potong	210.694	211.088
2	Kambing	96.568	111.098
3	Babi	6.780	8.448
4	Kuda	8.052	8.492
5	Ayam Buras	1.124.268	1.319.404
6	Ayam Ras Petelur	120.826	147.330
7	Ayam Ras Pedaging	384.219	401.922
8	Itik	58.711	70.957

Sumber : BPS Prop. Gorontalo, 2008

Berdasarkan tabel 8, populasi komoditas sapi potong mengalami peningkatan sebesar 394 ekor (0,18 %). Sapi merupakan komoditas ternak yang sangat potensial dikembangkan di Propinsi Gorontalo. Dengan ketersediaan bahan baku pakan yang cukup besar, maka sapi di Gorontalo dapat dikembangkan sampai 3-4 kali populasi yang ada saat ini sebanyak 226.969 ekor menjadi sebanyak 600.000 - 1.000.000 ekor. Dengan demikian perlu ada peningkatan populasi sebesar 400.00-700.000 ekor (Olilingo, 2009).

Propinsi Gorontalo memiliki potensi investasi yang cukup besar untuk pengembangan komoditas unggulan, dimana sapi merupakan salah satu komoditas unggulan dari

sektor rumpun pertanian sehingga rumpun pertanianlah yang menjadi peluang. Tabel 9 menunjukkan potensi dan peluang investasi untuk setiap komoditas unggulan yang merupakan sektor rumpun pertanian.

Tabel 9. Potensi dan Peluang Pengembangan

No.	Sektor/ Komoditas	Potensi	Terolah	Peluang
1.	Pertanian/ Perkebunan			
	Jagung	185.612 Ha	118.815 Ha	66.797 Ha
	Padi	93.667,36 Ha	28.260 Ha	65.417,36 Ha
	Kelapa	64.088 Ha	60.693 Ha	3.395 Ha
	Kakao	102.275 Ha	9.396 Ha	92.879 Ha
2.	Perikanan			
	Tangkap	1.046.060 ton	62.921 ton	983.139 Ha
	Budidaya	80.000 ton	30.870 ton	49.130 Ha
3.	Kehutanan			
	Hutan	826.378,12 Ha	276.378,12 Ha	550.000 Ha
	Aren	791 Ha	514 Ha	277 Ha
4.	Peternakan			
	Sapi	1.000.000 ekor	226.969 ekor	773.031 ekor
5.	Pertambangan			
	Emas	500 ton	59,3 ton	440,7 ton
	Andesit	1.122.500 ton	375.166,75 ton	747.333 ton

Sumber : Olilingo, 2009

### C. Potensi dan Peluang Investasi serta Usaha di Sektor Perikanan

#### a. Potensi dan Peluang Bidang Perikanan Penangkapan (Laut dan Perairan Umum)

Di bidang perikanan tangkap, dengan jumlah keseluruhan

garis pantai sepanjang 590 km dan jumlah luas wilayah perairan laut sebesar 50.500 km<sup>2</sup>, dengan 2 (dua) Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) yaitu WPP Teluk Tomini hingga Laut Seram dan WPP Laut Sulawesi hingga Samudera Pasifik memiliki potensi perikanan yang cukup besar yaitu perkiraan jumlah ikan laut (pelagis dan demersal) sebesar 1.226,090 ton/tahun. Teluk Tomini mempunyai potensi besar sebagai perairan yang mempunyai kekayaan hayati yang disinyalir terlengkap di dunia. (DPK Propinsi Gorontalo, 2007).

Tabel 10. Prakiraan Panjang Garis Pantai Propinsi Gorontalo

No	Perairan	Panjang pantai	
		Miles	Km
1	Teluk Gorontalo (Pantai Selatan)	145,50	270
2	Laut Sulawesi (Pantai Utara)	172,40	320
	Jumlah	317,90	590

Sumber : DPK Propinsi Gorontalo, 2007

Tabel 11. Prakiraan Luas Perairan dan Potensi Sumber Daya Perikanan

No	Perairan	Luas	Jenis Ikan			Jumlah	Pe-manfaat
			Pelagis besar	Pelagis kecil	De-mersal		
1.	Teritorial (12 mil)						
	Teluk Gorontalo	7.400	6.660	12.876	13.024	32.560	
No	Perairan	Luas	Jenis Ikan			Jumlah	Pe-manfaat
			Pelagis besar	Pelagis kecil	De-mersal		
	Laut Sulawesi	3.100	2.790	5.394	5.456	13.640	
2.	ZEE						

No	Perairan	Luas	Jenis Ikan			Jumlah	Pe-manfaat
			Pelagis besar	Pelagis kecil	De-mersal		
	Laut Sulawesi	40.000	36.000	10.000		46.000	
	<b>Jumlah</b>	<b>50.500</b>	<b>45.450</b>	<b>28.270</b>	<b>18.480</b>	<b>92.200</b>	<b>27.39</b>
3.	Seluruh Teluk Gorontalo	156.840	106.510	379.440	83.840	569.790	

Sumber : DPK Propinsi Gorontalo, 2007

Tabel 12. Potensi Perikanan Tangkap di Laut dan Tingkat Pemanfaatannya

Jenis Sumberdaya Ikan	WPP Teluk Tomini-Laut Seram			WPP Teluk Sulawesi-S. Pasifik		
	Potensi (ton/thn)	Pe-manfaatan (ton/thn)	%	Potensi (ton/thn)	Pe-manfaatan (ton/thn)	%
1 Pelagis Besar	106.510	37.460	34,17	175.260	153.430	87,54
2 Pelagis Kecil	379.440	119.430	31,48	384.750	62.450	16,23
3 Demersal	88.840	32.140	36,18	54.860	15.310	27,91
4 Udang Penaeid	900	1.110	123,33	250	2.180	872,00
5 Ikan Karang Konsumsi	12.500	4.630	37,04	14.500	2.210	15,24
6 Lobster	300	20	6,67	400	40	10,00
7 Cumi-cumi	7.130	2.860	40,11	450	1.490	331,11
Jumlah	595.620	197.650	33,18	630.470	237.110	37,61

Sumber : DPK Propinsi Gorontalo, 2007

Tabel 13. Potensi Perikanan Tangkap Perairan Umum

Luas (Ha)	Produksi (ton/thn)	Perairan
Danau Limboto	12	30

Sumber : DPK Propinsi Gorontalo, 2007

Adapun peluang investasi untuk bidang penangkapan meliputi penambahan armada diarahkan untuk menjangkau potensi sumber daya ikan yang berada pada perairan 12 mil ke atas, dan sesuai dengan teknologi penangkapan unggulan yang sudah terdapat di daerah setempat, seperti pukat cincin (*purse seine*), rawa tuna (*long line*), huhate (*pole and line*), pancing ulur (*handline*). Penambahan armada ini diklasifikasikan sebagai berikut:

- Pole and line/hand line/long line 30 GT sebanyak 61 unit
- Purse seine 30 GT sebanyak 416 unit
- Lampara Dasar/Rawai Dasar 10 GT sebanyak 311 unit

b. Budidaya (Air Tawar, Air Payau, Laut)

a). Budidaya Laut

Pengembangan budidaya laut di Gorontalo diarahkan ke kabupaten Pohuwato, Boalemo dan Gorontalo Utara meliputi budidaya kerapu, rumput laut, teripang dan mutiara. Dengan potensi yang cukup tinggi sebesar 25.050 Ha (275.280 ton/tahun) masih belum diimbangi dengan pemanfaatan yang optimal (baru sekitar ± 60Ha). Produksi budidaya rumput laut sebesar 850 Ha dengan produksi sebesar 4.250 ton/ha/tahun, kerang mutiara (2,5 Ha) (produksi belum terdata) dan ikan kerapu ± 2,0 Ha dengan produksi sebesar 8 ton/tahun. Ini menjadi suatu peluang investasi karena produk budidaya laut

bernilai ekonomis cukup tinggi. Sebagai contoh ikan kerapu (*cromileptes altivelis*) di restoran Hongkong mencapai 200 US\$ per porsi.

b). Budidaya Air Payau

Potensi untuk pengembangan budidaya air payau sebesar 10.900 Ha (59.770 ton/tahun). Areal yang sudah dimanfaatkan dan berproduksi baru seluas ± 1.145Ha dengan produksi rata-rata sebesar 1.800 ton/tahun. Produksi budidaya air payau ini meliputi bandeng (*chance chanos*), udang windu (*peneus monodon*), kepiting (*scya serrata*). Khusus untuk budidaya bandeng, pemenuhan kebutuhan nener dapat disuplai dan alami, karena Provinsi Gorontalo terkenal dengan daerah penghasil nener alami yang cukup besar, bahkan selama ini nener yang dihasilkan sebagian besar dipasarkan keluar daerah (pulau Jawa).

c). Budidaya Air Tawar

Luas daerah yang tersedia untuk pengembangan usaha budidaya ikan di kolam ± 250 Ha dengan tingkat pemanfaatan yang masih relatif rendah ± 50 Ha dengan produksi sebesar 37.125 Ton/tahun. Jenis ikan yang dibudidayakan terdiri dari jenis ikan Nila (*oreochromis nilotica*), Mujair (*tilapia mossombica*), Gurame (*osphronemus guramy*) dan ikan Mas (*cyprinus carpio*).

Potensi pengembangan budidaya ikan di sawah (minapadi) diperkirakan seluas 600 Ha. Dalam tahun 2006 lahan sawah yang telah dimanfaatkan untuk kegiatan mina padi tercatat baru mencapai ± 75 Ha atau 12,5 % dan potensi lahan yang ada dengan produksi sebesar 67,5 Ton/tahun. Potensi pengembangan budidaya ikan di perairan umum

cukup besar yang meliputi usaha budidaya ikan di danau, sungai dan rawa. Dilihat dari potensi yang ada yaitu ± 150 Ha dengan tingkat pemanfaatan yang masih relatif kecil (± 30 Ha) masih terbuka peluang untuk pengembangan usaha ini.

Tabel 14. Produksi Perikanan Budidaya Menurut Kab/Kota di Propinsi Gorontalo

No	Jenis Budidaya	Kb Gorontalo		Bonbol		Boalemo		Pehuwato		Kt Gorontalo		Jumlah	
		Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun
1.	Budidaya Laut												
	a.Rumput Laut	83.200.00	1.600.00	36.800.00	105.600.00	800.00	228.000.00						
	b.Ikan Laut	13.600.00	80.00	12.000.00	21.600.00	-	47.280.00						
	c.Mutiara	-	-	-	-	-	-						
	d.Komoditi Lainnya	-	-	-	-	-	-						
		96.800.00	1.680.00	48.800.00	127.200.00	800.00	275.280.00						
2.	Budidaya Air Payau												
	Tambak												
	a.Udang	1.120,00	-	-	12.800.00	-	13.920.00						
	b.Bandeng	1.575.00	-	17.500.00	26.775.00	-	45.850.00						
		2.695.00	-	17.500.00	39.575.00	-	59.770.00						
3.	Budidaya Air Tawar												
	a.Kolam	300.00	315.00	45.00	60.00	30.00	750.00						
	b.Mina Padi	120.00	184.00	16.00	40.00	120.00	480.00						
	c.KJA	48.00	-	-	-	2.904.00	2.952.00						

No	Jenis Budidaya	Kb Gorontalo		Bonbol		Boalemo		Pohuwato		Kt Gorontalo		Jumlah	
		Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun	Ton/tahun
	d.Keramba	8.00	16.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24.00
	e.Perairan Umum	-	-	-	-	-	-	-	-	12.00	-	-	12.00
		375.00	515.00	61.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	3.066.00	3.066.00	4.218.00	4.218.00
		99.971.00	2.195.00	66.361.00	166.875.00	166.875.00	166.875.00	166.875.00	166.875.00	3.866.00	3.866.00	339.268.00	339.268.00

Sumber : DPK Propinsi Gorontalo, 2007

## BAB 12

### Kebijakan dan Peraturan Pemerintah Daerah di Bidang Pertanian, Peternakan dan Perikanan Dalam Kerangka Otonomi Daerah

Dalam Undang-Undang 22/1992 telah memberikan sebagian besar kebijakan pembangunan, kewenangan, tanggung jawab, perencanaan dan pengelolaan pembangun kepada pemerintah daerah. Pemberian kebijakan dan tanggung jawab kepada pemerintah daerah harus dibarengi dengan perwujudan peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat yang semakin baik, pengembangan kehidupan demokrasi, keadilan, dan pemerataan serta pemeliharaan hubungan yang serasi antara Pusat dan Daerah serta antar daerah dalam rangka menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada hakekatnya pemberian kebijakan dan tanggung jawab ini didasarkan atas keyakinan bahwa pemerintah daerah memiliki kemampuan dan potensi untuk merencanakan serta mengelola pembangunan secara mandiri serta lebih mengenal kemampuan, potensi

dan keunggulan daerahnya. Pelaksanaan UU 22/1999 yang disandingkan dengan UU 25/1999 dan UU 33/2004 tentang perimbangan keuangan pusat dan daerah, hal ini memberikan ruang gerak yang cukup luas bagi pemerintah daerah untuk lebih berinovasi dalam memanfaatkan potensi dan keunggulan daerah untuk meningkatkan pendapatan daerah, pelayanan dan kesejahteraan masyarakatnya.

Peningkatan pendapatan daerah menjadi salah satu isu sentral pada awal pelaksanaan UU 22/1999, UU 25/1999 dan UU 33/2004, maka pemerintah daerah dipacu agar berinovasi untuk menggali segala sesuatu yang memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan daerah baik melalui pajak, retribusi maupun pungutan lainnya termasuk dari sektor pertanian, peternakan dan perikanan.

Propinsi Gorontalo menempatkan sektor pertanian, peternakan dan perikanan sebagai sektor primadona untuk memacu pembangunan daerah dengan menerapkan konsep pembangunan agropolitan yang berbasis pada komoditas unggulan. Komoditas unggulan yang terdiri dari jagung, sapi potong dan ikan laut termasuk ikan beku menjadi salah satu isu sentral pembangunan yang dapat dijadikan untuk meningkatkan pendapatan daerah secara umum dan peningkatan kesejahteraan petani, peternak dan nelayan secara khusus. Oleh karena itu, sudah selayaknya pemerintah Propinsi Gorontalo memberikan perhatian yang serius terhadap tiga komoditas unggulan ini baik pada sistem penanganan dan pengolahan produk, penetapan harga, distribusi, membina relasi antara produsen konsumen, sistem perdagangan hasil pertanian, peternakan dan perikanan dimana kebijakan, peraturan, retribusi dan pungutan yang memiliki keterkaitan dengan sistem penanganan dan pengolahan produk, penetapan harga, distribusi maupun sistem perdagangan hasil pertanian harus dipertimbangkan dampaknya terhadap produsen di wilayah produksi dan

konsumen serta efisiensi perdagangan.

Lokasi produksi pertanian, peternakan dan perikanan umumnya berada jauh dari lokasi konsumen sehingga distribusi dan pemasaran hasil pertanian, peternakan dan perikanan seringkali harus melintasi wilayah antar kabupaten/kota untuk sampai ke lokasi konsumen. Dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), pemerintah kabupaten/kota menetapkan berbagai peraturan tentang retribusi dan pungutan yang dikaitkan dengan sistem distribusi dan pemasaran produk pertanian, peternakan dan perikanan yang melintasi dan diperdagangkan didaerahnya.

Peraturan tentang retribusi, pungutan, distribusi dan pemasaran produk hasil pertanian, peternakan dan perikanan ini merupakan produk hukum pemerintah daerah harus diperhatikan dengan serius agar tidak saling tumpang tindih dan tidak bertentangan dengan produk hukum pemerintah pusat yang dapat menyebabkan ekonomi biaya tinggi sehingga merugikan dan membebani pelaku usaha. Dalam kurun waktu 2005 hingga 2009 Pemerintah Propinsi Gorontalo telah menghasilkan sebanyak 65 produk Perda dan hanya 6 (9,2%) produk Perda yang mengatur tentang pertanian, peternakan dan perikanan. Sementara dalam kurun waktu tersebut tidak ada satupun produk Perda Pemerintah Propinsi Gorontalo yang mengatur tentang retribusi, pungutan, distribusi dan pemasaran produk hasil pertanian, peternakan dan perikanan. Akan tetapi ketidakadaan Perda ini pemerintah Propinsi Gorontalo mengantisipasinya dengan Keputusan dan Peraturan Gubernur, dimana Keputusan dan Peraturan Gubernur ini mengatur tentang produktivitas, mutu, lembaga ekonomi perdesaan, dan pemasaran hasil pertanian, peternakan dan perikanan.

Menindaklanjuti Keputusan dan Peraturan Gubernur, maka Pemerintah Gorontalo melalui dinas, badan dan lembaga teknis yang memiliki keterkaitan dengan bidang

pertanian, peternakan dan perikanan menerapkan beberapa kebijakan, strategi dan arah pengembangan beberapa unggulan untuk memacu pembangunan di bidang pertanian, peternakan dan perikanan, yakni :

1. Menawarkan berbagai kemudahan untuk berinvestasi dengan menghapus berbagai retribusi yang terkait dengan pergerakan ekonomi riil, seperti memfasilitasi transportasi komoditas. Dengan demikian, komoditas yang diperlukan investor bisa diterima dengan harga murah.
2. Menghapus berbagai retribusi dan pungutan pada sektor ekonomi riil yang menyebabkan ekonomi biaya tinggi.
3. Ada jaminan dan kepastian serta kesinambungan program pembangunan yang fokus pada komoditas unggulan daerah.
4. Mengembangkan industri pengelolaan komoditas unggulan, untuk memberi nilai tambah pada komoditas sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani, peternak dan nelayan.
5. Untuk meningkatkan investasi Pemerintah Provinsi Gorontalo melalui Perda No. 02 Tahun 2004 Tentang Pokok-Pokok Kemudahan Penanaman Modal di Provinsi Gorontalo dengan memberikan kemudahan pelayanan dan perizinan kepada investor.
6. Meningkatkan pendapatan & kesejahteraan petani, peternak dan nelayan melalui peningkatan produktivitas dan produksi dengan optimalisasi pemanfaatan lahan & sumber daya produksi pertanian, peternakan dan perikanan.
7. Meningkatkan nilai tambah produksi & daya saing melalui aplikasi teknologi *pre harvest*, *harvest* & *post harvest* serta menata keterkaitan usaha *on farm* & *off farm* menjadi sinergis

8. Meningkatkan ketersediaan bahan pangan di setiap kecamatan untuk membangun ketahanan pangan masyarakat.
9. Memperlancar jalur distribusi produk, pemasaran dan jaminan stabilisasi harga untuk setiap komoditas unggulan pertanian, peternakan dan perikanan.
10. Mensinergikan dan integrasikan program pengembangan antar komoditas unggulan dengan program *zero waste*.
11. Penyediaan Dana Penjaminan Petani, Peternak dan Penyediaan Benih Unggul, Pupuk dan Pengendalian Hama/Penyakit.
12. Mengadakan bantuan ternak dan program pengembangan hewan ternak serta memfasilitasi pengadaan alat tangkap nelayan.

## Bab 13

# Kelembagaan dan Kepemimpinan Daerah

Berdasarkan Perda No. 5, 6 dan 7/2007 tentang pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah, Dinas dan Lembaga Teknis di Propinsi Gorontalo, maka paling tidak ada 2 biro, 4 dinas dan 2 lembaga yang memiliki tanggung jawab dan kewenangan untuk mendukung pembangunan dan pengembangan program agropolitan baik di bidang pertanian, peternakan maupun perikanan. Biro, dinas dan lembaga ini memiliki komitmen, program dan rencana strategis yang jelas dalam mendukung serta mensukseskan program agropolitan yang tertuang pada rencana strategis masing-masing. Komitmen biro, dinas dan lembaga ini sangat sinkron dengan komitmen pimpinan daerah untuk memajukan masyarakat Gorontalo melalui pembangunan pertanian yang juga mendapat sambutan, dukungan yang sangat baik dari seluruh lapisan masyarakat Gorontalo. Pimpinan daerah saat ini memiliki pengaruh yang sangat besar karena memiliki visi dan kredibilitas yang tinggi di mata masyarakat. Sebagian besar masyarakat Gorontalo beranggapan bahwa sosok pimpinan daerah (Gubernur DR. Ir. Fadel Muhammad) memenuhi syarat untuk menjadi pemimpin karena pada diri gubernur terdapat tiga aspek

sekaligus, yakni kharisma, integritas dan kemampuan teknis sebagai manajer pembangunan pertanian.

