

**ANALISIS MANAJEMEN USAHA DALAM PENGEMBANGAN USAHA SAGU *KASBI* DI
KELURAHAN JAYA, KECAMATAN TIDORE UTARA, KOTA TIDORE KEPULAUAN*****Business Management Analysis in the Development of Kasbi Sago Business in Jaya
Village, North Tidore District, Tidore Islands City*****Dian Fitriani**Universitas Islam Makassar
fitrianiidian302@gmail.com**A. Majdah M. Zain**Universitas Islam Makassar
majdahmzain.dpk@uim-makassar.ac.id**Helda Ibrahim**Universitas Islam Makassar
heldaibrahim.dty@uim-makassar.ac.id**Andi Kasirang A.T Baso**Universitas Islam Makassar
andikabaso@gmail.com**Awaluddin Yunus**Universitas Islam Makassar
awaluddinyunus.dty@uim-makassar.ac.id

Koresponden: fitrianiidian302@gmail.com/081336075539

Jejak pengiriman:Diterima: 27-03-2025
Revisi Akhir: 22-04-25
Disetujui: 23-04-2025**Abstrak**

Sagu *kasbi* merupakan salah satu produk pangan berbasis ubi kayu yang memiliki nilai ekonomi tinggi bagi masyarakat di Kelurahan Jaya. Kebutuhan sagu *Kasbi* banyak digemari karena memiliki karakteristik yang khas dibanding produk-produk dalam jenisnya. Sehingga dalam memproduksi sagu *Kasbi* ini akan memunculkan peluang usaha dengan prospek yang menguntungkan dalam pasar. Tetapi apabila melirik dalam aspek pengembangan, masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, minimnya modal finansial, serta kurangnya inovasi dalam produksi dan pemasaran. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yakni untuk menganalisis terkait manajemen usaha yang selama ini dilakukan terhadap produksi sagu *kasbi*. Pelaksanaan penelitian yakni di Kelurahan Jaya, Kecamatan Tidore, Kota Tidore Kepulauan, tepatnya pada bulan Januari-Februari 2025. Selain itu, dengan memanfaatkan metode penelitian wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi, serta responden yang diambil yakni 46 pelaku usaha sagu *Kasbi*. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan sebagai analisis data dalam penelitian ini, yang dimana dari hasil penelitian menunjukkan bahwa proses manajemen usaha yang dilakukan pelaku usaha terhadap sagu *Kasbi* di Kelurahan Jaya terdiri dari perencanaan (50,86%), produksi (71,30%), pemasaran (59,13%), promosi (13,59%) dan kerjasama (37,83%).

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Manajemen, Sagu *Kasbi*

Abstract

Sago kasbi is one of the cassava-based food products that has high economic value for the community in Jaya Village. The need for Sago kasbi is in great demand because it has a different taste and characteristics from similar products, therefore the business opportunity for sago kasbi production has promising market prospects, however, its development still faces various obstacles, such as limited market access, lack of financial capital, and lack of innovation in production and marketing. This study aims to determine the business management that has been carried out on sago kasbi products. The study was conducted in Jaya Village, North Tidore District, Tidore Islands City, in January - February 2025. The research methods used were observation, interviews using questionnaires, and documentation by taking 46 respondents of sago kasbi business actors. The data analysis used was quantitative descriptive analysis. The results of the study showed that the business management process carried out by business actors on sago kasbi in Jaya Village consisted of planning (50,86%), production (71,30%), marketing (59,13%), promotion (13,59%) and cooperation (37,83%).

Keywords: *Business Development, Management, Sago Kasbi*

Pendahuluan

Sektor pertanian menjadi program yang salah satunya berkaitan dengan aspek pembangunan yang sangat diberikan harapan untuk dapat diandalkan dalam pembangunan pertanian. Dikarenakan dalam hal ini, masih terkait dengan penyambungan paling besar di dalam pembangunan aspek nasional. Tapi apabila melirik realitasnya, Indonesia memiliki kelimpahan potensi alam, namun memperhatikan beberapa produksi pangan salah satunya beras ataupun bahan-bahan lain masih diimpor oleh negara- negara luar Indonesia (Korompot et al., 2022).

Memperhatikan terkait pengembangan pakan lokal terdapat salah satu daerah yang dinilai mempunyai potensi besar yakni Kota Tidore Kepulauan, Provinsi Maluku Utara. Tidore kepulauan merupakan kota yang berada di Provinsi Maluku Utara dan mempunyai potensi budaya dan pangan lokal yang beraneka ragam serta mampu untuk dikonsumsi dan diproduksi secara lokal. Selain itu, wilayah ini memiliki potensi dalam mengembangkan komoditi ubi kayu dan beberapa pengolahan pangan yang dijadikan sebagai pengupayaan diversifikasi pangan pada ubi kayu (Arofah et al., 2022).