Kemampuan mendekati masyarakat melalui kepiawaian berkomunikasi dengan bahasa agama masyarakat (Islam) menjadikan sosok gubernur sangat dikenal sebagai pribadi yang arif, bersahaja dan patut dihormati serta dijadikan panutan masyarakat. Selain itu sikap merakyat (*egalitarian*) merupakan salah satu bagian yang esensial penerimaan masyarakat secara emosional. Masyarakat mengakui bahwa sosok kepemimpinan daerah saat ini berasal dari kalangan pengusaha dan politisi ulung, hal ini memberikan kebanggaan dan angin segar untuk melakukan pembaharuan serta perubahan dalam tatanan masyarakat pertanian, peternakan dan perikanan di Propinsi Gorontalo. Pendekatan dan pengimplementasian pola *enterprenurial* dan *clean and good government* dalam pemerintahan menjadikan penyelenggaraan pemerintahan mempunyai nilai tawar untuk membangun daya saing dan inovasi masyarakat Gorontalo.

Kinerja aparat dan kelembagaan pemerintah merupakan unsur kemajuan pembangunan daerah. Kompetensi aparat dan lembaga pemerintahan propinsi dan kabupaten/kota dipacu untuk memberikan pelayanan publik yang prima dalam bentuk peningkatan kemajuan di sektor pertanian, peternakan, perikanan dan kesejahteraan rakyat dengan sedapat mungkin menghindari regulasi ekonomi biaya tinggi dan regulasi yang tidak perlu. Aparat kelembagaan pemerintah didorong untuk membangun dan menciptakan *public value* melalui seluruh kegiatan birokrasi dan kegiatan penyelenggaraan pemerintahan. Budaya transparansi pada masyarakat terus dirancang sebagai elemen penting dalam sistem reformasi birokrasi untuk menghindari sistem birokrasi yang kaku dan tertutup sehingga transparansi birokrasi memberikan kesempatan yang seluas-luasnya

kepada masyarakat untuk berpartisipasi secara intensif dalam penyelenggaraan birokrasi dan perwujudan pemerintahan yang bersih serta akuntabel. Tata pemerintahan yang bersih dan penegakan supermasi hukum menjadi suatu yang penting dan krusial dalam pembangunan pertanian, peternakan dan perikanan di Propinsi Gorontalo. Pembangunan sektor pertanian dan subsektor peternakan serta perikanan dengan program komoditas unggulan benar-benar diarahkan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perhatian dan keseriusan pemerintah untuk menempatkan pembangunan sektor pertanian dan subsektor peternakan serta perikanan tercermin pada visi pembangunan yakni Gorontalo sebagai propinsi inovasi. Guna mewujudkan ambisi pembangunan yang dilandasi oleh sektor pertanian, peternakan dan perikanan sebagai primer mover, maka didatangkan dan mengundang tenaga ahli dari berbagai subsektor pertanian untuk membantu membangun pertanian di Gorontalo.

Kepiawaian pimpinan daerah mensinergikan dan mengkomunikasikan program-program pembangunan pertanian secara lugas serta sederhana kepada masyarakat menjadikan pembangunan pertanian, peternakan dan perikanan di Gorontalo berhasil dengan baik sehingga menimbulkan kepercayaan (*trust*) dan tempat di hati masyarakat petani, peternak dan nelayan. Keberhasilan pembangunan ini dilatarbelakangi keseriusan dibentuknya sistem penyelenggaraan dan manajemen lembaga pemerinatah untuk membangun pertanian, peternakan dan perikanan dengan benar. Kurang lebih enam tahun Propinsi Gorontalo telah mendapat *brand image* di dunia internasional dan nasional sebagai propinsi penghasil komoditas pertanian dengan kualitas tinggi khususnya jagung sebagai pakan ternak. Propinsi Gorontalo membangun salah satu pusat pengembangan jagung berskala dunia yaitu *Gorontalo International Maize Information Center* (GMIC). Disamping

itu dibangun pula jaringan kerja agribisnis jagung hulu-hilir berskala internasional dengan melibatkan beberapa negara yakni : Jepang, Filipina, Korea dan Malaysia.

Saat ini ekspor jagung Gorontalo mencapai hampir dua kali lipat dari jumlah produksi lokal. Gorontalo hingga kini mengalami kekurangan dan kesulitan memenuhi permintaan jagung dari negeri-negera seperti Korea, Jepang, Malaysia dan Filipina. Untuk mensiasati dan memenuhi permintaan ekspor, maka pemerintah Gorontalo melalui BUMD (PT Gorontalo Fitrah Mandiri) membeli jagung dari propinsi yang berdekatan, meningkatkan produksi lokal sebesar 50 persen dari produk sebelumnya dan membentuk konsep agropolitan berskala kawasan dengan membuat jaringan CCB (*Celebes Corn Belt*).

Di balik kemajuan pertanian tidak dibarengi dengan kemajuan subsektor peternakan dan perikanan. Kemajuan dan perkembangan pertanian di Propinsi Gorontalo belum menggambarkan kemajuan pembangunan pertanian secara ideal seperti keinginan masyarakat. Kelemahan utama pembangunan pertanian di Propinsi Gorontalo yakni ketidakakuratan data dan kerbatasan infomasi hasil pertanian serta transformasi teknologi ke arah industrialiasi pengolahan hasil pertanian yang berbasis pada kearifan lokal masyarakat perdesaan. Penanganan kemajuan pertanian Gorontalo masih terkesan tersekat-sekat dan tidak mengutamakan peran petani atau pelaku ekonomi perdesaan secara utuh. Keorganisasi petani dan lembaga modal finansial untuk pengembangan industrialisasi pertanian di perdesaan belum ditangani secara profesional sesuai karakter usaha di bidang pertanian.

## Bab 14

# Existing Strategi dan Kebijakan Pemasaran Komoditas Jagung, Sapi Potong dan Ikan Beku

### A. Komoditas Jagung

Komoditas jagung merupakan salah satu sumber makanan pokok masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Gorontalo, dimana jagung menempati urutan kedua sebagai pilihan sumber karbohidrat setelah beras. Disamping itu, komoditas jagung sudah menjadi pilar penyangga peningkatan ketahanan pangan utama masyarakat Gorontalo setelah padi dan telah ditetapkan oleh Propinsi Gorontalo sebagai komoditas unggulan.

Pemerintah Gorontalo menempatkan jagung sebagai salah satu komoditas yang diunggulkan dan terus dikembangkan. Sentra-sentra pengembangan komoditas jagung ini berada di beberapa kabupaten/kota yakni Kabupaten Boalemo, Kabupaten Pohuwato, Kabupaten Gorontalo, dan Kabupaten Bone Bolango. Sementara di wilayah Kota Gorontalo sentra pengembangan komoditas jagung, dikembangkan secara terbatas di kelurahan Bulotadaa. Produk jagung dalam bentuk jagung pipilan selain dipasarkan untuk

konsumsi pangan, juga bisa menjadi bahan pakan ternak. Kabupaten Boalemo, Kabupaten Pohuwato, Kabupaten Gorontalo, dan Kabupaten Bone Bolango juga merupakan sentra-sentra bagi komoditas peternakan, khususnya sapi termasuk sapi potong. Secara holistik terdapat keterpaduan antar komoditas merupakan salah satu alternatif yang bisa dikembangkan. Usaha yang terintegrasi ini dapat menjadi peluang investasi yang menarik untuk dilakukan, seperti mengintegrasikan usaha antara jagung dan ternak sapi. Dengan mengintegrasikan dua komoditas unggulan ini akan saling mengoptimalkan usahatani dimana komposnya yang berasal dari kotoran ternak bisa untuk pupuk jagung dan biogas sedangkan limbah jagung bisa dijadikan pakan ternak. Model pengintegrasian kedua komoditas unggulan ini telah diperkenalkan oleh pemerintah Propinsi Gorontalo dengan sebutan model pengembangan ternak Dji Sam Soe. Konsep peternakan model ini yakni menuju kecukupan ternak lestari dengan pola 2 (dua) hektar jagung, di panen 3 (tiga) kali dan menghidupi 4 (empat) ekor sapi (Muhammad, 2009).

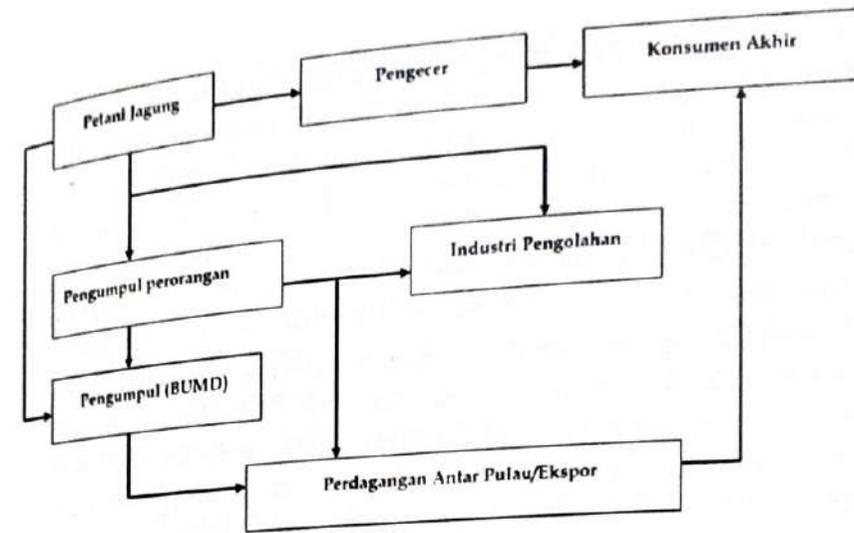
Apabila dikaitkan antara kekuatan dan peluang, maka strategi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan komoditas jagung yakni (Monoarfa, 2008; Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2009) :

1. Pengembangan dan penyediaan alat dan mesin pertanian serta angkutan agropolitan.
2. Penyediaan dana penjaminan petani (APBN, APBD, Askrindo, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI)
3. Penyediaan Bibit Unggul/Benih, pupuk dan pengendali hama penyakit.
4. *Limited Government Intervention Policy* untuk menyangga harga dasar jagung melalui BUMD
5. Pembangunan penyediaan irigasi dan jalan akses agropolitan melalui teknologi aspal butas.

6. Percontohan/*show window* di setiap kabupaten/kota serta posko agropolitan dan pengembangan BPIJ sebagai pusat informasi jagung.
7. Peningkatan SDM Pertanian
8. Meningkatkan peran *maize center* dalam penelitian pengkajian teknologi serta penerapan teknologi baru.
9. Perencanaan dan Koordinasi
10. Membuat industri hilirnya, agar komoditas ini mendapat nilai tambah.

Adapun strategi pemasaran untuk komoditas jagung yakni (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2009):

1. Melakukan pembinaan dan koordinasi dengan pengusaha, pedagang pengumpul, pedagang besar dalam mempertahankan tingkat harga yang layak untuk petani.
2. Promosi dan kerjasama dengan pengusaha di luar daerah maupun luar negeri dalam pemasaran jagung dan komoditas lainnya.
3. Peningkatan dan pengembangan ekspor
4. Pembinaan dan penanganan pasca panen untuk meningkatkan kualitas produksi
5. Pembinaan pengolahan untuk menghasilkan produk olahan. Misalnya membangun kawasan industri agropertanian terpadu, industri pakan ternak, akan mendukung bag tersedianya kebutuhan pakan bagi sektor peternakan



Gambar 3. Tata Niaga Komoditas Jagung di Propinsi Gorontalo

### B. Komoditas Sapi (Sapi Potong)

Propinsi Gorontalo merupakan salah satu propinsi yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan bisnis peternakan terkait dengan keberadaan perkebunan dan pengembangan komoditas unggulan jagung diantaranya dan persawahan untuk komoditas padi. Kedua komoditas ini menghasilkan limbah pertanian yang cukup besar untuk dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Sekalipun model pengembangan ternak sapi sudah diintegrasikan sebagai komoditas ikutan pengembangan komoditas unggulan jagung. Model pengembangan pengelolaan ternak *Dji Sam Soe*, namun pada kenyataannya integrasi pengembangan pengelolaan belum cukup memadai untuk kedua komoditas unggulan ini.

Secara holistik, komoditas sapi potong memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Permasalahan yang dihadapi untuk pengembangan komoditas subsektor

peternakan (sapi potong) adalah belum optimalnya dukungan pemerintah dalam mengatasi permasalahan. Kebijakan pemerintah, baik pusat maupun daerah yang lebih terfokus pada komoditas tanaman pangan mengakibatkan subsektor peternakan ini belum mendapat perhatian yang optimal disamping itu ternak sapi hanya merupakan komoditas ikutan dari program unggulan komoditas jagung.

Kebijakan Model pengelolaan pengembangan ternak *Dji Sam Soe*, mulai dilaksanakan oleh Pemerintah Propinsi Gorontalo pada pertengahan tahun 2007. Kebijakan tersebut merupakan kebijakan yang masih baru, sehingga Propinsi Gorontalo sampai saat ini belum mampu mengoptimalkan komoditas peternakan, khususnya sapi potong (sapi Bali) baik sebagai komoditas ekspor maupun untuk memenuhi kebutuhan lokal. Padahal keberadaan perkebunan jagung dan areal persawahan merupakan potensi yang cukup besar untuk penyediaan pakan sapi. Strategi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan komoditas unggulan khususnya sapi, yakni (Dinas Perkebunan dan Peternakan, 2007) :

1. Mengintegrasikan agribisnis antar komoditas.
2. Memperluas pengelolaan/pemanfaatan lahan dan air untuk pembangunan perkebunan dan peternakan.
3. Meningkatkan ketersediaan sarana dan prasarana perkebunan dan peternakan.
4. Meningkatkan kapasitas kelembagaan dan memberdayakan SDM perkebunan dan peternakan.
5. Meningkatkan inovasi dan penerapan teknologi tepat guna.
6. Promosi dan pemasaran produk hasil perkebunan dan peternakan.

Produksi daging sapi tahun 2006 mencapai 2.813.773 kg dan konsumsi daging mencapai 1,75 kg/kap/tahun,

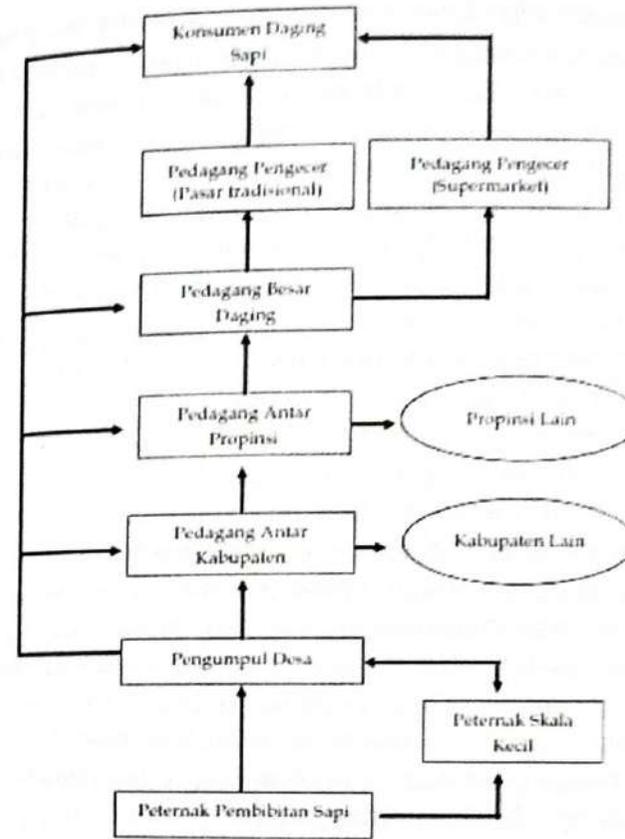
sedangkan pemenuhan permintaan antar pulau rata-rata 1.200 ekor per bulan atau 14.400 ekor/tahun. Adapun permintaan ekspor rata-rata untuk negara tujuan Malaysia yakni sebanyak 450 ekor. Permintaan ekspor baru dilakukan sebanyak 2 (dua) kali. Tahun 2012 didorong untuk meningkatkan populasi mencapai 1 juta ekor dengan pengeluaran antar pulau mencapai 24.000 ekor/tahun.

Melihat permintaan yang begitu tinggi dan rendahnya kemampuan pasokan, maka perlu dilakukan terobosan/kiat untuk mendorong tercapainya populasi yang diinginkan melalui upaya pemberian peluang investor dan penggalakan kawin suntik atau Inseminasi Buatan (IB) di seluruh sentra-sentra usaha sapi potong serta penciptaan kawan perbibitan. Selain hal tersebut juga harus diupayakan untuk menjaga ketersediaan betina produktif dengan kebijakan pelarangan pemotongan dan pengeluaran sapi betina produktif, sehingga diharapkan penambahan populasi dapat mencapai 20% per tahun.

Permasalahan dan tantangan pengembangan komoditas sapi potong yakni belum berkembangnya peternakan dalam skala besar karena sebagai besar petani di Gorontalo merupakan peternak tradisional yang dicirikan oleh skala usaha kecil dengan jumlah sapi satu hingga tiga ekor per rumah tangga peternak. Ternak sapi dipelihara sebagai sumber tenaga kerja pengolahan lahan serta sebagai tabungan, bukan untuk tujuan memproduksi daging. Pemeliharaan dilakukan secara tradisional dengan kualitas pakan yang rendah sehingga kualitas hasil ternak juga rendah (Soedjana, 2005). Menurut Jumi (2007) dan Riady (2004) dalam BPS (2009) mengatakan sarana dan prasarana yang berhubungan langsung dengan pengembangan usaha sapi berupa air bersih, padang penggembalaan maupun lahan kering masih terbatas, perkandangan bahkan pabrik pakan ternak belum terpenuhi dengan baik. Selain berbagai kendala tersebut

masih terdapat permasalahan utama lainnya yang dapat menghambat pencapaian produktivitas dan usaha yakni menyangkut aspek-aspek sumberdaya ternak, sumberdaya manusia, sumberdaya pakan, fasilitas kredit perbankan dan sumberdaya teknologi. Selain pada budidaya dan produksi ternak, aplikasi teknologi perlu diperhatikan pula dalam setiap proses pengembangan dan pengolahan ternak hingga transportasi pemasarannya.

Pada setiap aliran distribusi sapi hidup maupun daging sapi diperlukan dukungan teknologi yang baik untuk menunjang ketersediaan dan jaminan mutu pasokan daging sapi. Disamping itu, tata niaga sapi potong/sapi pedaging memiliki rantai yang panjang. Peternak menghadapi akses yang sulit untuk memasuki pasar ternak sehingga kebanyakan peternak menjual ternaknya kepada pengumpul (ACIAR 2002 dalam BPS, 2009).



Gambar 4. Tata Niaga Sapi Potong (Daging dan Sapi Hidup) di Gorontalo

### C. Komoditas Ikan Beku

Beragam komoditas perikanan dan memiliki potensi dengan nilai ekonomi yang sangat tinggi merupakan sumberdaya yang pemanfaatannya sangat berguna bagi pengembangan perekonomian negara, khususnya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Mengingat potensi perikanan dan kelautan yang sangat besar, sektor perikanan seharusnya mampu memberikan

kontribusi yang lebih besar terhadap PDB. Potensi sumberdaya perikanan di Propinsi Gorontalo masih sangat besar untuk bisa dimanfaatkan. Dimana Propinsi Gorontalo mempunyai potensi perikanan tangkap sebesar 1.226.090 ton dengan nilai mencapai Rp. 8,253 trilyun dan potensi perikanan budidaya sebesar 339.268 ton dengan nilai bisa mencapai Rp. 2,936 Trilyun. Selama ini komoditas perikanan yang diekspor sebagian besar berupa ikan segar atau beku dengan nilai tambah yang kecil. Peningkatan nilai tambah produk otomatis akan meningkatkan nilai harga jual produk atau ekspor, sehingga diperlukan pengembangan perikanan yang mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi. Secara khusus, kegiatan pengembangan perikanan laut memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat terutama yang bermukim di wilayah pesisir. Oleh karena itu, strategi yang tepat diperlukan untuk mengembangkan sektor perikanan dan kelautan di Indonesia. Pengembangan perikanan dan kelautan di Indonesia tidak hanya ditekankan pada perbaikan kinerja perikanan tangkap saja tetapi juga pada pengembangan perikanan laut budidaya serta pengembangan industri perikanan yang menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi dan produk bermutu tinggi.

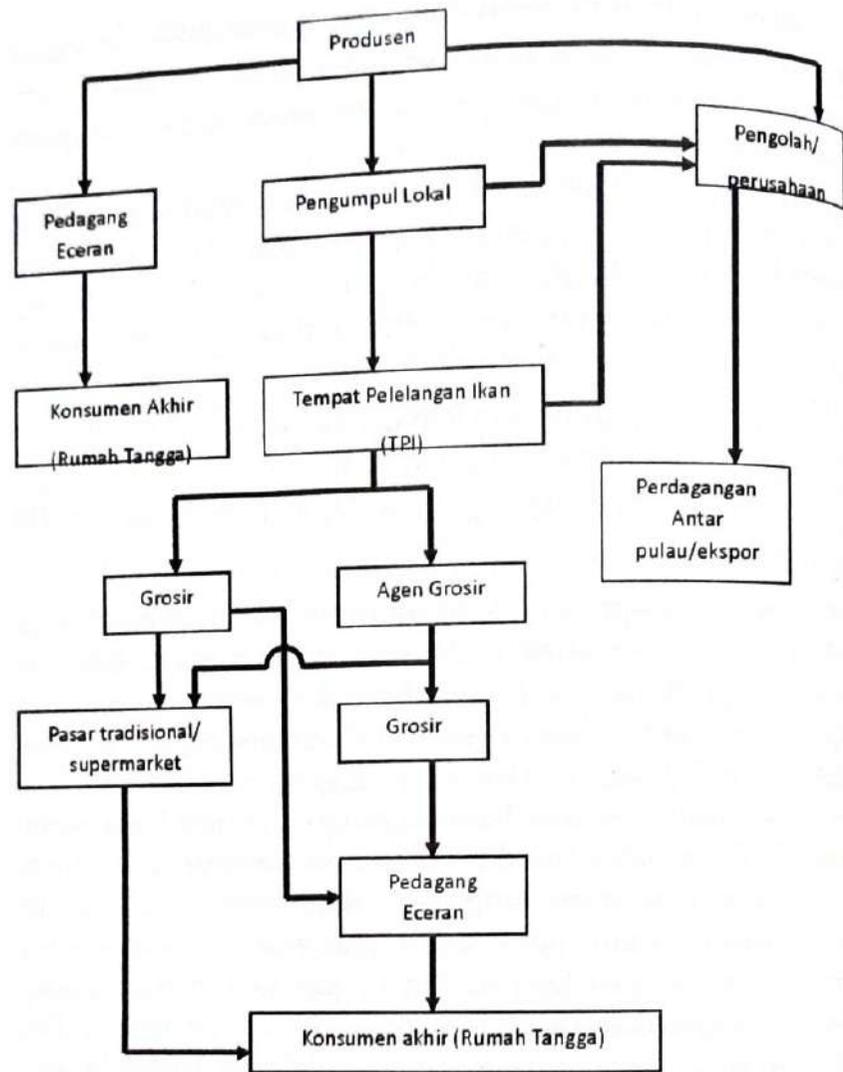
Sumberdaya perikanan di Gorontalo memiliki keragaman hayati yang cukup tinggi. Dari potensi keragaman sumberdaya perikanan di perairan Gorontalo, pemanfaatannya baru sekitar 27,39 persen. Hanya ada beberapa ikan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi yang dapat dimanfaatkan seperti tuna, cakalang, kerapu, tongkol, layang, nike dan gurita. Terdapat juga beberapa komoditas laut lainnya yang memiliki nilai ekonomis tinggi seperti rumput laut dan mutiara.

Strategi yang digunakan dalam memasarkan komoditas unggulan perikanan, yakni :

1. Promosi dan pengenalan produk perikanan Gorontalo diajag pameran nasional maupun internasional dan

2. melalui promosi lewat dunia maya (internet)
2. Melakukan tawaran-tawaran kerjasama perdagangan dan investasi dengan pengusaha dalam negeri maupun luar negeri
3. Melengkapi sarana pengujian hasil perikanan yaitu Laboratorium Pembinaan dan Pengujian Hasil Perikanan (LPPMHP), fasilitas ini merupakan fasilitas pendukung untuk pengujian komoditi perikanan yang akan dipasarkan atau diekspor
4. Melakukan pembinaan kepada pelaku usaha perikanan (nelayan, pembudidaya dan pengusaha perikanan) agar komoditi perikanan mereka dapat dijaga mutu atau kualitasnya.

Pemda sebagai pemegang otorisasi daerah otonom juga mengeluarkan ketentuan Perda yang mengatur tentang retribusi perikanan dan mengharuskan setiap komoditas perikanan laut bernilai ekonomis. Hasil tangkapan nelayan yang akan diperdagangkan ke pedagang maupun industri pengolah hasil perikanan harus dilelang di Tempat Pelelangan Ikan (TPI), kecuali komoditas perikanan yang dimanfaatkan oleh konsumen untuk langsung dikonsumsi. Berdasarkan peraturan tersebut, penyediaan pasokan komoditas atau produk perikanan laut dalam negeri meliputi pasokan komoditas perikanan dari nelayan menuju pengelola TPI kemudian pedagang pengumpul, industri pengolahan, pedagang pengecer hingga konsumen akhir. Melalui mekanisme pelelangan pada TPI, harga dasar ikan pada rantai pemasaran pertama ditentukan. Komoditas perikanan yang berhasil dilelang dan diperoleh oleh pedagang pengumpul/bakul akan dipasarkan kepada industri pengolahan ikan atau pedagang ikan segar. Gambar 2 memperlihatkan skema rantai pasokan komoditas perikanan yang pada umumnya terjadi di Gorontalo.



Gambar 5. Tata Niaga Komoditas Perikanan di Gorontalo

Negara-negara tujuan ekspor dan perdagangan antar pulau/kota komoditas dan produk ikan utama/ikan beku Propinsi Gorontalo yakni Jakarta, Surabaya, Makassar dan Bitung. Adapun negara-negara tujuan untuk komoditas dan produk ikan utama/ikan beku Propinsi Gorontalo yakni Turki, Jepang, Singapura, Hawaii, Cape Town, Korea, USA,

dan Prancis (Kiayi, 2004). Akan tetapi segmentasi pasar, *marketplace*, *positioning* serta target pasar yang meliputi negara tujuan ekspor terus mengalami penurunan dan secara lambat laun terus mengalami penyempitan segmen pasar. Penyempitan segmen pasar karena permintaan dan pangsa ekspor di bidang perikanan khususnya perikanan tangkap dengan komoditas andalan ikan beku begitu tinggi tidak dapat dipenuhi oleh para eksportir di Propinsi Gorontalo. Salah satu penyebab utama ketidakmampuan para eksportir untuk memenuhi pasar ekspor adalah tidak adanya kuantitas, kualitas dan kontinuitas ikan dari hasil tangkapan para nelayan ke pengusaha pengolahan ikan di Propinsi Gorontalo. Kondisi ini mengakibatkan kehilangan pasar dan kehilangan kepercayaan dari para importir negara tujuan. Berdasarkan data pemasaran khususnya komoditas ikan tuna beku tahun 2005 sampai dengan 2007 segmentasi pasarnya terus mengalami penyempitan, dimana pada tahun 2005 komoditas ekspor ikan tuna beku dapat menjangkau hingga negara Asia Timur Jauh (Jepang) akan tetapi tahun 2007 pangsa pasar ini hilang karena ketidakmampuan memenuhi permintaan ekspor (DPK Propinsi Gorontalo, 2009).

## Bab 15

# Analisis Location Quontient

Dalam penelitian ini, sektor yang dibahas merupakan komoditas dan besaran yang diukur merupakan nilai produksi dan luas lahan untuk komoditas jagung, jumlah sapi yang dipotong pada Rumah Potong Hewan dan jumlah populasi untuk komoditas sapi potong sedangkan komoditas berbagai jenis ikan beku/tuna yang diukur adalah nilai ekspor dan jumlah ekspor. Nilai LQ berasal dari *share* komoditas tertentu di propinsi Gorontalo terhadap total komoditas sejenis secara nasional sehingga angka ini menggambarkan peranan (*share*) komoditas tersebut. Jika nilai LQ lebih besar dari satu maka dapat dikatakan bahwa komoditas tersebut mempunyai peran atau menjadi komoditas unggulan bagi Propinsi Gorontalo. Penggunaan analisis LQ memiliki kelemahan diantaranya asumsi bahwa permintaan diantaranya asumsi bahwa permintaan di setiap daerah identik dengan pola permintaan nasional. Dengan mempertimbangkan kendala biaya, waktu dan tenaga serta atas dasar pertimbangan bahwa komoditas yang terpilih telah menjadi isu aktual di masyarakat serta menjadi perhatian pemerintah, maka penelitian ini dibatasi pada komoditas tertentu sektor pertanian adalah komoditas jagung, sub sektor perikanan laut adalah ikan beku/tuna dan sub sektor

peternakan adalah komoditas sapi potong. Setelah dilakukan kajian dengan metode LQ (*location Quotient*), komoditas unggulan yang selama ini menjadi isu sentral di masyarakat dan pemerintah propinsi Gorontalo ternyata sapi potong dan ikan beku tidak termasuk komoditas unggulan (non basis) sebab masing-masing memiliki koefisien LQ < 1 yakni 0,132 dan 0,415 sedangkan komoditas jagung memiliki koefisien LQ > 1 yakni 1,315 dan sehingga komoditas terakhir ini dapat dikategorikan sebagai komoditas unggulan (basis) bagi pertumbuhan ekonomi propinsi Gorontalo.

Tabel 15. Koefisien LQ

Komoditas	Gorontalo		Nasional		Koefisien LQ	Keterangannya
	Produksi	Luas Lahan	Produksi	Luas Lahan		
Jagung	572.785	119.027	13.287.527	3.630.324	1,315	Basis
	Potong	Populasi	Potong	Populasi		
Sapi Potong	2.676	210.700	1.042.579,00	10.875.100,00	0,132	Non Basis
Ikan Beku	Jumlah Ekspor*	Nilai Ekspor*	Jumlah Ekspor	Nilai Ekspor	0,415	Non Basis
	874	33.558.400.000	70246,1	1.119.373.000.000		

Sumber : BPS Gorontalo dan BPS Jakarta, 2009

\* DPK Propinsi Gorontalo, 2009

## Bab 16

# Analisis Tabel Input Output

### A. Struktur Permintaan dan Penawaran

Permintaan dan penawaran barang dan jasa yang dihasilkan setiap sektor perekonomian akan sangat menentukan tingkat pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat suatu daerah. Struktur permintaan terdiri dari permintaan dan permintaan akhir. Permintaan antara menunjukkan jumlah barang dan jasa yang akan dipakai oleh sektor perekonomian lainnya untuk produksi selanjutnya, dengan memanfaatkan setiap output dari sektor perekonomian lainnya. Demikian halnya setiap tingkat pengeluaran konsumsi rumah tangga, pemerintah, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan tingkat ekspor barang serta jasa yang dihasilkan oleh setiap sektor termasuk kategori permintaan akhir.

Struktur penawaran sangat tergantung kepada kemampuan suatu sektor untuk menghasilkan output yang terdiri dari barang dan jasa. Kemampuan suatu sektor untuk menawarkan outputnya sangat tergantung dari penyediaan input antara pada kuadran I dan input primer pada kuadran III. Input antara terdiri atas barang dan jasa yang digunakan dan dihasilkan oleh suatu sektor untuk digunakan untuk proses produksi sektor lain (termasuk sektor itu sendiri), baik

sebagai bahan baku maupun sebagai bahan penolong. Artinya, barang dan jasa sebagai input antara dibutuhkan sebagai proses produksi yang hasil akhirnya akan dijual kembali pada putaran berikutnya. Jadi merupakan sistem produksi dan bersifat endogen. Adapun input primer berhubungan dengan tingkat upah dan gaji, surplus usaha, penyusutan, pajak tak langsung netto, dan jumlah impor dari setiap kegiatan perekonomian. Struktur *supply* dan *demand* yang diklasifikasikan dalam 49 sektor/komoditas perekonomian di Propinsi Gorontalo berdasarkan Tabel I-O sementara tahun 2006 atas dasar harga produsen dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Struktur Penawaran dan Permintaan Menurut Sektor Ekonomi di Propinsi Gorontalo Tahun 2006 (Klasifikasi 49 Sektor/Komoditas)

Kode Sektor/Komoditas	Permintaan Antara (Juta)	% Permintaan Antara	Permintaan Akhir (Juta)	% Permintaan Akhir	Total Permintaan (Juta)	% Total Permintaan	Total Penawaran (Juta)	% Total Penawaran
1 Padi dan Beras	19.698	0,601	-486.573	-8,028	-466875	-4,999	252.426	4,3228
2 Jagung	75.088	2,291	86.317	1,424	161405	1,728	420.516	7,2013
3 Umbi-Umbian	5.274	0,161	18.820	0,311	24094	0,258	31.536	0,5401
4 Kacang tanah dan kacang-kacangan lainnya	9.511	0,290	14.613	0,241	24124	0,258	31.622	0,5415
5 Tomat dan Cabe Rawit	26.609	0,812	-39.977	-0,660	-13368	-0,143	16.696	0,2859
6 Kangkung dan Sayur-sayuran lainnya	5.519	0,168	-39.879	-0,658	-34360	-0,368	126.189	2,1610
7 Buah-buahan	2.593	0,079	51.076	0,843	53669,000	0,575	32.715	0,5602
8 Tanaman bahan makanan lainnya	2.197	0,067	75.119	1,239	77316,000	0,828	16.491	0,2824
9 Kelapa, Kopra dan Hasil perkebunan lainnya	13.549	0,413	3.261	0,054	16810,000	0,180	11.507	0,1971
10 Tebu dan Cengkeh	231.951	7,077	-6.233	-0,103	225718,000	2,417	17.818	0,3051
11 Hasil dan jasa pertanian lainnya	67.063	2,046	6.247	0,103	73310,000	0,785	23.634	0,4047

Kode Sektor/Komoditas	Permintaan Antara (Juta)	% Permintaan Antara	Permintaan Akhir (Juta)	% Permintaan Akhir	Total Permintaan (Juta)	% Total Permintaan	Total Penawaran (Juta)	% Total Penawaran
12 Sapi	22.591	0,689	66.781	1,102	89372,000	0,957	87.119	1,4919
Ayam dan Unggas lainnya serta Hasilnya, Ternak Lainnya	68.261	2,083	-202.998	-3,349	-134737,000	-1,443	9.625	0,1648
14 Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya	39.526	1,206	235.812	3,891	275338,000	2,948	22.484	0,3850
15 Ikan laut	22.045	0,673	15.599	0,257	37644	0,403	9.698	0,1661
16 Rumpun laut	4.652	0,142	-9.268	-0,153	-4616,000	-0,049	22.530	0,3858
17 Ikan darat dan hasil perairan darat	7.083	0,216	58.161	0,960	65244,000	0,699	51.630	0,8842
Pertambangan dan bahan galian segala jenis	31.938	0,975	189.430	3,125	221368,000	2,370	66.398	1,1371
19 Pemotongan hewan dan Pakan Ternak	28.960	0,884	39.784	0,656	68744	0,736	2.656	0,0455
20 Pengasapan ikan	2.340	0,071	-74.393	-1,227	-72053,000	-0,772	27.163	0,4652
21 Pembekuan ikan	5.221	0,159	-56.502	-0,932	-51281	-0,549	4.165	0,0713
22 Minyak Nabati dan Hewani	1.324	0,040	-294.670	-4,862	-293346,000	-3,141	15.916	0,2726
23 Industri penggilingan biji-bijian dan tepung	3.599	0,110	153.627	2,535	157226,000	1,684	19.618	0,3360

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Antara (Juta)	% Permintaan Antara	Permintaan Akhir (Juta)	% Permintaan Akhir	Total Permintaan (Juta)	% Total Permintaan	Total Penawaran (Juta)	% Total Penawaran
24	Pia, Roti, biskuit dan sejangnya	54.915	1,676	19.154	0,316	74069,000	0,793	2.584	0,0443
25	Industri Gula pasir dan Gula Merah	4.392	0,134	38.093	0,628	42485,000	0,455	330.331	5,6569
26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	22.257	0,679	270.536	4,463	292793,000	3,135	9.780	0,1675
27	Pengergajian dan pengolahan kayu	7.181	0,219	199.835	3,297	207016,000	2,217	15.383	0,2634
28	Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan	2.251	0,069	156.809	2,587	159060,000	1,703	3.896	0,0667
29	Barang-barang terbuat dari kayu dan barang-barang industri lainnya	103.139	3,147	160.132	2,642	263271,000	2,819	7.901	0,1353
30	Industri kertas, barang dari kertas dan karton	41.113	1,254	45.454	0,750	86567,000	0,927	2.568	0,0440
31	Industri penerbitan, percetakan dan media rekaman	113.913	3,476	162.579	2,682	276492,000	2,961	5.908	0,1012

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Antara (Juta)	% Permintaan Antara	Permintaan Akhir (Juta)	% Permintaan Akhir	Total Permintaan (Juta)	% Total Permintaan	Total Penawaran (Juta)	% Total Penawaran
32	Industri Pengilangan Myk. Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya	204.196	6,231	411.992	6,797	616188,000	6,598	0	0,0000
33	Ind. Kimia, pupuk, pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik	427.322	13,039	429.778	7,091	857099,910	9,178	0	0,0000
34	Ind. brg keramik, bahan bangunan kapur dan barang lain dari bahan bukan logam	12.106	0,369	14.487	0,239	26593,000	0,285	0	0,0000
35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	310.245	9,466	227.202	3,749	537447,000	5,755	7.210	0,1235
36	Ind mesin dan perlengkapan, termasuk barang elektronik dan ind perlengkapan listrik	33.867	1,033	623.781	10,291	657648,000	7,042	3.402	0,0583

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Antara (Juta)	%	Permintaan Akhir (Juta)	%	Total Permintaan (Juta)	%	Total Penawaran (Juta)	%
37	Alat angkutan lainnya, Karoseri Bentor, Angk. Jl.Raya, Angkutan Bentor dan Js. Angkutan	180.870	5,519	106.950	1,765	287820,000	3,082	611.192	10,4667
38	Listrik	89.595	2,734	30.470	0,503	120065,000	1,286	11.845	0,2028
39	Air minum:penjernihan, penyediaan dan penyaluran air	32.918	1,004	911.899	15,045	944817,000	10,117	116.516	1,9953
40	Bangunan tempat tinggal dan bangunan bukan tempat tinggal	97.488	2,975	183.365	3,025	280853,000	3,007	29.138	0,4990
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	134.801	4,113	1.456.629	24,032	1591430,000	17,042	157.350	2,6946
42	Angkutan laut, sungai dan penyeberangan	2.969	0,091	5.636	0,093	8605,000	0,092	4.544	0,0778
43	Angkutan udara	300.319	9,163	18.428	0,304	318747,000	3,413	75.791	1,2979
44	Komunikasi	62.191	1,898	53.384	0,881	115575,000	1,238	102.519	1,7556

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Antara (Juta)	%	Permintaan Akhir (Juta)	%	Total Permintaan (Juta)	%	Total Penawaran (Juta)	%
45	Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya	168.488	5,141	38.771	0,640	207259,000	2,219	475.912	8,1500
46	Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan	90.468	2,760	428.183	7,064	518651,000	5,554	67.059	1,1484
47	Pemerintahan umum	17.031	0,520	46.325	0,764	63356,000	0,678	2.135.192	36,5652
48	Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan	38.242	1,167	212.501	3,506	250743,000	2,685	72.802	1,2467
49	Jasa perorangan dan rumah tangga dan kegiatan yang tidak jelas balasannya	28.475	0,869	4.616	0,076	33091,000	0,354	270.437	4,6312
	Jumlah	3.277.344	100,000	6.061.143	100,000	9338486,910	100,000	5.839.412	100,0000

Sumber : Diolah dari Tabel *Input Output Sementara Gorontalo, 2006*.