Salah satu wilayah di Tidore Kepulauan yang mengembangkan pengolahan ubi kayu adalah Kelurahan Jaya, Kecamatan Tidore Utara. Di Kelurahan Jaya, ubi kayu diolah menjadi pangan lokal khas yang dikenal dengan nama sago *kasbi*. Sago *kasbi* dalam pengolahannya telah dilaksanakan dari zaman dahulu sampai saat ini Indonesia disebut sebagai makanan pokok serta mata pencaharian yang dimiliki oleh masyarakat di sekitar wilayah tersebut. Sehingga dalam hal ini berpengaruh terhadap perekonomian desa yang berasal dari hasil produksi sago *kasbi* dengan besaran 28,8 juta/tahun. Sago *kasbi* ini menjadi salah satunya produk yang dihasilkan oleh Kelurahan Jaya terutama dalam aspek pertanian karena memiliki pengaruh yang sangat besar dalam aspek ekonomi secara signifikan (Arofah et al., 2022).

Sago *kasbi* dijadikan sebagai makanan khas dari Maluku Utara yang memiliki bahan utama ubi kayu dengan melalui pengolahan yang serupa dengan sabuk lempeng yang banyak dijadikan sebagai makanan pokok di daerah Kota Tidore kepulauan dan Maluku Utara. Sago *kasbi* ini biasanya dijadikan bahan pangan karena memiliki daya tahan produk yang sangat baik dan tahan lama yakni selama 1 sampai dengan 2 tahun apabila disimpan

di kondisi yang kering (Ansar et al., 2021).

Sagu *kasbi* banyak dibutuhkan oleh masyarakat sekitar karena banyak diminati diantaranya karena karakteristik dan cita rasa yang khas dan membedakan dengan produk-produk sejenisnya. Maka dari itu, peluang usaha dalam memproduksi sagu *kasbi* memiliki peluang pasar yang sangat menguntungkan, namun dalam mengembangkan usaha ini masih terdapat permasalahan dalam segi produksi, manajemen, dan juga strategi dalam mempromosikannya.

Penelitian ini didasarkan pada minimnya kajian yang secara khusus mengulas aspek manajemen usaha sagu *kasbi* secara komprehensif, baik dari sisi produksi, pengelolaan usaha, hingga strategi pemasaran, khususnya di wilayah Tidore Kepulauan. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan potensi sagu *kasbi* sebagai produk pangan lokal, tetapi juga menyoroti secara spesifik bagaimana pengelolaan usaha tersebut dapat ditingkatkan melalui pendekatan manajerial, strategi promosi, serta potensi inovasi pengembangan produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan usaha kecil di sektor pangan lokal dan menjadi referensi dalam merancang kebijakan pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin melakukan penelitian sebagai proses menambah pengetahuan, keterampilan dan implementasi teori, khususnya dalam mendapatkan informasi tentang analisis manajemen usaha sagu *kasbi* di Kelurahan Jaya, Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan.

Metode

A. Tempat dan Waktu

Pelaksanaan penelitian dilaksanakan di Kelurahan Jaya Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan. Waktu yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini adalah 2 bulan, yakni pada bulan Januari-Februari 2025.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh elemen di dalam penelitian yang terdiri dari subjek dan objek dengan karakter khusus dan memiliki ciri tertentu (Amin et al., 2023). Dalam penelitian ini populasi adalah pelaku usaha sagu *kasbi* di Kelurahan Jaya yang berjumlah 153 orang.

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang hendak dilakukan dengan analisis dan telah diseleksi untuk dijadikan sebagai sumber data dan dijadikan sebagai perwakilan dari total populasi. Sampel pun dapat didefinisikan sebagai bagian kecil dari karakteristik dan jumlah yang ada dari keseluruhan populasi (Asrulla et al., 2023). Di dalam penelitian ini, sampel yang diseleksi yakni 30% dari keseluruhan populasi yang berjumlah 46 pelaku usaha. Menurut Arikunto (2002) dalam (Utami & Mamilianti, 2021), ketika jumlah populasi melebihi angka 100, maka sampel dapat dilakukan pengambilan sekitar 10%-15% atau 20%-25%, ataupun melebihi jumlah populasi.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung terutama oleh pelaku usaha sagu *kasbi* dengan wawancara menggunakan kuesioner maupun observasi.
2. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh berdasarkan referensi eksternal seperti jurnal, artikel, dll. Pada umumnya, data sekunder diperoleh dari beberapa informasi yang terkumpul di dalam perpustakaan, Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian, Kantor Pemerintahan, dan lain sebagainya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pelaksanaan alur pengumpulan data didasarkan terhadap cara dan sumber, terutama diperhatikan juga terkait teknik yang dimanfaatkan di dalam penelitian ini yakni penelitian lapangan (*Field Research*) yang dapat didefinisikan sebagai upaya dalam memperoleh data berdasarkan penelitian lapangan dengan memanfaatkan metode sebagai berikut :