Berdasarkan tabel 16 secara holistik menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh kegiatan perekonomian di propinsi Gorontalo pada tahun 2006 mencapai masing-masing Rp. 5.839.412 juta dan Rp. 9.338.486,910 juta. Hal ini disebabkan adanya kolom impor (409) dan kolom margin perdagangan dan biaya pengangkutan (509) yang belum terisi setiap sel-selnya untuk komoditas/ sektor tertentu. Adapun sisi permintaan dialokasikan untuk memenuhi kegiatan proses produksi atau input antara tersebar pada setiap sektor yakni Rp. 3.277.344 juta dan sisanya sebesar Rp. 6.061.143 juta digunakan untuk konsumsi akhir. Jumlah permintaan akhir yang terdiri dari lima unsur yang masing-masing memiliki kontribusi sebagai berikut; konsumsi rumah tangga sebesar Rp. 2.376.870 juta, konsumsi pemerintah sebesar Rp. 851.938 juta, pembentukan modal tetap bruto sebesar Rp.1.839.716,91 juta, perubahan stok sebesar (Rp.83.269 juta), ekspor barang sebesar Rp. 1.075.887 juta, dan jasa sebesar Rp. 0 juta seperti terlihat pada tabel 17 di bawah ini.

Tabel 17. Komposisi Permintaan Akhir di Propinsi Gorontalo Tahun 2006

No.	Komponen	Nilai (Juta Rp)	Distribusi (%)	Urutan
1.	Konsumsi Rumah Tangga	2.376.870	39,21	1
2.	Konsumsi Pemerintah	851.938	14,06	4
3.	Pembentukan Modal Tetap Bruto	1.839.717	30,35	2
4.	Perubahan Stok	-83.269	-1,37	6
5.	Ekspor Barang	1.075.887	17,75	3
6.	Ekspor Jasa	0	0,00	5
	Jumlah	6.061.143	100,00	

Sumber : Diolah dari Tabel *Input Output* Sementara Gorontalo, 2006

Tabel 17 menunjukkan bahwa pembentukan output secara sektoral sebagian besar dipengaruhi oleh tiga permintaan akhir sebagai output terbesar berturut-turut adalah keperluan konsumsi rumah tangga Rp. 2.376.870 juta (39,21 persen), pembentukan modal tetap bruto Rp. 1.839.716,91 juta (30,35 persen) dan konsumsi pemerintah Rp 1.075.887 (17,75 persen).

Pengamatan yang dilakukan pada struktur permintaan dan penawaran pada tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006 pada komoditas jagung, sapi potong (termasuk pemotongan hewan) dan ikan laut termasuk (pembekuan ikan) sebagai isu sentral dalam penelitian ini menunjukkan jumlah permintaan dan penawaran untuk setiap komoditas dapat dilihat pada tabel 18 di bawah ini.

Tabel 18. Permintaan dan Penawaran Tiga Komoditas Unggulan Propinsi Gorontalo

No.	Komoditas	Total Permintaan (Rp)	Total Penawaran (Rp)	Urutan
1	Jagung	161.405	420.516	1
2	Sapi Potong	89.372	87.119	2
3	Pemotongan Hewan	68.744	2.656	
4	Ikan Laut	37.644	9.698	3
5	Pembekuan Ikan	-51.281	4.165	
	Jumlah	305.884	506.154	

Sumber : Diolah dari Tabel *Input Output* Sementara Gorontalo, 2006

Berdasarkan Tabel 18 secara agregat komoditas jagung baik dari sisi permintaan dan penawaran menempati urutan pertama lalu disusul komoditas sapi potong dan kemudian komoditas ikan laut, sementara komoditas ikan beku (pembekuan ikan) yang merupakan bagian dari komodits

ikan laut dari sisi permintaan menunjukkan nilai negatif (Rp. 51.281 juta) dan sisi penawaran menunjukkan nilai positif yakni sebesar Rp. 4.165 juta. Hal ini disinyalir menurunnya permintaan ekspor dari beberapa negara tujuan di kawasan Asia Pasifik.

### B. Struktur Output

Output merupakan nilai produksi (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh sektor-sektor ekonomi. Oleh karena itu, dengan melihat besarnya output yang dihasilkan oleh masing-masing sektor, maka akan terlihat kontribusi output masing-masing sektor, berarti akan diketahui pula sektor yang mampu memberikan sumbangan yang besar dalam membentuk output terbesar dan terkecil serta leading sektor dalam perekonomian di propinsi Gorontalo berdasarkan klasifikasi 49 komoditas/sektor. Tabel 19 menunjukkan sepuluh sektor ekonomi yang memiliki output terbesar di Gorontalo tahun 2006.

Secara agregat pembentukan struktur output dari seluruh sektor perekonomian di Gorontalo tahun 2006 sebesar Rp 4.896.061 juta, dimana ketiga komoditas unggulan tersebut hanya komoditas jagung yang masuk kedalam peringkat sepuluh terbesar output dengan kontribusi sebesar Rp. 420.516 juta (8,59 persen) dan menempati urutan ke 4 dari 49 komoditas/sektor. Sementara komoditas ikan beku (termasuk pembekuan ikan) dan sapi potong (termasuk pemotongan hewan) tidak masuk dalam kategori sepuluh peringkat terbesar output di Gorontalo.

Tabel 19. Sepuluh sektor/komoditas terbesar menurut peringkat output di Propinsi Gorontalo tahun 2006 berdasarkan klasifikasi 49 komoditas/sektor

Kode	Sektor/Komoditas	Nilai (Juta Rp)	Distribusi (%)	Urutan
47	Pemerintahan umum	2.135.192	43,61	1
37	Alat angkutan lainnya, Karoseri Bentor, Angk. Jl.Raya, Angkutan Bentor dan Js. Angkutan	611.192	12,48	2
45	Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya	475.912	9,72	3
2	Jagung	420.516	8,59	4
25	Industri Gula pasir dan Gula Merah	330.331	6,75	5
49	Jasa perorangan dan rumah tangga dan kegiatan yang tidak jelas balasannya	270.437	5,52	6
1	Padi dan Beras	252.426	5,16	7
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	157.350	3,21	8
6	Kangkung dan Sayur- sayuran lainnya	126.189	2,58	9
39	Air minum:penjernihan, penyediaan dan penyaluran air	116.516	2,38	10
	Jumlah	4.896.061	100,00	

Sumber : Diolah dari tabel I-O Gorontalo tahun 2006

Rendahnya kontribusi sektor/komoditas jagung dalam perekonomian propinsi Gorontalo bahkan kedua komoditas lainnya (sapi potong dan ikan beku) dapat dikaji melalui

analisa kualitatif, dimana ketiga komoditas unggulan tersebut (jagung, sapi potong dan ikan beku) tidak ditunjang dengan data kualitatif yang holistik. Hal ini disebabkan komoditas pertanian pada umumnya dalam setiap melakukan kegiatan ekonominya sering tidak tercatat dalam pasar. Komoditas jagung, sapi potong dan ikan beku, hasil produksinya oleh sebagian masyarakat petani, nelayan dan peternak tergolong masyarakat yang berusaha sendiri untuk menafkahi diri dan anggota keluarga sehingga kadang-kadang hasil panen, hasil ternak dan tangkapannya dijual secara langsung kepada konsumen dan juga dijadikan sebagai alat tukar perekonomian.

Berdasarkan tabel 20 struktur output di propinsi Gorontalo didominasi lima sektor terbesar yang memberikan kontribusi pada PDRB Gorontalo secara berturut-turut yakni Jasa sebesar Rp. 2.545.490 juta (43,59 persen), pertanian sebesar Rp. 716.803 juta (12,28 persen), Pengangkutan sebesar Rp. 691.527 juta (11,84 persen), Keuangan sebesar Rp. 475.912 juta (8,15 persen) dan Industri sebesar Rp. 376.938 juta (6,46 persen). Kalau dilihat hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Kiayi (2004) dimana sektor pertanian secara keseluruhan sangat mewarnai pembentukan output disamping sektor industri, perdagangan, bangunan dan jasa namun di tahun 2006 terjadi perubahan sebagaimana terlihat pada tabel 20, dimana struktur output tidak didominasi lagi sektor pertanian dan sektor bangunan telah digantikan posisinya oleh sektor Jasa. Hal ini menunjukkan adanya dinamika dalam struktur output perekonomian di Propinsi Gorontalo. Oleh karena itu diperlukan perhatian yang serius dari pemerintah propinsi Gorontalo untuk menggarap sektor pertanian karena ini bersentuhan langsung dengan peningkatan perekonomian masyarakat tanpa mengabaikan sektor-sektor yang lain.

Tabel 20. Struktur Output Berdasarkan Klasifikasi 9 Sektor di Propinsi Gorontalo Tahun 2006

Kode	Sektor	Nilai (Juta Rp.)	Distribusi %
01.	Pertanian	716.803	12,28
	Jagung	420.516	7,20
	Sapi potong	87.119	1,49
	Ikan Laut	9.698	0,17
02.	Pertambangan	66.398	1,14
03.	Industri	376.938	6,46
04.	Listrik, Gas dan Air Minum	128.361	2,20
05.	Bangunan	29.138	0,50
06.	Perdagangan	291.512	4,99
07.	Pengangkutan	691.527	11,84
08.	Keuangan	475.912	8,15
09.	Jasa	2.545.490	43,59
	<b>Jumlah</b>	<b>5.839.412</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Diolah dari Tabel I-O Gorontalo tahun 2006

### C. Struktur Nilai Tambah Bruto

Nilai tambah bruto adalah balas jasa terhadap faktor produksi yang tercipta karena adanya kegiatan produksi. Dalam kajian ini, besarnya nilai tambah di setiap sektor sangat ditentukan oleh nilai produksi (*output*) yang dihasilkan dan jumlah biaya (*cost*) yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Nilai tambah bruto merupakan jumlah input primer (kecuali impor) yang mencakup penjumlahan dari upah dan gaji, surplus usaha, penyusutan dan pajak tak langsung netto dari seluruh kegiatan perekonomian. Oleh karena itu, nilai tambah bruto sering pula didefinisikan sebagai balas jasa terhadap faktor-faktor produksi yang digunakan dalam setiap kegiatan produksi barang maupun jasa.

Nilai tambah bruto (NTB) disetiap sektor/komoditas

sangat ditentukan oleh besarnya nilai output yang dihasilkan dari rasio nilai tambah terhadap output. Oleh sebab itu, suatu sektor yang memiliki output terbesar belum tentu memiliki nilai tambah yang besar. Rincian nilai tambah bruto dari sepuluh sektor/komoditas prkonomian di propinsi Gorontalo pada tahun 2006 terlihat pada tabel 21 di bawah ini.

Tabel 21. Sepuluh Peringkat Sektor Terbesar Menurut Nilai Tambah Bruto di Propinsi Gorontalo Berdasarkan Klasifikasi 49 Sektor/Komoditas tahun 2006

Kode	Sektor/Komoditas	Nilai (Juta Rp)	Distribusi (%)	Urutan
47	Pemerintahan umum	1.225.055	53,61	1
45	Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya	309.404	13,54	2
2	Jagung	201.129	8,80	3
44	Komunikasi	94.895	4,15	4
6	Kangkung dan Sayur- sayuran lainnya	93.781	4,10	5
1	Padi dan Beras	88.380	3,87	6
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	83.546	3,66	7
25	Industri Gula pasir dan Gula Merah	82.002	3,59	8
12	Sapi	63.748	2,79	9
48	Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan	42.997	1,88	10
<b>Jumlah</b>		<b>2.284.937</b>	<b>100,00</b>	

Sumber : Diolah dari Tabel I-O Gorontalo tahun 2006

Berdasarkan tabel 21 secara keseluruhan jumlah nilai tambah bruto dari sepuluh sektor peringkat terbesar yakni Rp 2.284.937 juta, dimana sektor pemerintahan umum memberikan distribusi sebesar Rp. 1.225.055 juta (53,61 persen). Sedangkan sektor/komoditas yang diunggulkan oleh pemerintah hanya sektor/komoditas jagung dan sapi yang masuk dalam kategori sepuluh peringkat terbesar Nilai Tambah Bruto (NTB) yang berada di peringkat ketiga dan kesembilan sebesar Rp. 201.129 juta (8,80 persen) dan Rp. 63.748 juta (2,79 persen). Adapun komoditas/sektor ikan laut (termasuk pembekuan ikan) tidak masuk dalam sepuluh peringkat terbesar nilai tambah bruto disinyalir adanya pergeseran struktur output yang tidak didominasi lagi oleh sektor pertanian, dimana diketahui bahwa ikan laut (termasuk pembekuan ikan) termasuk dalam sektor pertanian jika ditinjau dari pengklasifikasian menurut 9 (sembilan) sektor komoditas.

Bila ditinjau lebih jauh dari klasifikasi 49 komoditas/sektor, masih ada 7 (tujuh) komoditas lagi atau sektor yang masuk dalam sepuluh sektor terbesar penyumbang nilai tambah bruto secara berturut-turut yakni lembaga keuangan (perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya) sebesar Rp. 309.404 juta (13,54 persen), Komunikasi yakni sebesar Rp. 94.895 juta (4,15 persen), Kangkung dan Sayur-sayuran Lainnya yakni sebesar Rp. 93.781 juta (4,10 persen), Padi dan Beras Rp. 88.380 juta (3,87 persen), Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, rumah makan dan minum yakni sebesar Rp. 83.546 juta (3,66 persen), Industri Gula Pasir dan Gula Merah sebesar Rp. 82.002 juta (3,59 persen), Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan sebesar Rp. 42.997 juta (1,88 persen). Jika ditinjau dari sisi output maupun nilai tambah bruto sektor pemerintahan umum dan Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya dapat dikatakan sebagai sektor/komoditas utama

atau sektor kunci dalam kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo. Adapun sektor/komoditas jagung, sapi potong dan ikan laut (termasuk pembekuan ikan) belum merupakan komoditas kunci dalam kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo.

Kalau klasifikasi sektor/komoditasnya diperkecil hingga 9 sektor saja maka, komoditas/ sektor yang memiliki struktur NTB terbesar diberikan oleh lima komoditas/ sektor yakni: Jasa sebesar Rp. 1.301.724 juta (50,81 persen), Keuangan sebesar Rp. 309.404 juta (12,08 persen), pertanian sebesar Rp. 304.768 juta (11,90 persen), sub sektor :pertanian: jagung sebesar Rp. 201.129 juta (7,85 persen), dan Perdagangan sebesar Rp. 181.175 juta (7,07 persen).

Tabel 22. Struktur Nilai Tambah Bruto Berdasarkan Klasifikasi 9 Sektor Di Propinsi Gorontalo tahun 2006

Kode	Komoditas/Sektor	Nilai (Juta Rp.)	Distribusi %
01.	Pertanian	304.768	11,90
	Jagung	201.129	7,85
	Sapi potong	63.748	2,49
	Ikan Laut	892	0,03
02.	Pertambangan	17.286	0,67
03.	Industri	101.910	3,98
04.	Listrik, Gas dan Air Minum	27.718	1,08
05.	Bangunan	17.609	0,69
06.	Perdagangan	181.175	7,07
07.	Pengangkutan	34.705	1,35
08.	Keuangan	309.404	12,08
09.	Jasa	1.301.724	50,81
	Jumlah	2.562.068	100,00

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

#### D. Struktur Permintaan Akhir

Sektor produksi membutuhkan barang dan jasa untuk melakukan suatu proses produksi untuk memenuhi permintaan antara, disamping itu pula barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi juga digunakan untuk memenuhi permintaan oleh konsumen akhir yang terdiri dari konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan ekspor barang maupun ekspor jasa. Dalam terminologi input-output pemakaian barang dan jasa untuk memenuhi permintaan konsumen akhir atau permintaan akhir sebagaimana telah disebutkan di atas.

Dalam struktur permintaan akhir dapat menunjukkan bahwa jumlah barang dan jasa dari setiap kegiatan sektor perekonomian yang digunakan untuk konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap, perubahan stok dan ekspor yang terdiri dari barang dan jasa ke daerah lain yang berada di luar Propinsi Gorontalo. Tabel 22 menunjukkan nilai komponen permintaan akhir untuk tiga komoditas unggulan Propinsi Gorontalo.

Berdasarkan tabel 22 menunjukkan bahwa komoditas jagung untuk struktur permintaan akhir paling banyak digunakan untuk perubahan stok sebesar 56,88 persen, konsumsi rumah tangga sebesar 30,86 persen dan ekspor barang sebesar 12,25 persen namun untuk konsumsi pemerintah dan pembentukan modal tetap bruto tidak ada atau sebesar (0). Hal ini menunjukkan komoditas jagung masih lebih besar digunakan untuk perubahan stok, konsumsi rumah tangga dan ekspor barang, tentu disatu sisi sangat mengembirakan bagi pemerintah dan masyarakat karena disinyalir terjadi peningkatan pendapatan akan tetapi peningkatan pendapatan ini tidak dibarengi dengan pembentukan nilai investasi. Sementara untuk komoditas sapi (termasuk pematangan hewan dan pakan ternak), nampak

bahwa struktur permintaan akhir paling banyak digunakan untuk ekspor yakni sebesar 98,53 persen, konsumsi rumah tangga sebesar 13,56 persen sedangkan konsumsi pemerintah relatif sangat kecil yakni sebesar 0,02 persen. Sedangkan untuk pembentukan nilai investasi yang terbentuk dari komoditas sapi (termasuk pemotongan hewan dan pakan ternak) sangat kecil yakni 0,65 persen bahkan cenderung bernilai negatif yakni pada pembentuk stok sebesar -13,595 persen. Sedangkan untuk komoditas ikan laut (termasuk pembekuan ikan) nampak bahwa konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, Pembentukan Modal Tetap Bruto, Perubahan Stok dan Ekspor Barang sangat dipengaruhi oleh Nilai dari permintaan akhir yang bernilai negatif artinya sektor/komoditas ikan laut (termasuk pembekuan ikan) mengalami kelesuan dan penurunan yang sangat signifikan terhadap kegiatan perekonomian Propinsi Gorontalo. Oleh karena itu pemerintah dan seluruh *stakeholder* harus memberikan perhatian yang serius terhadap ketiga komoditas tersebut jika benar-benar ingin menjadi komoditas/ sektor ini menjadi sektor unggulan bahkan menjadikan sebagai sektor primadona.

Tabel 23. Komposisi Permintaan Akhir Tiga Komoditas Unggulan di Propinsi Gorontalo Tahun 2006

Kode	Komponen	Komoditas Unggulan					
		Jagung		Sapi		Ikan Laut	
		Nilai (Rp Juta)	Persen	Nilai (Rp Juta)	Persen	Nilai (Rp Juta)	Persen
301	Konsumsi Rumah Tangga	26.640	30,86	14.448	13,56	82.263	-201,12
302	Konsumsi Pemerintah	0	0,00	22	0,02	98	-0,24
303	Pembentukan Modal Tetap Bruto	0	0,00	690	0,65	8.806	-21,53
304	Perubahan Stok	49.101	56,88	-13.595	-12,76	-216.604	529,56
305	Ekspor Barang	10.576	12,25	105.000	98,53	84.534	-206,67
306	Ekspor Jasa	0	0,00	0	0,00	0	0,00
409	Impor	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Jumlah							
309	Permintaan Akhir	86.317	100,00	106.565	100,00	-40.903	100,00

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

Tabel 24. Sepuluh Sektor Terbesar Menurut Jumlah Permintaan Akhir di Propinsi Gorontalo Tahun 2006

Kode	Komoditas	Nilai (Juta Rp)	Distribusi %	Urutan
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	1.456.629	27,97	1
39	Air minum:penjernihan, penyediaan dan penyaluran air	911.899	17,51	2
36	Ind.mesin dan perlengkapannya, termasuk barang elektronik dan ind. perlengkapan listrik	623.781	11,98	3
33	Ind.Kimia, pupuk,pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik	429.778	8,25	4
46	Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan	428.183	8,22	5
32	Industri Pengilangan Myk.Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya	411.992	7,91	6
26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	270.536	5,19	7
14	Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya	235.812	4,53	8

Tabel 24 (lanjutan)

Kode	Komoditas	Nilai (Juta Rp)	Distribusi %	Urutan
35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	227.202	4,36	9
48	Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan	212.501	4,08	10
<b>Jumlah</b>		<b>5.208.313</b>	<b>100,00</b>	

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

Berdasarkan tabel 24 secara keseluruhan jumlah permintaan akhir untuk sepuluh sektor komoditas dalam kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo yakni sebesar Rp. 5.208.313 juta. Nampak bahwa dari sepuluh komoditas tersebut tidak satu pun dari tiga komoditas unggulan yakni jagung, sapi (termasuk pemotongan hewan dan pakan ternak), dan ikan laut (termasuk pembekuan) yang menjadi isu sentral dalam penelitian ini yang memberikan kontribusi dalam kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo tahun 2006.

#### E. Analisis Penggandaan

Analisis pengganda digunakan melihat faktor yang menentukan besarnya perubahan dan hubungan keterkaitan pada keseluruhan kegiatan sektor perekonomian seandainya jumlah produksi suatu sektor ada yang berubah. Analisis ini dibutuhkan dalam memproyeksikan dampak dari perubahan salah satu sektor terhadap keseluruhan sektor kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo.

Salah satu analisis yang dapat dilakukan dari tabel

Input Output yakni analisis *backward linkages* dan *forward linkages*. *Backward linkages* (kaitan ke belakang) atau biasa disebut derajat kepekaan (DK) dan *forward linkages* (kaitan ke depan) atau biasa disebut derajat penyebaran (DP). Kaitan ke belakang merupakan alat analisis untuk mengetahui derajat keterkaitan suatu sektor terhadap sektor-sektor lain yang menyumbangkan input kepadanya. Kaitan ke depan merupakan alat analisis untuk mengetahui derajat keterkaitan antara suatu sektor yang menghasilkan output untuk digunakan sebagai input bagi sektor-sektor yang lain (BPS, 2008).

Besaran angka yang ditunjukkan oleh DP dan DK digunakan sebagai salah satu acuan atau parameter untuk mengetahui atau menentukan sektor/komoditas mana yang menjadi unggulan dan dapat dijadikan prioritas pengembangan dalam rangka pembangunan ekonomi di Propinsi Gorontalo. Nilai DP dan PK yang tinggi dari suatu sektor atau komoditas unggulan akan memberikan pengaruh yang besar terhadap kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo.

Adapun indeks daya penyebaran memberikan indikasi bahwa sektor/komoditas yang mempunyai indeks penyebaran ( $\alpha$ ) lebih besar dari 1 ( $\alpha > 1$ ), berarti daya penyebaran sektor/komoditas berada diatas rata-rata daya penyebaran seluruh sektor/komoditas, bila sektor/komoditas yang mempunyai indeks penyebaran ( $\alpha$ ) sama dengan 1 ( $\alpha = 1$ ) berarti bahwa daya penyebaran sektor/komoditas sama dengan rata-rata daya penyebaran seluruh sektor ekonomi. Sementara sektor/komoditas yang mempunyai indeks penyebaran ( $\alpha$ ) lebih kecil dari 1 ( $\alpha < 1$ ) berarti bahwa daya penyebaran sektor/komoditas lebih rendah.

Berdasarkan tabel 24 menunjukkan bahwa sektor/komoditas ikan laut mempunyai indeks daya penyebaran sebesar 1,2835502 dan berada pada urutan 10 dari klasifikasi

49 sektor/komoditas. Hal ini berarti bahwa kenaikan 1 unit sektor/komoditas ikan laut akan menyebabkan naiknya output sektor/komoditas lain (termasuk sektor/komoditas ikan laut itu sendiri) secara agregat sebesar 1,2835502 unit, sebagai penyedia input bagi sektor/komoditas ikan laut dan berada diatas rata-rata daya penyebaran sektor/komoditas kegiatan perekonomian lainnya. Sedangkan urutan 3 (tiga) besar tertinggi secara berturut-turut yakni sektor Industri kertas, barang dari kertas dan karton dengan indeks daya penyebaran sebesar 1,4228407, kemudian sektor Pemotongan hewan dan Pakan Ternak dengan indeks daya penyebaran sebesar 1,4144183 dan sektor Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan dengan indeks daya penyebaran sebesar 1,3990649. Sedangkan komoditas unggulan lainnya yakni jagung dan sapi berada pada urutan 36 dan 39 dengan indeks daya penyebaran sebesar 0,7316783 dan 0,7087092 yang posisinya berada dibawah rata-rata derajat kepekaan sektor/komoditas lainnya.

Tabel 25. Sepuluh Sektor Terbesar Menurut Indeks Daya Penyebaran (Backward Linkages) di Propinsi Gorontalo Tahun 2006

Kode	Sektor/Komoditas	Indeks Daya Penyebaran	Urutan
30	Industri kertas, barang dari kertas dan karton	1,4228407	1
19	Pemotongan hewan dan Pakan Ternak	1,4144183	2
28	Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan	1,3990649	3
5	Tomat dan Cabe Rawit	1,3840605	4

Kode	Sektor/Komoditas	Indeks Daya Penyebaran	Urutan
26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	1,3673707	5
27	Pengergajian dan pengolahan kayu	1,3263539	6
31	Industri penerbitan, percetakan dan media rekaman	1,3178605	7
8	Tanaman bahan makanan lainnya	1,3142149	8
29	Barang-barang terbuat dari kayu dan barang-barang industri lainnya	1,3057509	9
15	Ikan laut	1,2835502	10
...	...	...	...
2	Jagung	0,7316783	36
12	Sapi	0,7087092	39

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

Selanjutnya tabel 25 menunjukkan Sepuluh Sektor/ Komoditas Terbesar Menurut Daya Kepekaan (Forward Linkages) di Propinsi Gorontalo Tahun 2006. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa hanya sektor/ komoditas jagung yang masuk peringkat sepuluh terbesar menurut daya kepekaan (*forward linkages*) di Propinsi Gorontalo tahun 2006 dan menempati urutan ke 8 dari klasifikasi 49 sektor/ komoditas dengan indeks daya kepekaan sebesar 1,5135551. Artinya bahwa daya kepekaan sektor/ komoditas jagung lebih tinggi dari rata-rata derajat kepekaan sektor/ komoditas lainnya. Sementara komoditas unggulan lainnya seperti ikan laut (ikan beku) dan sapi potong berada pada peringkat 18 dan 26 dengan indeks daya kepekaan masing-masing 0,9510545 dan 0,7453254, artinya bahwa derajat kepekaan sektor/ komoditas ikan laut (ikan beku) dan sapi

(sapi potong) lebih rendah dari rata-rata derajat kepekaan sektor lainnya dalam kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo.

Tabel 26. Sepuluh Sektor/ Komoditas Terbesar Menurut Daya Kepekaan (Forward Linkages) di Propinsi Gorontalo Tahun 2006

Kode	Sektor/Komoditas	Indeks Daya Kepekaan	Urutan
33	Ind. Kimia, pupuk, pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik	2,6189096	1
32	Industri Pengilangan Myk. Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya	2,5969994	2
35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	2,2747780	3
37	Alat angkutan lainnya, Karoseri Bontor, Angk. Jl. Raya, Angkutan Bontor dan Js. Angkutan	2,2095614	4
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	2,0006831	5
38	Listrik	1,8867890	6
14	Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya	1,5759081	7
2	Jagung	1,5135551	8
13	Ayam dan Unggas lainnya serta Hasilnya, Ternak Lainnya	1,4705124	9
11	Hasil dan jasa pertanian lainnya	1,3361059	10
...	...	...	...
15	Ikan laut	0,9510545	18
12	Sapi	0,7453254	26

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

Berdasarkan analisis keterkaitan indeks daya penyebaran dan indeks daya kepekaan, sektor-sektor ekonomi di Propinsi Gorontalo dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok, sebagai berikut (Kiayi, 2004) :

- Kelompok Pertama adalah sektor/komoditas yang mempunyai indeks daya penyebaran dan indeks daya kepekaan relatif tinggi (diatas rata-rata) disebut sebagai sektor/komoditas andalan, artinya sektor/komoditas tersebut mempunyai daya dorong dan daya tarik lebih besar dari rata-rata semua sektor/komoditas, sehingga sektor/komoditas ini mempunyai peranan yang sangat penting.
- Kelompok Kedua adalah sektor/komoditas yang mempunyai indeks daya penyebaran tinggi dan indeks daya kepekaan rendah yang disebut sebagai sektor jenuh, artinya sektor/komoditas ini mempunyai daya dorong yang lebih besar dari rata-rata semua sektor/komoditas, tetapi mempunyai daya tarik yang lebih kecil dari rata-rata semua sektor/komoditas.

Tabel 27. Sektor/komoditas di Propinsi Gorontalo Menurut Daya Kepekaan (DK) dan Daya Penyebaran (DP) Tahun 2006

Kode	Sektor/Komoditas	DP	DK
1	Padi dan Beras	1,16	1,03
2	Jagung	0,73	1,51
3	Umbi-Umbian	0,88	0,59
4	Kacang tanah dan kacang-kacangan lainnya	0,97	0,80
5	Tomat dan Cabe Rawit	1,38	0,90
6	Kangkung dan Sayur-sayuran lainnya	0,71	0,65
7	Buah-buahan	0,56	0,52
8	Tanaman bahan makanan lainnya	1,31	0,50
9	Kelapa, Kopra dan Hasil perkebunan lainnya	1,27	1,07

Kode	Sektor/Komoditas	DP	DK
10	Tebu dan Cengkeh	1,20	1,19
11	Hasil dan jasa pertanian lainnya	1,12	1,34
12	Sapi	0,71	0,75
13	Ayam dan Unggas lainnya serta Hasilnya, Ternak Lainnya	1,24	1,47
14	Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya	0,85	1,58
15	Ikan laut	1,28	0,95
16	Rumput laut	1,04	0,58
17	Ikan darat dan hasil perairan darat	1,13	0,71
18	Pertambangan dan bahan galian segala jenis	1,28	0,84
19	Pemotongan hewan dan Pakan Ternak	1,41	0,87
20	Pengasapan ikan	1,18	0,57
21	Pembekuan ikan	1,16	0,88
22	Minyak Nabati dan Hewani	0,69	0,50
23	Industri penggilingan biji-bijian dan tepung	0,61	0,69
24	Pia, Roti, biskuit dan sejenisnya	1,28	0,69
25	Industri Gula pasir dan Gula Merah	1,28	0,66
26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	1,37	1,03
27	Pengergajian dan pengolahan kayu	1,33	0,69
28	Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan	1,40	0,57
29	Barang-barang terbuat dari kayu dan barang-barang industri lainnya	1,31	1,04
30	Industri kertas, barang dari kertas dan karton	1,42	0,57
31	Industri penerbitan, percetakan dan media rekaman	1,32	0,94
32	Industri Pengilangan Myk Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya	0,41	2,60
33	Ind.Kimia, pupuk,pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik	0,41	2,62

Kode	Sektor/Komoditas	DP	DK
34	Ind. brg keramik, bahan bangunan kapur dan barang lain dari bahan bukan logam	0,41	0,57
35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	1,01	2,27
36	Ind mesin dan perlengkapannya, termasuk barang elektronik dan ind.perengkapan listrik	1,13	0,71
37	Alat angkutan lainnya, Karoseri Bentor, Angk. Jl.Raya, Angkutan Bentor dan Js. Angkutan	1,16	2,21
38	Listrik	0,73	1,89
39	Air minum:penjernihan, penyediaan dan penyaluran air	1,14	0,66
40	Bangunan tempat tinggal dan bangunan bukan tempat tinggal	0,77	1,25
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	0,70	2,00
42	Angkutan laut, sungai dan penyeberangan	1,02	0,64
43	Angkutan udara	0,83	0,53
44	Komunikasi	0,48	0,71
45	Lembaga keuangan:Perbankan,asuransi dan lembaga keuangan lainnya	0,68	1,05
46	Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan	0,87	0,95
47	Pemerintahan umum	0,81	0,47
48	Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan	0,71	0,55
49	Jasa perorangan dan rumahtangga dan kegiatan yang tidak jelas balasannya	1,13	0,64
	Jumlah	49,00	49,00
	Rataan	1,00	1,00

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

- Kelompok Ketiga adalah sektor/komoditas yang mempunyai indeks daya penyebaran rendah dan indeks daya kepekaan tinggi yang disebut sebagai sektor/komoditas potensial, artinya sektor-sektor ini mempunyai daya dorong yang lebih kecil dari rata-rata semua sektor/komoditas, tetapi mempunyai daya tarik yang lebih besar dari rata-rata semua sektor/komoditas.
- Kelompok Keempat adalah sektor/komoditas yang mempunyai indeks daya penyebaran dan indeks daya kepekaan yang rendah yang disebut sebagai sektor Kurang Berkembang, artinya sektor/komoditas tersebut mempunyai daya dorong dan daya tarik lebih kecil dari rata-rata semua sektor/komoditas, sehingga sektor/komoditas ini kurang berperan terhadap perekonomian wilayah.

Selanjutnya Indeks Daya Penyebaran dan Daya Kepekaan masing-masing sektor/komoditas yang mempengaruhi kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo dapat dilihat secara keseluruhan pada tabel 26. Dimana tiga sektor/komoditas unggulan dapat di klasifikasikan ke dalam 4 kuadran. Berdasarkan analisis kuadran dapat diketahui bahwa sektor/komoditas jagung berada pada kuadran **potensial** artinya sektor/komoditas ini mempunyai daya dorong yang lebih kecil dari rata-rata semua sektor, tetapi mempunyai daya tarik yang lebih besar dari rata-rata semua sektor. Sementara sektor/komoditas Sapi (sapi potong) adalah sektor/komoditas yang **kurang berkembang** artinya sektor/komoditas tersebut mempunyai daya dorong dan daya tarik lebih kecil dari rata-rata semua sektor/komoditas hingga sektor/komoditas ini kurang berperan dalam perekonomian. Sedangkan Ikan laut (Ikan beku) adalah sektor/komoditas **jenuh**, artinya daya dorong besar tetapi daya tarik lebih kecil, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3.

Berdasarkan Tabel 28 dapat dibuat pola keterkaitan ke depan dan ke belakang untuk masing-masing sektor/komoditas sebagaimana ditunjukkan pada matriks dbawah ini.

Tabel 28. Hubungan Antara Kaitan Ke Depan dan Ke Belakang Setiap Sektor di Propinsi Gorontalo, 2006

		Kaitan Ke Belakang/DP (Backward Linkages)			
		Tinggi		Rendah	
		Kode	Sektor/Komoditas	Kode	Sektor/Komoditas
Kaitan Ke Depan Atau DK (Forward Linkages)	Tinggi	1	Padi dan Beras	2	Jagung
		9	Kelapa, Kopra dan Hasil perkebunan lainnya	14	Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya
		10	Tebu dan Cengkeh	32	Ind. Pengilangan Myk. Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya
		11	Hasil dan jasa pertanian lainnya	33	Ind. Kimia, pupuk, pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik
		13	Ayam dan Unggas lainnya serta Hasilnya, Ternak Lainnya	38	Listrik
		26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	40	Bangunan tempat tinggal dan bangunan bukan tempat tinggal

		Kaitan Ke Belakang/DP (Backward Linkages)			
		Tinggi		Rendah	
		Kode	Sektor/Komoditas	Kode	Sektor/Komoditas
Kaitan Ke Depan Atau DK (Forward Linkages)	Tinggi	29	Barang-barang terbuat dari kayu dan barang-barang industri lainnya	41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya
		35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	45	Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya
		37	Alat angkutan lainnya, Karoseri Bentor, Angk. Jl. Raya, Angkutan Bentor dan Js. Angkutan		
		5	Tomat dan Cabe Rawit	3	Umbi-Umbian
Kaitan Ke Depan Atau DK (Forward Linkages)	Rendah	8	Tanaman bahan makanan lainnya	4	Kacang tanah dan kacang-kacangan lainnya
		15	Ikan laut	6	Kangkung dan Sayur-sayuran lainnya
		16	Rumput laut	7	Buah-buahan
		17	Ikan darat dan hasil perairan darat	22	Minyak Nabati dan Hewani
		18	Pertambangan dan bahan galian segala jenis	23	Industri penggilingan biji-bijian dan tepung
		19	Pemotongan hewan dan Pakan Ternak	34	Ind. brg keramik, bahan bangunan kapur dan barang lain dari bahan bukan logam

		Kaitan Ke Belakang/DP (Backward Linkages)			
		Tinggi		Rendah	
Kaitan Ke Depan Atau DK (Forward Linkages)	rendah	Kode	Sektor/Komoditas	Kode	Sektor/Komoditas
		20	Pengasapan ikan	43	Angkutan udara
		21	Pembekuan ikan	44	Komunikasi
		24	Pia, Roti, biskuit dan sejenisnya		
		5	Tomat dan Cabe Rawit	3	Umbi-Umbian
		8	Tanaman bahan makanan lainnya	4	Kacang tanah dan kacang-kacangan lainnya
		15	Ikan laut	6	Kangkung dan Sayur-sayuran lainnya
		16	Rumput laut	7	Buah-buahan
		17	Ikan darat dan hasil perairan darat	22	Minyak Nabati dan Hewani
		18	Pertambangan dan bahan galian segala jenis	23	Industri penggilingan biji-bijian dan tepung
		19	Pemotongan hewan dan Pakan Ternak	34	Ind. brg keramik, bahan bangunan kapur dan barang lain dari bahan bukan logam
		20	Pengasapan ikan	43	Angkutan udara
		21	Pembekuan ikan	44	Komunikasi
		24	Pia, Roti, biskuit dan sejenisnya		
		25	Industri Gula pasir dan Gula Merah	46	Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan
27	Pengergajian dan pengolahan kayu	47	Pemerintahan umum		

		Kaitan Ke Belakang/DP (Backward Linkages)			
		Tinggi		Rendah	
Kaitan Ke Depan Atau DK (Forward Linkages)	Rendah	Kode	Sektor/Komoditas	Kode	Sektor/Komoditas
		28	Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan	48	Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan
		30	Industri kertas, barang dari kertas dan karton	12	Sapi
		31	Industri penerbitan, percetakan dan media rekaman		
		36	Ind. mesin dan perlengkapan-nya, termasuk barang elektronik dan ind. perlengkapan listrik		
		39	Air minum: penjemihan, penyediaan dan penyaluran air		
		42	Angkutan laut, sungai dan penyeberangan		
		49	Jasa perorangan dan rumahtangga dan kegiatan yang tidak jelas balasannya		