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

E. Jenis Penelitian dan Analisis Data

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan di dalam penelitian ini dengan tujuan untuk melakukan penelitian, mendeskripsikan, dan memberikan penjelasan terkait suatu hal yang sedang dianalisis secara apa adanya dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan berdasarkan situasi yang dianalisis berdasarkan penggunaan angka-angka. Penghitungan yang digunakan pada analisis ini sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

F = Jumlah tanggapan dari responden

N = Jumlah responden

Hasil dan Pembahasan

A. Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengalaman dan produktivitas dalam menjalankan usaha. Makin muda melakukan usaha pada umumnya memiliki semangat yang lebih besar untuk mengetahui hal-hal yang belum pernah diketahui sebelumnya, sehingga mereka akan memiliki usaha yang jauh lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi (Ibrahim et al., 2019).

Tabel 1. Usia Responden di Kelurahan Jaya

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	28 – 40 Tahun	31	67%
2	41 – 50 Tahun	10	22%
3	51 – 70 Tahun	5	11%
Total		46	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

B. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk mengetahui keterlibatan antara laki-laki dan perempuan dalam menjalankan usaha sugu *kasbi*. Perempuan memiliki peran yang dominan dalam usaha sugu *kasbi*, baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Keterlibatan perempuan yang tinggi dapat disebabkan oleh seperti keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden di Kelurahan Jaya

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	9	20%
2	Perempuan	37	80%
Total		46	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

C. Tingkat Pendidikan Responden

Ditunjukkan dari tingkat pendidikan terutama dari kemudahan dalam menerima informasi inovasi dan teknologi. Tingkat pendidikan yang tinggi pada seseorang akan menunjukkan pola terkait wawasan dan pengetahuan yang dimiliki. Di sisi lain, tingkat pendidikan yang tinggi pada seseorang pun akan menunjukkan tindakan dan juga

kebebasan yang dimiliki (Ibrahim et al., 2023).

Tabel 3. Pendidikan Responden di Kelurahan Jaya

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP	5	11%
2	SMA	37	80%
3	S1	4	9%
Total		46	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

D. Responden Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik responden berdasarkan lama usaha menggambarkan tingkat pengalaman responden dalam mengelola usaha sagu *kasbi*. Semakin lama seseorang menjalankan suatu usaha, semakin banyak pengalaman yang diperoleh.

Tabel 4. Lama Usaha Responden di Kelurahan Jaya

No	Lama Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
1	6 – 10 Tahun	27	59%
2	11 – 20 Tahun	17	37%
3	21 – 30 Tahun	2	4%
Total		46	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Proses Manajemen Usaha Terhadap Sagu *Kasbi*

A. Perencanaan

Perencanaan dilakukan guna membantu para pelaku usaha dalam memperkirakan produksi sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Perencanaan tersebut terdiri dari identifikasi kebutuhan pasar, penggunaan bahan baku, perencanaan biaya serta jumlah produksi yang akan dibuat. Tabel 5 menunjukkan persentase kegiatan perencanaan responden usaha sagu *kasbi*.

Tabel 5. Kegiatan Perencanaan Sagu *Kasbi* di Kelurahan Jaya

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Melakukan identifikasi kebutuhan pasar sebelum memproduksi	16	34,78%	30	65,22%
Menyusun rencana penggunaan bahan baku	41	89,13%	5	10,87%
Membuat anggaran dan perencanaan biaya	14	30,43%	32	69,57%
Memiliki perencanaan terkait jumlah produksi	42	91,30%	4	8,70%
Melakukan evaluasi terhadap rencana produksi yang telah dibuat	4	8,70%	42	91,30%
Rata-rata		50,86%		49,13%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Dari Tabel 5 menunjukkan bahwa pelaku usaha sagu *kasbi* di Kelurahan Jaya belum

secara konsisten menerapkan aspek perencanaan dalam usaha dengan persentase 50,86%. Hanya 34,78% pelaku usaha yang melakukan identifikasi kebutuhan pasar sebelum memproduksi sagu kasbi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pengalaman pribadi atau mengikuti kebiasaan turun-temurun tanpa melakukan analisis permintaan pasar secara sistematis. Untuk penggunaan bahan baku 89,13% pelaku usaha telah menyusun rencana penggunaan bahan baku secara terperinci. Hal ini mengingat bahwa bahan baku sagu kasbi sebagian besar dari kebun sendiri sehingga tersedia dalam jumlah cukup untuk menjaga kelangsungan produksi.