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

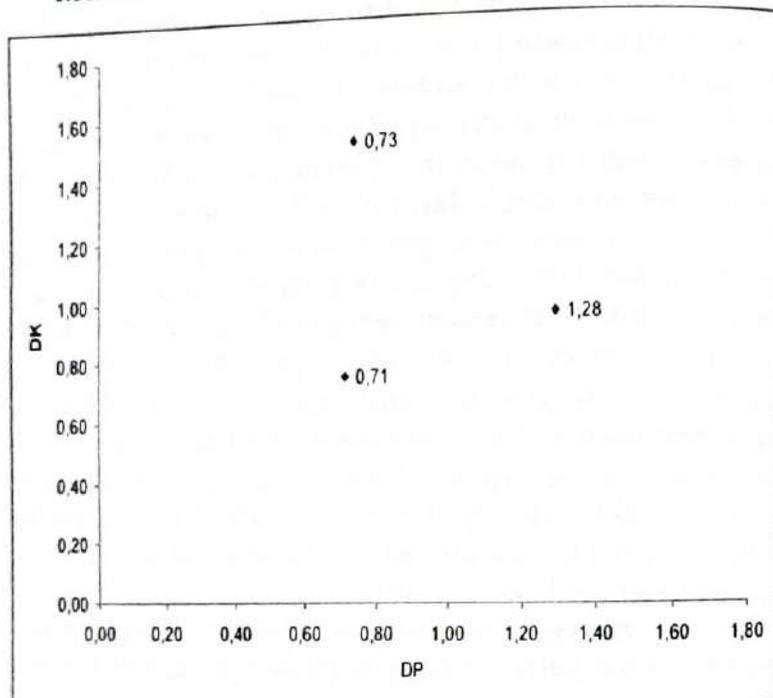
Dari Tabel 28 tersebut dapat ditarik suatu pola keterkaitan sebagai berikut :

- *Pertama*, terdapat sembilan Sektor/komoditas yang memiliki keterkaitan ke depan dan ke belakang yang tinggi yakni sektor/komoditas padi dan beras; Kelapa, Kopra dan Hasil perkebunan lainnya; Tebu dan Cengkeh; Hasil dan jasa pertanian lainnya; Ayam dan Unggas lainnya serta Hasilnya, Ternak Lainnya; tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang; Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja; dan Alat angkutan lainnya, Karoseri Bentor, Angk. Jl.Raya, Angkutan Bentor dan Js. Angkutan. Peningkatan investasi di sektor/komoditas ini akan memberikan dampak yang luas tidak hanya pada terhadap sektor/komoditas inputnya namun juga sektor/komoditas outputnya. Tingginya kaitan ke belakang menunjukkan tingginya penyebaran dampak perubahan dari sektor/komoditas tersebut terhadap sektor lainnya. Output dari sektor/komoditas ini akan menjadi input bagi sektor/komoditas lainnya.
- *Kedua*, terdapat delapan sektor/komoditas yang mempunyai kaitan ke depan tinggi namun kaitan ke belakangnya rendah yakni **Jagung**; Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya; Ind. Pengilangan Myk.Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya; Ind. Kimia, pupuk, pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik; Listrik; Bangunan tempat tinggal dan bangunan bukan tempat tinggal; Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya; Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya. Sektor/komoditas ini peka terhadap perubahan sektor/komoditas lainnya sebagai akibat perubahan permintaan akhir terhadap masing-masing sektor/komoditas tersebut. Sementara itu, perubahan

permintaan akhir terhadap sektor/komoditas ini tidak banyak dampaknya terhadap sektor/komoditas lainnya karena kaitan ke belakangnya rendah.

- *Ketiga*, terdapat 19 sektor/komoditas yang memiliki kaitan ke belakang tinggi namun kaitan ke depan rendah yakni Tomat dan Cabe Rawit; Tanaman bahan makanan lainnya; **Ikan laut**; Rumput laut; Ikan darat dan hasil perairan darat; Pertambangan dan bahan galian segala jenis; Pemotongan hewan dan Pakan Ternak; Pengasapan ikan; Pembekuan ikan; Pia, Roti, biskuit dan sejenisnya; Industri Gula pasir dan Gula Merah; Pengergajian dan pengolahan kayu; Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan; Industri kertas, barang dari kertas dan karton; Industri penerbitan, percetakan dan media rekaman; Ind.mesin dan perlengkapannya, termasuk barang elektronik dan ind.perengkapan listrik; Air minum: penjernihan, penyediaan dan penyaluran air; Angkutan laut, sungai dan penyeberangan; dan Jasa perorangan dan rumahtangga dan kegiatan yang tidak jelas balasannya. Kaitan ke depan yang rendah bagi sektor/komoditas ini mengingat sektor/komoditas ini merupakan sektor/komoditas hilir dalam proses input-output. Kaitan ke belakang yang tinggi inilah yang merupakan alasan utama untuk dijadikan prioritas dalam pembangunan dan pertumbuhan perekonomian perdesaan. Investasi disektor/komoditas ini akan mempengaruhi pertumbuhan sektor/komoditas hulu, terutama yang tergolong pada sektor/komoditas pertanian.
- *Keempat*, terdapat 13 sektor/komoditas yang memiliki kaitan ke depan dan belakang yang rendah yakni Umbi-umbian; Kacang tanah dan kacang-kacangan lainnya; Kangkung dan Sayur-sayuran lainnya; Buah-buahan; Minyak Nabati dan Hewani; Industri penggilingan biji-

bijian dan tepung; Ind. brg keramik, bahan bangunan kapur dan barang lain dari bahan bukan logam; Angkutan udara; Komunikasi; Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan; Pemerintahan umum; Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan; dan sapi. Sektor/komoditas ini bukan hanya tidak peka terhadap pertumbuhan sektor lainnya namun juga idak dapat diandalkan untuk menumbuhkan sektor lainnya bila kita meningkatkan investasi di sektor/komoditas ini.



Gambar 7. Pengelompokan tiga sektor/komoditas unggulan di Propinsi Gorontalo Menurut Daya Kepekaan (DK) dan Daya Penyebaran (DP) Tahun 2006

## F. Dampak Penggandaan Output

Dampak pengganda adalah alat untuk mengetahui pengaruh dari adanya perubahan permintaan akhir terhadap peningkatan sektor/komoditas yang dianalisis. Dalam penelitian ini akan mengkaji pengembangan sektor/komoditas unggulan di Propinsi Gorontalo akan dianalisis adalah dampak outputnya.

Analisis Tabel Input Output, output memiliki hubungan timbal balik dengan permintaan akhir dan output tersebut. Artinya jumlah output yang dapat diproduksi tergantung dari jumlah permintaan akhirnya.

Tingkat produksi yang diciptakan oleh sektor/komoditas unggulan yakni jagung, sapi (sapi potong) dan ikan beku (ikan laut) dapat dianalisis bila terjadi perubahan permintaan akhir yang dikembangkan melalui analisis pengganda output. Dari analisis tersebut dapat diketahui tingkat kontribusi sektor/komoditas unggulan terhadap laju pertumbuhan ekonomi di Propinsi Gorontalo. Tingginya nilai pengganda output ini menggambarkan tingginya nilai peningkatan output total jika terjadi permintaan sebesar satu unit.

Tabel 29. Sepuluh sektor terbesar berdasarkan Nilai Pengganda Output di Propinsi Gorontalo Tahu 2006

Kode	Sektor/Komoditas	Pengganda Output	Urutan	Distribusi
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	1.869.218,512	1	14,24
32	Industri Pengilangan Myk. Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya	1.241.319,741	2	9,46

Tabel 29 (lanjutan)

Kode	Sektor/Komoditas	Pengganda Output	Urutan	Distribusi
39	Air minum, penyediaan dan penyaluran air	970.863,781	3	7,40
33	Ind.Kimia, pupuk, pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik	930.907,700	4	7,09
35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	832.162,690	5	6,34
14	Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya	690.154,457	6	5,26
36	Ind.mesin dan perlengkapan, termasuk barang elektronik dan ind. perlengkapan listrik	664.785,150	7	5,07
46	Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan	553.704,868	8	4,22
26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	471.354,869	9	3,59
38	Listrik	411.462,658	10	3,14
2	Jagung	409.890,785	11	3,12
...	...	...	...	...
12	Sapi	123.005,325	25	0,94
15	Ikan laut	65.600,493	38	0,50

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006.

Berdasarkan Tabel 29 secara agregat sektor/komoditas unggulan tidak termasuk dalam kategori sepuluh besar yang memberikan nilai pengganda output yang dapat memacu pertumbuhan perekonomian di Propinsi Gorontalo.

Komoditas unggulan seperti jagung, sapi (termasuk sapi potong), ikan laut (termasuk ikan beku) hanya mampu menempati urutan 11, 25 dan 38 yang memberikan nilai pengganda output yang dapat memacu pertumbuhan perekonomian di Propinsi Gorontalo dengan nilai pengganda output dan distribusi secara berturut-turut yakni Rp. 409.890,785 juta (3,12 persen), Rp. 123.005,325 juta (0,94 persen) dan Rp. 65.600,493 juta (0,50 persen). Nilai yang ditunjukkan dari hasil perhitungan mengenai analisis nilai pengganda output khususnya sektor/komoditas unggulan, misalnya jagung sebesar 409.890,785, artinya jika terdapat permintaan akhir atas sektor/komoditas sebesar Rp. 1 juta, maka produksi daerah total akan meningkat sebesar Rp. 409.890,785 juta. Hal ini erat kaitannya komoditas jagung tidak banyak dampaknya terhadap sektor/komoditas lainnya karena kaitan ke belakangnya rendah.

Tabel 30. Output Yang di Pengaruhi Oleh Jenis Permintaan Akhir di Propinsi Gorontalo

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Akhir						
		301	302	303	304	305	306	309
1	Padi dan Beras	198870,842	21010,967	55342,005	-666790,425	43645,816	0,000	-347920,797
2	Jagung	110.308,368	27.195,572	106.765,113	65.411,390	100.210,342	0,000	409.890,785
3	Umbi-Umbian	25943,190	5435,469	17158,500	12977,375	16897,124	0,000	78411,656
4	Kacang tanah dan kacang-kacangan lainnya	47346,845	11132,267	40146,013	-7786,071	31505,095	0,000	122344,149
5	Tomat dan Cabe Rawit	68577,572	12162,172	35280,000	-107771,919	46290,034	0,000	54537,859
6	Kangkung dan Sayur-sayuran lainnya	112125,305	6396,199	22542,268	-139324,168	29683,961	0,000	31423,566
7	Buah-buahan	44678,189	3228,898	9491,729	10185,268	11419,545	0,000	79003,630
8	Tanaman bahan makanan lainnya	19617,611	2575,551	9898,375	-30814,556	104857,720	0,000	106134,701
9	Kelapa, Kopro dan Hasil perkebunan lainnya	53733,206	14933,210	49203,876	-23301,769	60575,929	0,000	155144,453
10	Tebu dan Cengkeh	50196,192	14856,566	29710,954	20252,955	26030,900	0,000	141047,568
11	Hasil dan jasa pertanian lainnya	86896,734	21687,227	48924,319	-154101,492	50025,642	0,000	53432,431
12	Sapi	31.494,924	5.598,987	20.269,232	-40.111,788	105.753,972	0,000	123.005,325

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Akhir						
		301	302	303	304	305	306	309
13	Ayam dan Unggas lainnya serta Hasilnya, Ternak Lainnya	111628,579	16117,361	58047,650	-377256,001	158605,573	0,000	-32856,837
14	Rotan, Kayu dan Hasil hutan lainnya	84844,233	29722,834	316676,353	581,355	258329,682	0,000	690154,457
15	Ikan laut	104.575,473	15.969,083	49.128,249	-182.588,141	78.515,830	0,000	65.600,493
16	Rumput laut	8428,708	9682,430	11791,827	-57507,131	48290,635	0,000	20686,468
17	Ikan darat dan hasil perairan darat	70269,169	12472,237	14709,884	-8986,435	18574,752	0,000	107039,607
18	Perlambangan dan bahan galian segala jenis	39433,012	9975,063	60522,952	118704,877	75852,191	0,000	304488,094
19	Pemotongan hewan dan Pakan Ternak	37591,642	11458,039	29767,930	27185,588	56939,785	0,000	162942,984
20	Pengasapan ikan	8822,395	4122,462	13145,944	-99588,774	29542,261	0,000	-47955,713
21	Pembekuan ikan	30498,708	12050,478	59257,095	-77652,388	71595,093	0,000	95748,986
22	Minyak Nabati dan Hewani	74659,188	3077,659	6572,327	-374530,241	10200,738	0,000	-280320,329
23	Industri penggilingan biji-bijian dan tepung	133120,671	7580,300	22916,843	62972,798	12635,001	0,000	239225,613

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Akhir						
		301	302	303	304	305	306	309
24	Pia, Roti, biskuit dan sejenisnya	30313,452	10984,914	23780,438	-11124,396	15837,766	0,000	69792,174
25	Industri Gula pasir dan Gula Merah	38672,962	8655,874	17676,910	25342,812	11132,661	0,000	101481,219
26	Tekstil jadi, pakaian jadi dan tekstil lainnya dan kain kerawang	167341,102	44479,161	63787,814	146370,349	49376,444	0,000	471354,869
27	Pengergajian dan pengolahan kayu	14576,941	4936,192	146218,481	109361,948	33989,913	0,000	309083,476
28	Rotan dan barang lainnya yang terbuat dari rotan	7630,210	3250,401	120880,507	60535,041	13928,667	0,000	206224,825
29	Barang-barang terbuat dari kayu dan barang-barang industri lainnya	61056,459	32987,208	230672,263	-1671,445	62730,799	0,000	385775,285
30	Industri kertas, barang dari kertas dan karton	10963,576	17667,844	10391,418	24141,090	6825,394	0,000	69989,323
31	Industri penerbitan, percetakan dan media rekaman	124632,342	114550,215	49650,145	-203080,205	16826,011	0,000	102578,507

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Akhir						
		301	302	303	304	305	306	309
32	Industri Pengilangan Myk. Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-barang hasilnya	673583,330	97848,896	370617,647	-84072,706	183342,574	0,000	1241319,741
33	Ind. Kimia, pupuk, pestisida, barang dr karet dan barang dari plastik	259243,791	66881,625	156846,889	331732,006	116203,389	0,000	930907,700
34	Ind. brg keramik, bahan bangunan kapur dan barang lain dari bahan bukan logam	10339,380	8474,171	94814,665	4452,445	10797,356	0,000	128878,016
35	Ind. dasar besi dan baja dan industri barang dari logam bukan besi dan baja	133776,431	52456,150	165195,966	400607,986	80126,157	0,000	832162,690
36	Ind. mesin dan perlengkapannya, termasuk barang elektronik dan ind. perlengkapan listrik	111857,399	25019,893	31820,583	473513,422	22573,852	0,000	664785,150

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Akhir							
		301	302	303	304	305	306	309	
37	Alat angkutan lainnya, Karoseri Bentor, Angk. Jl.Raya, Angkutan Bentor dan js. Angkutan	137983,183	45273,112	121840,933	-28227,565	119135,039	0,000	396004,702	
	38	Listrik	119746,086	194811,021	68796,095	-25582,850	53692,305	0,000	411462,658
39	Air minum:penjemihan, penyediaan dan penyaluran air	37456,117	26755,445	893515,834	768,165	12368,220	0,000	970863,781	
	40	Bangunan tempat tinggal dan bangunan bukan tempat tinggal	121074,676	91989,053	62532,078	-2460,366	48169,667	0,000	321305,107
41	Rokok, Perdagangan, Hotel, Restoran, Makanan dan Minuman Lainnya	615780,373	164663,518	749620,651	122688,534	216465,435	0,000	1869218,512	
	42	Angkutan laut, sungai dan penyeberangan	14843,407	4311,780	14278,744	-28051,940	23275,896	0,000	28657,886
43	Angkutan udara	7799,951	4270,868	6703,785	-323,610	21708,241	0,000	40159,235	

Kode	Sektor/Komoditas	Permintaan Akhir						
		301	302	303	304	305	306	309
44	Komunikasi	50947,149	27299,061	19149,821	-5245,972	17363,152	0,000	109513,211
45	Lembaga keuangan: Perbankan, asuransi dan lembaga keuangan lainnya	68432,884	15247,728	53325,806	11806,077	30560,017	0,000	179372,511
46	Usaha persewaan bangunan dan tanah dan jasa perusahaan	57023,065	435087,875	44142,257	-10377,770	27829,441	0,000	553704,868
47	Pemerintahan umum	31815,527	14533,190	3609,973	-184,861	5417,894	0,000	55191,722
48	Jasa sosial kemasyarakatan, Hiburan, Rekreasi, TV Kabel dan Kebudayaan	148712,437	52938,604	12925,626	-5638,035	30258,285	0,000	239196,917
49	Jasa perorangan dan rumah tangga dan kegiatan yang tidak jelas balasannya	39991,080	11879,359	33461,637	99,864	13885,534	0,000	99317,474

Sumber : Data diolah dari Tabel I-O sementara Gorontalo tahun 2006

Nilai-nilai yang ditunjukkan oleh setiap sektor/komoditas pada tabel 29 adalah nilai dari *sensitivity analysis* yang mempunyai pengertian bahwa apabila dilakukan investasi dalam pembentukan modal tetap (303) pada suatu sektor/komoditas tersebut akan meningkat sesuai dengan jumlah investasi yang diinvestasikan pada setiap sektor/komoditas tersebut dikalikan dengan nilai-nilai output permintaan akhir. Misal, penginvestasian dilakukan pada tiga sektor/komoditas unggulan (jagung, sapi dan ikan laut) sebesar Rp. 100 juta, maka akan terjadi perubahan output ditiga sektor/komoditas unggulan tersebut secara berturut-turut sebesar Rp. 10.676.511,3 juta, Rp. 559.898,7 juta dan Rp. 4.912.824,9 juta dengan cara yang sama dapat juga terjadi pada sektor/komoditas yang lain.

Jika dibandingkan ketiga sektor/komoditas unggulan, terlihat bahwa sektor/komoditas jagung mempunyai pengaruh yang paling besar, bila dilakukan investasi pada ketiga sektor/komoditas unggulan tersebut. Demikian halnya investasi dalam perubahan stok (304) sektor/komoditas jagung tetap memiliki pengaruh terbesar dari ketiga komoditas unggulan, sedangkan sektor/komoditas sapi dan ikan laut bernilai negatif karena kedua sektor/komoditas ini merupakan sektor/komoditas yang kurang berkembang dan jenuh.

## Bab 17 Segmentasi dan Potensial Pasar

Hubungan antara produk (P) dan market sasaran (M) menyebabkan timbulnya segmen pasar sehingga dapat mengetahui pasar yang potensial bagi suatu komoditas. Komoditas pertanian, peternakan dan perikanan memiliki segmen pasar yakni cakupan seluruh pasar, sehingga membutuhkan strategi untuk menguasainya. Segmentasi pasar dan pasar potensial bagi komoditas unggulan pertanian, peternakan dan perikanan di Propinsi Gorontalo ditunjukkan pada tabel 31 dibawah ini.

Tabel 31. Segmentasi pasar dan pasar potensi komoditas unggulan Propinsi Gorontalo

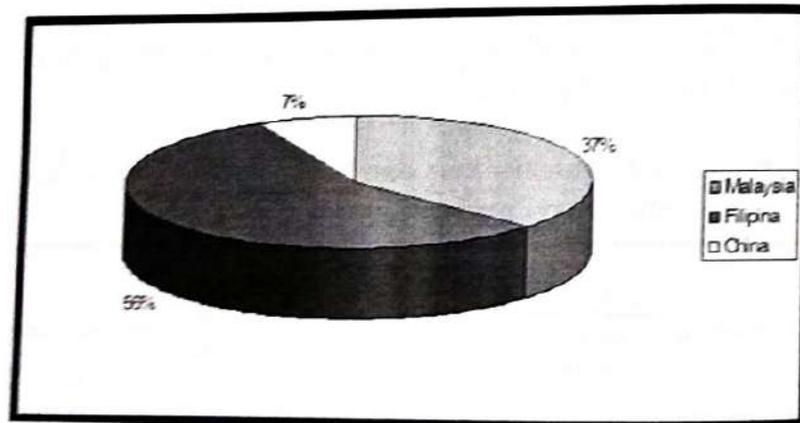
Komoditas	Segmen Geografis		Tahun 2009	Keterangan
	Negara/Kota	Tujuan		
Malaysia	Permintaan (kg)		16.200.000	Pasar Potensial
	Nilai (US \$)		3.105.000	
Philipina	Permintaan (kg)		27.163.460	

Komoditas	Segmen Geografis		Tahun 2009	Keterangan
	Negara/ Kota Tujuan			
Jagung		Nilai (US \$)	4.721.000	
	China	Permintaan (kg)	4.000.000	
		Nilai (US \$)	580.000	
	Jepang	Permintaan (kg)*	23.580,00	
Nilai (US \$)*		47.160		
Ikan Beku (Tuna)	Jakarta/ Surabaya	Permintaan (kg)**	65.000	Pasar Potensial
		Nilai (US \$)**	130.000	
Sapi potong	Malaysia	Permintaan (ekor)**	900	Pasar Potensial
		Nilai (US \$)**	540.000	

Sumber : DPK Propinsi Gorontalo dan Dinas Peternakan dan Perkebunan, 2009

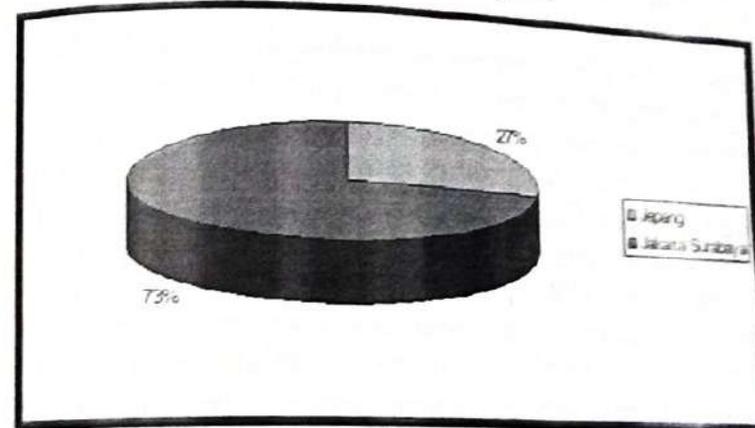
Keterangan : \* data tahun 2005

\*\* data tahun 2007



Gambar 8. Segmentasi Pasar Komoditas Jagung

Berdasarkan Tabel 30, maka segemen pasar komoditas jagung yakni Malaysia, Philipina dan China. Adapun pasar potensial komoditas jagung adalah Philipina dengan persentase pasar potensialnya sebesar 56% (Gambar 8). Untuk komoditas Ikan Beku (Tuna) segmentasi pasarnya adalah Jepang, Jakarta dan Surabaya, dimana persentase pasar potensialnya adalah Jakarta dan Surabaya sebesar 73% (Gambar 9). Sementara komoditas Sapi Potong segmentasi dan pasar potensialnya adalah Malaysia.



Gambar 9. Segmentasi Pasar Komoditas Ikan Beku (Tuna)

#### A. Analisis SWOT Komoditas Jagung

Secara keseluruhan Propinsi Gorontalo wilayah perkebunannya didominasi tanaman jagung. Jagung merupakan tanaman pangan yang menempati posisi kedua sebagai sumber karbohidrat setelah tanaman padi. Di Propinsi Gorontalo terdapat 5 kabupaten dan 1 kota yang menjadi sentra produksi tanaman komoditas jagung. Wilayah atau sentra produksi komoditas jagung yang menjadi tempat penelitian yakni Kabupaten Pohuwato di Kecamatan Randangan, Kabupaten Bone Bolango di Kecamatan Tilongkabila dan Kota Gorontalo di Kecamatan Kota Utara.

Komoditas jagung merupakan salah satu komoditas unggulan yang diupayakan terus dikembangkan. Komoditas jagung saat ini merupakan salah satu komoditas yang memegang peranan penting dalam sektor perekonomian di Propinsi Gorontalo karena masuk dalam kategori komoditas yang sangat potensial. Komoditas jagung selain dipasarkan antar pulau atau ekspor untuk konsumsi pangan, juga bisa menjadi bahan pakan ternak. Daerah tujuan pemasaran antar pulau atau ekspor komoditas jagung Propinsi Gorontalo yakni Jakarta, Surabaya, Singapore, Hongkong, Philippina, Malaysia dan Korea. Namun, sangat disayangkan komoditas jagung yang dipasarkan baik antar pulau maupun ekspor masih dalam bentuk produk segar atau jagung pipilan, belum dalam bentuk produk olahan. Hal ini disebabkan industri olahan pasca panen tidak berjalan sesuai rencana pemerintah Propinsi Gorontalo. Ketidakterbantuan industri olahan seperti KIAT (Kawasan Industri Agro Terpadu) disebabkan adanya keterbatasan dan kekurangan di hampir semua elemen penunjang produksi kecuali bahan baku. Oleh karena itu, Pemerintah Gorontalo harus lebih serius untuk menangani permasalahan ini. Disamping itu pemerintah Propinsi Gorontalo harus memperhatikan kualitas jagung pipilan yang diperdagangkan antar pulau atau diekspor karena pangsa pasar kecil dan terdapat beberapa daerah dan negara pesaing untuk komoditas jagung pipilan seperti Sulawesi Selatan, Kalimantan Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Nusa Tenggara Timur, Sumatera Utara, Lampung, Thailand, USA dan Amerika Latin.

Kabupaten Pohuwato di Kecamatan Randangan, Kabupaten Bone Bolango di Kecamatan Tilongkabila dan Kota Gorontalo di Kecamatan Kota Utara juga merupakan sentra bagi komoditas peternakan, khususnya peternakan sapi. Sinergitas antar komoditas unggulan merupakan salah satu alternatif yang bisa dikembangkan. Mensinergikan

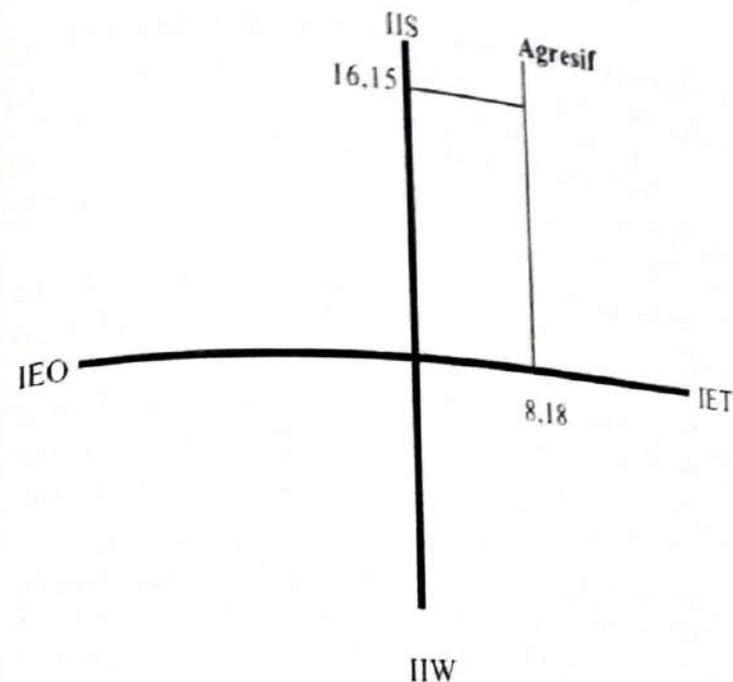
usaha akan menjadi peluang investasi yang menarik untuk dilakukan, seperti misalnya mensinergikan usaha antara sektor/komoditas jagung dan antara sektor/komoditas ternak sapi.

Tabel 32. Indikator dan Skor Analisis SWOT Komoditas Jagung

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
1.	Kesesuaian lahan	12	4	48	0	0
2.	Ketersediaan Lahan	10	4	40	0	0
3.	Nilai sewa lahan	5	2	10	0	0
4.	Fasilitas Lembaga Keuangan Daerah	8	0	0	-2	-16
5.	Sarana dan Prasarana Pendukung (jalan, jembatan, pelabuhan udara, pelabuhan laut)	10	2	20	0	0
6.	Kebijakan Pemerintah Daerah	8	4	32	0	0
7.	Mutu dan Ketersediaan Bahan Baku	10	3	30	0	0
8.	Status penguasaan lahan	5	2	10	0	0
9.	Keberadaan Industri Pengolahan	5	0	0	-3	-15
10.	Tradisi dan Budaya Lokal	7	3	21	0	0
11.	SDM Pendukung	10	3	30	0	0
12.	Reputasi di Informasi sektor/komoditas	5	3	15	0	0
13.	Jalur Distribusi	5	0	0	-3	-15
<b>Total Nilai</b>				<b>256</b>		<b>-46</b>
<b>Rataan</b>				<b>19,69</b>		<b>-3,54</b>

No	Indikator Eksternal	Bobot (%)	Peluang (O)		Ancaman(T)	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
1.	Pasar	15	3	45	0	0
2.	Harga Jual	15	4	60	0	0
3.	Daya Beli	5	3	15	0	0
4.	Ketersediaan Saprotan	10	0	0	-3	-30
5.	Keberadaan Investor	10	0	0	-3	-30
6.	Kebijakan Pemerintah Pusat	15	4	60	0	0
7.	Fasilitas Keuangan/Bank Nasional	5	0	0	-1	-5
8.	Keberadaan Produk Sejenis dari Daerah Lain	5	0	0	-2	-10
9.	Adanya pesaing asing	5	0	0	-2	-10
10.	Masalah Keamanan dan Kepastian Hukum	5	3	15	0	0
11.	Perubahan Teknologi	10	0	0	-2	-20
<b>Total Nilai</b>				195		-105
<b>Rataan</b>				17,73		-9,55
$IIS + IIW = 19,69 + (-3,54) = +16,15$						
$IEO + IET = 17,73 + (-9,55) = +8,18$						

Sumber : Diolah dari berbagai informasi dan wawancara, 2009



Gambar 10. Matriks Space Analisis SWOT Komoditas Jagung

### B. Alternatif Strategi Pengembangan dan Pemasaran Komoditas Jagung

Berdasarkan Matriks Space Analisis yang merupakan bagian dari SWOT Analisis, maka komoditas jagung berada pada kuadran question mark atau kuadran agresif artinya komoditas ini dapat terus dikembangkan karena memberikan pengaruh dan pertumbuhan yang baik terhadap kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo. Untuk mencapai pertumbuhan pemasaran yang baik, maka pemerintah Propinsi Gorontalo dan Instansi Teknis yang terkait dengan program pengembangan komoditas jagung perlu membuat rencana-rencana strategis yang dapat menunjang pertumbuhan khususnya pemasaran, yakni :

1. Memperbesar investasi baik dari Penanaman Modal Asing maupun Penanaman Modal Daerah untuk memperbesar dan membangun sarana dan prasarana seperti Pabrik Pengolahan, Peralatan Pertanian, Diklat SDM sehingga dapat mengikuti pertumbuhan pasar yang cepat.
2. Memberikan penyuluhan kepada petani tentang pentingnya pra panen dan pasca panen sehingga diperoleh standar kualitas ekspor.
3. Mempertahankan kualitas produk komoditas dengan melakukan pengontrolan secara periodik terhadap produk komoditas yang dihasilkan pada setiap sentra produksi.
4. Menerapkan kebijakan harga yang bersaing dengan harga pesaing dan melakukan monitoring secara terus menerus terhadap kebijakan harga serta perkembangan harga komoditas jagung di pasar nasional maupun internasional.
5. Menggunakan sistem pengendalian persediaan dengan menggunakan data base terkomputerisasi, mulai dari tingkat produsen (petani), pemasok sampai dengan sistem ditribusi ke masing-masing pasar tujuan baik perdagangan antar pulau maupun ekspor.
6. Menerapkan sistem pengendalian dan pengawasan yang ketat terhadap semua pasar tujuan perdagangan antar pulau maupun ekspor sehingga komoditas yang dipasarkan mencapai tepat waktu, tepat jumlah dan tepat mutu.
7. Mengupayakan melakukan pemberian bantuan dana penguatan modal bagi lembaga usaha ekonomi pedesaan dan koperasi unit desa untuk melakukan pembelian komoditas jagung langsung kepada petani dan anggota kelompok tani untuk memutus peran tengkulak atau

- pengumpul tak resmi.
8. Meningkatkan dan memacu kegiatan pertanian dalam mempertahankan ketahanan pangan dan menunjang kegiatan perindustrian terutama Agro Industri.
9. Mendorong masuknya arus investasi baru ke Propinsi Gorontalo dengan meningkatkan kepastian hukum, serta kemudahan prosedur dan tata cara penanaman modal.
10. Meningkatkan akses dan optimalisasi sumberdaya lahan dan air bagi komoditi jagung.
11. Secara terus menerus meningkatkan program pengembangan sumber daya manusia (SDM), karena faktor pengembangan SDM merupakan yang terpenting untuk pencapaian rencana strategis.
12. Membina hubungan baik dengan produsen, pengumpul dan konsumen, misalnya pembayaran tepat waktu dan administrasi yang baik sehingga tercipta sinergi dalam menghadapi pesaing-pesaing yang ada maupun pesaing yang akan muncul.
13. Pengadaan program-program promosi yang dapat meningkatkan penjualan seperti program bonus dan potongan harga jika membeli dengan jumlah besar yang melampaui target penjualan.
14. Memantau perkembangan teknologi, kualitas produk, selera pasar, kecenderungan perilaku pasar serta persaingan pasar dalam pasar komoditas.
15. Melakukan ekspansi secara horisontal ke wilayah lain yang sedang berkembang di dalam memperluas jaringan pemasaran komoditas.
16. Menerapkan konsep kawasan komoditas unggulan dan peningkatan intensifikasi komoditas : intensifikasi budidaya, panen dan penanganan pasca panen komoditas unggulan.

17. Meningkatkan sistem jaringan data base yang dapat diakses oleh setiap sentra-sentra produksi dan instansi teknis terkait sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas sistem distribusi, informasi dan pengolahan data serta pengendalian persediaan untuk setiap komoditas unggulan.

### C. Analisis SWOT Komoditas Sapi (Sapi Potong)

Salah satu komoditas unggulan propinsi Gorontalo yakni Sapi (Sapi Potong) yang kontribusinya telah mampu mengangkat perekonomian rakyat. Pemeliharaan sapi di Gorontalo umumnya dilakukan oleh masyarakat setempat dan masyarakat transmigran. Petani peternak umumnya memelihara sapi Bali dengan pola pemeliharaan *Dji Sam Soe* yang terintegrasi dengan komoditas jagung. Permintaan akan daging di pasar tingkat regional maupun nasional masih cukup luas, sehingga memberikan peluang bagi Pemerintah Gorontalo untuk mengembangkan Sapi Potong sebagai komoditas unggulan kedua setelah komoditas jagung. Munculnya komoditas ternak sapi potong sebagai unggulan kedua didasarkan pada potensi sumberdaya ternak, ketersediaan lahan pengembalaan, dan potensi sumberdaya peternak. Teknik pemeliharaan ternak masih mengandalkan sistem pengembalaan dan relatif sedikit yang menggunakan sistem pengkandangan. Selain potensi yang ada, perkembangan populasi sapi di Gorontalo atas inisiatif Pemda yang mendorong pengembangan sapi potong, baik dari dana APBN maupun APBD. Pengembangan Sapi Potong yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat dianggap cukup berhasil karena dapat memenuhi permintaan masyarakat lokal, regional dan ekspor. Permintaan atau pemasaran sapi potong ini menggunakan dua pola pemasaran yakni pemasaran Non Mitra dan Bermitra. Pemasaran ternak sapi selain untuk memenuhi permintaan daging dan protein

hewani, sampai saat ini kegiatan penjualan atau pemasaran ternak sapi potong sebagian besar ditujukan ke daerah Kalimantan Timur, Palu, Sulawesi Utara, sekalipun masih ada permintaan kebutuhan ternak sapi untuk kawasan timur lainnya, seperti wilayah Papua yang sampai saat ini belum dapat dipenuhi. Pemasaran untuk skala lokal dan regional cenderung menerapkan pola pemasaran non mitra dimana ternak sapi potong atau bibit bakalan, dilakukan pembelian dari petani oleh blantik, kemudian dijual ke pedagang besar antar pulau atau ke pasar hewan. Adapun pemasaran untuk orientasi ekspor, pemasarannya menggunakan pola mitra antara PT. Gorontalo Fitra Mandiri selaku BUMD dengan Duta Sierra Development Sdn. Bhd, Kuala Lumpur.

Pemasaran Ekspor Sapi Potong ini dilakukan melalui kontrak dengan Malaysia, ekspor ternak sapi hidup jenis sapi Bali dilakukan secara terkendali dan penuh kewaspadaan sebab jenis sapi Bali ini merupakan komoditas plasma nutfa sehingga perijinan ekspornya harus mendapat persetujuan dari Pemerintah Pusat maupun lembaga-lembaga terkait lainnya.

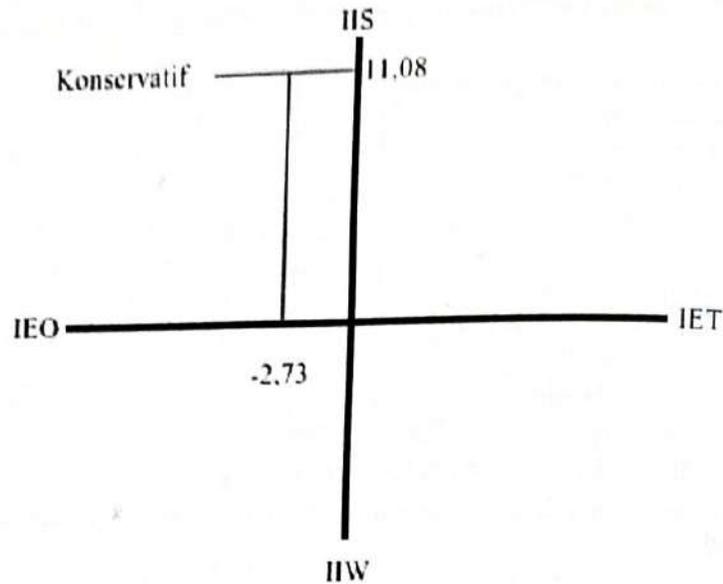
Dari tabel analisis SWOT dibawah ini diperlihatkan kekuatan dan peluang yang cukup besar untuk pengembangan komoditas ini.