Perencanaan keuangan masih menjadi kelemahan, karena hanya 30,43% pelaku usaha yang membuat anggaran dan perencanaan biaya sebelum memulai usaha. Selain itu, 91,30% pelaku usaha memiliki perencanaan terkait jumlah produksi yang akan dibuat, biasanya mereka telah memprediksi bahwa dengan bahan baku singkong sebanyak 10 kg bisa menghasilkan 150-200 lempeng sagu kasbi. tetapi hanya 8,69% yang melakukan evaluasi terhadap rencana produksi yang telah dibuat. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelaku usaha memiliki gambaran mengenai jumlah produksi, mereka belum menerapkan sistem evaluasi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi.

B. Produksi

Produksi merupakan transformasi dari bahan mentah menjadi hasil produksi atau produk. Tujuannya yaitu memperoleh jumlah barang atau produk dengan harga dalam waktu serta kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Tabel 6 menunjukkan persentase kegiatan produksi responden usaha sagu *kasbi*.

Tabel 6. Kegiatan Produksi Sagu Kasbi di Kelurahan Jaya

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Memastikan kualitas bahan baku sebelum digunakan	46	100%	-	-
Menggunakan teknologi sederhana atau cara tradisional untuk proses produksi	46	100%	-	-
Melakukan inovasi dalam produksi sagu <i>kasbi</i>	8	17,39%	38	82,61%
Memperhatikan kualitas dan kebersihan dalam proses produksi	46	100%	-	-
Jumlah produksi sagu <i>kasbi</i> stabil setiap bulannya	18	39,13%	28	60,87%
Rata-rata		71,30%		28,70%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 6 menunjukkan bahwa pada aspek produksi telah dilakukan dengan baik dengan persentase 71,30%. Terdapat 46 responden di Kelurahan Jaya sangat memperhatikan kualitas bahan baku dan kebersihan dalam proses pembuatan sagu kasbi menjadi prioritas

utama bagi para pelaku usaha. Hal ini dapat dilihat di rumah produksi responden terlihat bersih pada saat produksi walaupun masih menggunakan alat tradisional, mereka tetap menjaga kebersihan alat ketika dipakai. Selain itu, seluruh responden memastikan bahwa ubi kayu yang digunakan memiliki kualitas baik, hal ini karena sebagian besar bahan baku berasal dari kebun sendiri, sehingga mereka dapat mengontrol mutu bahan baku. Namun, salah satu tantangan yang dihadapi adalah ketidakstabilan produksi setiap bulan yang dialami oleh 39,13% responden. Ketidakstabilan ini terutama disebabkan oleh serangan hama babi yang merusak tanaman ubi kayu, sehingga ketersediaan bahan baku menjadi terbatas.

Selain itu, sebanyak 8 responden dengan persentase 17,39% telah melakukan inovasi produknya yang dulunya hanya rasa original namun sekarang mereka memproduksi sugu kasbi dengan beberapa varian rasa diantaranya rasa stroberi, coklat, dan jeruk namun sebagian besar responden masih mempertahankan rasa original yang telah dilakukan secara turun-temurun. Biasanya responden memproduksi sugu kasbi pada waktu hari pasar (hari kamis dan minggu) atau ada pesanan dari pelanggan tetap. Adapun proses produksi sugu kasbi di Kelurahan Jaya masih sangat bergantung pada peralatan tradisional, seperti mesin parut, dongkrak, dan *forno* (cetakan sugu). Meskipun metode tradisional ini masih dipertahankan, tantangan dalam menjaga ketersediaan bahan baku tetap menjadi kendala utama dalam keberlanjutan usaha sugu kasbi di wilayah ini.

C. Pemasaran

Pemasaran merupakan manajerial dan proses yang berpengaruh terhadap kelompok ataupun individu dalam memperoleh hal yang diinginkan ataupun dibutuhkan dengan melalui proses penawaran dan pertukaran suatu produk yang memiliki nilai terhadap pihak lain. Selain itu, dapat didefinisikan juga sebagai kegiatan yang berkaitan dengan promosi suatu jasa ataupun produk dari pihak produsen hingga konsumen (Andriani & Kamaruddin, 2024).