Tabel 33. Indikator dan Skor Analisis SWOT Komoditas Sapi (Sapi Potong)

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Kekuatan		Kelemahan	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
1	Kesesuaian lahan	12	4	48		
2	Ketersediaan Lahan	10	4	40		
3	Nilai sewa lahan	5	2	10		
4	Fasilitas Lembaga Keuangan Daerah	8	2	16		
5	Sarana dan Prasarana Pendukung (jalan, jembatan, pelabuhan udara, pelabuhan laut)	10	3	30		
6	Kebijakan Pemerintah Daerah	8	3	24		
7	Mutu dan Ketersediaan Bahan Baku	10	1	10		
8	Status penguasaan lahan	5	2	10		
9	Keberadaan Industri Pengolahan	5			-4	-20
10	Tradisi dan Budaya Lokal	7	3	21		
11	SDM Pendukung	10			-2	-20
12	Reputasi di Informasi sektor/komoditas	5			-2	-10
13	Jalur Distribusi	5			-3	-15
<b>Total Nilai</b>				209		-65
<b>Rataan</b>				16,08		-5,00
No	Indikator Eksternal	Bobot (%)	Peluang		Ancaman	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
1	Pasar	15	3	45		
2	Harga Jual	15	3	45		
3	Daya Beli	5	1	5		
4	Ketersediaan Saprotan	10	1	10		
5	Keberadaan Investor	10			-4	-40
6	Kebijakan Pemerintah Pusat	15			-3	-45

No	Indikator Eksternal	Bobot (%)	Peluang		Ancaman	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
7	Fasilitas Keuangan/Bank Nasional	5	2	10		
8	Keberadaan Produk Sejenis dari Daerah Lain	5			-4	-20
9	Adanya pesaing asing	5				
10	Masalah Keamanan dan Kepastian Hukum	5	2	10	-4	-20
11	Perubahan Teknologi	10				
<b>Total Nilai</b>				125	-3	-30
<b>Rataan</b>				11,36		-155
<b>IIS + IIW = 16,08 + (-5,00) = +11,08</b>						-14,09
<b>IEO + IET = 11,36 + (-14,09) = -2,73</b>						

Sumber : Diolah dari berbagai informasi dan wawancara, 2009



Gambar 11. Matriks Space Analisis SWOT Komoditas Sapi Potong

**D. Analisis SWOT Komoditas Ikan Laut (Ikan Beku)**

Tuna adalah ikan yang membentuk gerombolan dan hidup di perairan tropis sampai subtropics. Jenis ikan tuna yang terpenting dalam perdagangan adalah Yellowfin, Bigeye, Southern Bluefin Tuna, Northern Bluefin, Albacore dan Skipjack (Cakalang). Komoditas ikan laut khususnya komoditi ikan tuna beku merupakan salah satu komoditas unggulan di Propinsi Gorontalo.

Potensi Maximum Sustainable Yield (MSY) tuna dan cakalang di perairan Propinsi Gorontalo dan ZEE diperkirakan sejumlah 175.260 ton. Para pengusaha perikanan di Propinsi Gorontalo menjual atau memasarkan ikan tuna beku tersebut ke pasar tujuan dengan harga yang cukup tinggi. Pengusaha perikanan dan pengusaha pengumpul di daerah asal bisanya telah memiliki saluran pemasaran

tertentu untuk memasarkan ikan - ikan tuna beku tersebut ke negara - negara tujuan, seperti ke Jepang, Singapura, Hawaii, Cape Town, Korea, USA dan Prancis, disamping cepatnya pembayaran yang dilakukan oleh negara importir, harga yang terbentuk tergantung dari jumlah produk yang ditawarkan, kualitas ikan dan ukuran dari ikan itu sendiri. Perdagangan tuna dan cakalang selain dilakukan di dalam negeri, juga dilakukan perdagangan luar negeri. Ekspor ikan tuna dalam bentuk beku dan segar.

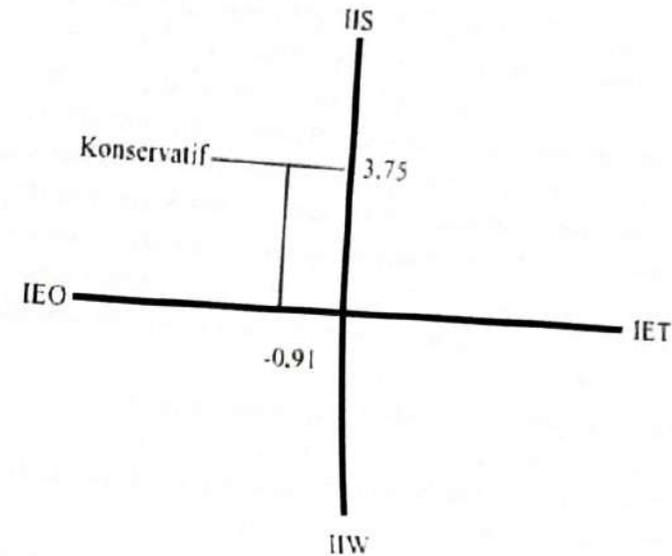
Tabel analisis SWOT dibawah ini diperlihatkan kekuatan dan peluang yang cukup besar untuk pengembangan komoditas ini.

Tabel 34. Indikator dan Skor Analisis SWOT Komoditas Ikan Laut (Ikan Beku)

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Kekuatan		Kelemahan	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
1	Potensi Perikanan	12	4	48		
2	Armada dan Alat tangkap	15			-4	-60
3	Fasilitas Lembaga Keuangan Daerah	8			-1	-8
4	Sarana dan Prasarana Pendukung (jalan, jembatan, pelabuhan udara, pelabuhan laut)	10	2	20		
5	Kebijakan Pemerintah Daerah	8	2	16		
6	Mutu dan Ketersediaan Bahan Baku	10	2	20		
7	Status pemanfaatan potensi perikanan	5			-3	-15
8	Keberadaan Industri Pengolahan	5			-4	-20
9	Tradisi dan Budaya Lokal	7	2	14		
10	SDM Pendukung	10	1	10		

No	Indikator Internal	Bobot (%)	Kekuatan		Kelemahan	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
11.	Reputasi di Informasi sektor/komoditas	5	2	10		
12.	Jalur Distribusi	5	2	10		
<b>Total Nilai</b>				148		-103
<b>Rataan</b>				12,33		-8,58
No	Indikator Eksternal	Bobot (%)	Peluang		Ancaman	
			Skor	Nilai	Skor	Nilai
1	Pasar	15	2	30		
2	Harga Jual	10	2	20		
3.	Daya Beli	10			-2	-20
4.	Ketersediaan Saprotan	10	1	10		
5	Keberadaan Investor	10			-4	-40
6	Kebijakan Pemerintah Pusat	15	2	30		
7	Fasilitas Keuangan/Bank Nasional	5	2	10		
8	Keberadaan Produk Sejenis dari Daerah Lain	5			-3	-15
9.	Adanya pesaing asing	5			-3	-15
10	Masalah Keamanan dan Kepastian Hukum	5	2	10		
11	Perubahan Teknologi	10			-3	-30
<b>Total Nilai</b>				110		-120
<b>Rataan</b>				10,00		-10,91
<b>IIS + IIW = 12,33 + (-8,58) = + 3,75</b>						
<b>IEO + IET = 10,00 + (-10,91) = - 0,91</b>						

Sumber : Diolah dari berbagai informasi dan wawancara, 2009



Gambar 12. Matriks Space Analisis SWOT Komoditas Ikan Beku

#### E. Alternatif Strategi Pengembangan dan Pemasaran Komoditas Sapi Potong dan Ikan Laut (Ikan Beku)

Berdasarkan Matriks Space Analisis yang merupakan bagian dari SWOT Analisis, maka komoditas Sapi Potong dan Ikan Laut (ikan Beku) berada pada kuadran star atau kuadran konservatif artinya komoditas ini merupakan komoditas strategis, dimana komoditas yang terletak pada kuadran ini dapat ditafsirkan sebagai komoditas yang memiliki peluang bisnis yang besar karena beroperasi pada pasar yang sedang tumbuh. Akan tetapi komoditas sapi potong dan ikan laut (ikan beku) yang berada pada kuadran ini menghasilkan defisit aliran kas atau sudah berada pada posisi kurang berkembang dan jenuh sehingga tidak memberikan pengaruh secara signifikan serta memiliki pertumbuhan yang lambat terhadap kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo.

Oleh karena pemerintah Propinsi Gorontalo dan Instansi Teknis yang terkait dengan pengembangan komoditas sapi potong dan ikan laut (ikan beku) perlu menetapkan beberapa langkah strategis khususnya strategi pemasaran untuk kedua komoditas tersebut agar memiliki pertumbuhan yang cepat serta memberikan aliran surplus kas sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo. Adapun strategi pengembangan dan pemasaran untuk komoditas sapi potong dan ikan laut (ikan beku), yakni :

1. Meningkatkan kelembagaan usaha dan kelembagaan petani. Usaha agribisnis skala rumah tangga, skala kecil dan agribisnis skala besar sehingga dapat menumbuhkan usaha agribisnis/agroindustri.
2. Mempertahankan kualitas produk ekspor dengan melakukan pengontrolan ketat secara periodik terhadap produk komoditas yang dihasilkan disetiap sentra-sentra komoditas.
3. Menerapkan kebijakan harga yang bersaing dengan harga pesaing.
4. Terus menerus melakukan riset dan pengembangan agar produk komoditas yang dijual agar tidak ketinggalan kualitas dari pesaing.
5. Peningkatan akses terhadap modal, peningkatan akses terhadap sarana dan prasarana, produktifitas dan modernisasi RPH.
6. Meningkatkan penyediaan dan akses terhadap teknologi, meningkatkan akses terhadap pasar sehingga dapat mengetahui perkembangan teknologi, jenis komoditas dan selera pasar serta persaingan dalam pasar komoditas.
7. Memperkuat peran lembaga penyuluhan sebagai lembaga transfer teknologi kepada peternak dan nelayan, setelah era otonomi daerah dan revitalisasi penyuluhan untuk

meningkatkan produksi, meningkatkan keterampilan peternak dan nelayan agar diperoleh komoditas standar kualitas ekspor.

8. Peningkatan/perbaikan data statistik komoditas sehingga memudahkan untuk menerapkan sistem pengendalian dan pengawasan yang ketat terhadap semua sentra-sentra produksi komoditas sapi potong dan ikan laut (ikan beku).
9. Menerapkan konsep kawasan komoditas unggulan dan peningkatan intensifikasi komoditas : intensifikasi budidaya, panen dan penanganan pasca panen komoditas unggulan.
10. Pengembangan pasar komoditas unggulan yang difokuskan pada peningkatan produk komoditas berdaya saing tinggi dan erorientasi pada produk ekspor.
11. Mengembangkan kegiatan agroindustri dan agrobisnis, dengan mengubah produk - produk komoditas masih berorientasi pada ekspor komoditas primer (mentah) ke ekspor komoditas olahan.
12. Memperkuat hubungan produsen dan distributor dalam kerjasama yang saling membutuhkan , saling memperkuat dan saling menguntungkan agar tidak terjadi penguasaan pasar oleh kelompok usaha yang kuat sehingga terjadi distribusi margin keuntungan yang timpang (*skewed*) yang merugikan petani.
13. Memperkuat dan meningkatkan peran lembaga riset daerah, sehingga temuan atau inovasi benih/bibit unggul semakin banyak dan membuka akses kepada seluruh masyarakat Gorontalo.
14. Meningkatkan peran pemerintah untuk memberdayakan stakeholder seperti perguruan tinggi, LSM, dalam pembangunan pertanian, peternakan dan perikanan.
15. Memperkuat dukungan kebijakan makro ekonomi baik

fiscal maupun moneter seperti kemudahan kredit bagi petani, sehingga mereka dapat mengembangkan usaha mereka.

16. Memfasilitasi serta melakukan modernisasi armada dan alat tangkap nelayan, sehingga dapat menjangkau perairan ZEE (*Zone Ekonomi Exclusive*) untuk mengoptimalkan pemanfaat potensi perikanan dan meningkatkan hasil tangkapan nelayan.
17. Membuat Website tentang komoditas unggulan, peluang investasi dan peluang usaha sehingga dapat mendorong masuknya arus investasi baru ke Propinsi Gorontalo dengan meningkatkan kepastian hukum, serta kemudahan prosedur dan tata cara penanaman modal.
18. Membina hubungan baik dengan produsen, pengumpul dan konsumen, misalnya pembayaran tepat waktu dan administrasi yang baik sehingga tercipta sinergi dalam menghadapi pesaing-pesaing yang ada maupun pesaing yang akan muncul.
19. Meningkatkan sistem jaringan data base yang dapat diakses oleh setiap sentra-sentra produksi dan instansi teknis terkait sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas sistem distribusi, informasi dan pengolahan data serta pengendalian persediaan untuk setiap komoditas unggulan.

## Bab 18

### Penutup

Jika dibandingkan ketiga sektor/komoditas unggulan, terlihat bahwa sektor/komoditas jagung mempunyai pengaruh yang paling besar, bila dilakukan investasi pada ketiga sektor/komoditas unggulan tersebut. Demikian halnya investasi dalam perubahan stok (304) sektor/komoditas jagung tetap memiliki pengaruh terbesar terhadap kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo dari ketiga komoditas unggulan, sedangkan sektor/komoditas sapi dan ikan laut bernilai negatif karena kedua sektor/komoditas ini merupakan sektor/komoditas yang kurang berkembang dan jenuh sehingga pengaruhnya juga kecil terhadap kegiatan perekonomian di Propinsi Gorontalo. Cakupan seluruh pasar, untuk segmentasi dan target pasar komoditas jagung yakni Malaysia, Philipina dan China. Adapun pasar potensial komoditas jagung adalah Philipina dengan persentase pasar potensialnya sebesar 56%. Untuk komoditas Ikan Beku (Tuna) segmentasi dan target pasarnya adalah Jepang, Jakarta dan Surabaya, dimana persentase pasar potensialnya adalah Jakarta dan Surabaya sebesar 73%. Sementara untuk komoditas Sapi Potong, segmentasi dan target pasar serta pasar potensialnya adalah Malaysia dengan persentase pasar potensialnya sebesar 100%. Sementara posisi pasar untuk

masing-masing komoditas jagung, sapi potong dan ikan beku secara berturut-turut adalah agresif dan konservatif. Strategi pemasaran komoditas unggulan pertanian, peternakan dan perikanan di Propinsi Gorontalo menggunakan strategi Marketing Mix dengan mempertimbangkan siklus hidup produk (*market introduction, market growth, market maturity, sales decline*), kuantitas, kualitas dan kontinuitas produk. Guna memperlancar distribusi pemasaran dan menjamin harga dasar komoditas jagung di tingkat petani, pemerintah provinsi Gorontalo melakukan suatu kebijakan otonomi dengan menerbitkan Surat Keputusan Gubernur No. 119/2006 sedangkan harga komoditas sapi potong dan ikan beku (tuna) diserahkan pada mekanisme pasar. Sementara untuk mempromosikan ketiga komoditas unggulan tersebut pemerintah Propinsi Gorontalo memfasilitasi dengan menyediakan promosi melalui Web site <http://bid.gorontaloprov.go.id>.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alrasyid, H. 1994. Metode Penyusunan Skala. Pascasarjana Univ. Padjajaran Bandung.
- Anwar, A. 1999. *Pembangunan Agropolitan dalam Desentralisasi Spatial dengan Replikasi Sistem Kota-Kota Kecil di Wilayah Pedesaan*. Makalah ini disampaikan dalam Seminar Pengembangan Agropolitan dan Agribisnis, serta Dukungan Sarana dan Prasarana. Pusat Studi Pembangunan Lembaga Penelitian IPB.
- Baruwadi, M. 2003. *Perspektif Masyarakat Gorontalo terhadap Program Agropolitan di Provinsi Gorontalo*. Kerjasama Lemlit UNG dengan Balitbangpedalda. Gorontalo.
- Darwanto, H. 1999. *Kebijakan Rencana Tata Ruang dan Wilayah Nasional dalam Dukungan Pengembangan Agropolitan*. Makalah ini Disampaikan dalam Seminar Pengembangan Agropolitan dan Agribisnis serta Dukungan Sarana dan Prasarana. Pusat Studi Pembangunan Lembaga Penelitian IPB.
- David, R. Fred. 1998. *Concepts of Strategy Management*. New Jersey. Prentice Hall. Inc.
- Djamhari. C. 2004. *Orientasi Pengembangan Agroindustri Skala Kecil Dan Menengah; Rangkuman Pemikiran*. Infokop. Nomor 25. Tahun XX. 2004. Jakarta.
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2009. *Mewujudkan Revitalisasi Pertanian Melalui Pembanguna 9 (sembilan) Pilar Agropolitan Menuju Pertanian Modern di Gorontalo*. Propinsi Gorontalo. Tidak dipublikasikan.
- Dinas Perikanan dan Kelautan, 2007. *Profil : Peluang Investasi dan Usaha Sektor Kelautan dan Perikanan di Propinsi*

- Gorontalo. Tidak dipublikasikan.
- Hayun, A.A. 2007. *Penentuan Prioritas Produk Unggulan Dengan Menggunakan Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus : Kabupaten Purbalingga)*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi V. ITS, Surabaya.
- Kartajaya, H. 2008. *New Wave Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kiyai, S.D, 2004. *Sektor Perikanan Laut Dalam Perekonomian Provinsi Gorontalo*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. IPB-Bogor. Tidak dipublikasikan.
- Kotler, P, Hermawan K, Hooi Den Huan, dan Sandra L. 2005. *Rethinking Marketing*. (Terjemahan Bahasa Indonesia oleh Marcus P. Widodo). PT. Indek: Jakarta.
- Kotler, P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Edisi V. Jakarta. Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan 2. Jakarta. Salemba Empat.
- Kuncoro, M. 2004. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta. UPP AMP YKPN.
- Muhammad, F. 2006. *LKPJ Gubernur Gorontalo Tahun 2001-2006*. Bappeda Propinsi Gorontalo. Gorontalo.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Terobosan : Gorontalo Mampu Ekspor Sapi-Pemerintah Pusat Kaku*. Majalah Pembangunan Fitra Mandiri. No.Perdana, September-Oktober.
- Nasution, A.H, Indung, S., Lantip. T, 2006. *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. Gramedia.
- Sabinen, A. 2001. *Strategi Segmentasi Pasar*. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Saragih, Bungaran, 1999. *Pembangunan Agribisnis Sebagai*

- Penggerak Utama Ekonomi Daerah di Indonesia. Makalah pada Seminar Sehari Pengembangan Agropolitan dan Agribisnis serta Dukungan Prasarana dan Sarana, Jakarta, 3 Agustus 1999.*
- Setiawan, I.D.M. D. 2006. *Peranan Sektor Unggulan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara Barat: Pendekatan Input-Output Multiregional*. <http://ejournal.unud.ac.id/abstrak>. Download : 14 Januari 2009.
- Sitepu, N.S.K. 1994. *Analisis Jalur*. Bandung. Unit Pelayanan Statistik Jurusan Statistika, FMIPA-UNPAD.
- Suryana, A. 2005. *Arah Kebijakan Pengembangan Komoditas Pertanian*. Jakarta. Balai Besar Litbang Pascapanen Pertanian. Deptan RI.
- Sumodiningrat, G. 2000. *Pembangunan Ekonomi Melalui Pengembangan Pertanian*, PT.Bina Rena Pariwisata, Jakarta.
- Syahrani, H.A.H. 2002. *Penerapan Agropolitan dan Agrobisnis Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah*. Penerapan-agropolitan.pdf. Tanggal 12 Pebruari 2008.
- Swastha, B. 2003. *Azas-Azas Marketing*. Edisi II. Bandung. Rosda Remaja.
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta. Gramedia.
- . 2008. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta. Gramedia.



**P**emerintah Provinsi Gorontalo sebagai pemerintah daerah telah melakukan berbagai kebijakan dalam rangka perwujudan otonomi daerah, diantaranya adalah kebijakan mengelolah sektor komoditas unggulan yang berada di daerah, seperti jagung (*corn*), sapi potong (*cattle*) dan ikan beku (*frozen fish*) dengan pengembangan agroindustri.

Namun hingga saat ini belum jelas formatnya dan bagaimana implementasi konkritnya. Bahkan apabila ditelaah lebih jauh, kadangkala upaya pengembangan ekonomi daerah yang diterapkan justru tidak konsisten dan bertentangan dengan kebijakan makro ekonomi pemerintah pusat.

Hal ini mengindikasikan pemerintah Provinsi Gorontalo masih mengandalkan pemasaran hasil pertanian, perikanan dan peternakan segar disatu sisi dan di sisi lain adanya ketidakseriusan dari pemerintah provinsi dan kabupaten/kota untuk mengembangkan agroindustri yang dapat mengolah hasil pertanian, perikanan dan peternakan menjadi produk yang memiliki nilai tambah ekonomi dan daya saing tinggi serta memiliki nilai *multiplier effects* pada masyarakat.

**idea**  
PUBLISHING

Jl. Gelatik No.24 Kota Gorontalo 96128  
Surel: [infoideaspublishing@gmail.com](mailto:infoideaspublishing@gmail.com)

ISBN 978-602-6635-52-5



9 786026 663552