Pemasaran dilaksanakan untuk menyampaikan suatu jasa ataupun barang dari pihak produsen terhadap konsumen sebagai pihak akhir yang berkontribusi dalam lembaga-lembaga pemasaran dalam pembentukan saluran pemasaran yang dimanfaatkan oleh produsen dalam penyaluran produknya (Sumange et al., 2023). Tabel 7 menunjukkan persentase kegiatan pemasaran responden usaha sugu kasbi.

Tabel 7. Kegiatan Pemasaran Sugu Kasbi di Kelurahan Jaya

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Menerima dan mempertimbangkan umpan balik dari Konsumen	39	84,78%	7	15,22%
Menentukan harga produk berdasarkan analisis pasar	33	71,74%	13	28,26%
Menggunakan strategi pemasaran tertentu (misalnya penjualan langsung online)	27	58,70%	19	41,30%
Memiliki saluran distribusi yang efektif	8	17,39%	38	82,61%
Peningkatan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun	29	63,04%	17	36,96%
Rata-rata		59,13%		40,87%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 7 menunjukkan bahwa aspek pemasaran yang dilakukan pelaku usaha masih rendah dengan persentase 59%. Dari 46 responden sebanyak 84,78% responden menerima umpan balik dari konsumen terkait sagu kasbi yang dibuat, sebanyak 71,73% responden menentukan harga produk berdasarkan analisis pasar yakni para pelaku usaha sagu kasbi di Kelurahan Jaya dapat melakukan survei terhadap harga sagu di pasar lokal maupun di daerah lain yang memiliki produk serupa. Misalnya, mereka membandingkan harga sagu kasbi dengan produk sagu dari daerah lain seperti Halmahera atau Ternate untuk menentukan harga yang kompetitif.

Sementara 58,69% responden telah memanfaatkan strategi pemasaran online seperti WhatsApp dan Facebook untuk menerima pesanan. Namun hanya 17,39% yang memiliki distribusi yang efektif seperti mereka menjalin kerjasama dengan toko oleh-oleh yang ada di Tidore dan Ternate selain itu mereka juga menjalin kerjasama dengan toko yang ada di luar daerah seperti Bacan, Gane Barat, Sanana dan Ambon dan sebagian besar responden lainnya menjual sagu kasbi di pasar lokal atau pesanan langsung dari konsumen di sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang mengandalkan cara pemasaran konvensional dan belum memiliki jaringan distribusi yang luas.

D. Promosi

Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk mendistribusi konsumen. Dengan adanya promosi produk atau jasa dapat lebih dikenal secara luas. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan (Fadilah, 2020).

Tabel 8. Kegiatan Promosi Usaha Sagu Kasbi di Kelurahan Jaya

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Memanfaatkan media sosial untuk promosi	8	17,39%	38	82,61%
Melakukan kolaborasi dengan pihak lain untuk mempromosikan sagu kasbi	5	10,87%	41	89,13%
Sering melakukan promosi sagu kasbi	10	21,74%	36	78,26%
Mengikuti pameran atau bazar untuk mempromosikan produk sagu kasbi	2	4,35%	44	95,65%
Rata-rata		13,59%		86,41

Sumber: *Data Primer Diolah, 2025*

Tabel 8 menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha sagu kasbi di Kelurahan Jaya masih tergolong sangat rendah dengan persentase 13,59%. Hal ini terlihat dari rendahnya pemanfaatan media sosial, di mana hanya 17,39% responden yang menggunakannya untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, hanya 10,86% yang menjalin kolaborasi dengan pihak lain, seperti bekerja sama dengan toko atau warung makan khas Tidore, agar produk mereka lebih dikenal luas.

Sementara itu, hanya 21,73% yang aktif memasarkan produk melalui platform seperti WhatsApp dan Facebook. Namun hanya 4,34% yang mengikuti pameran atau bazar untuk memperkenalkan produk sagu kasbi. Sebagai contoh, dalam ajang Festival Tidore yang diselenggarakan oleh pemerintah setempat, beberapa pelaku usaha hanya menjual sagu kasbi dengan varian rasa.

E. Kerjasama

Kerjasama merupakan suatu usaha ataupun kegiatan yang dilaksanakan oleh orang-orang, khususnya dalam pemerintahan ataupun lembaga untuk memperoleh tujuan ataupun target bersama. Kerjasama yang dimaksud dalam sebuah usaha yaitu kerjasama dengan pemasok (Tupti et al., 2022). Tabel 9 menunjukkan persentase kegiatan kerjasama responden usaha sugu kasbi.

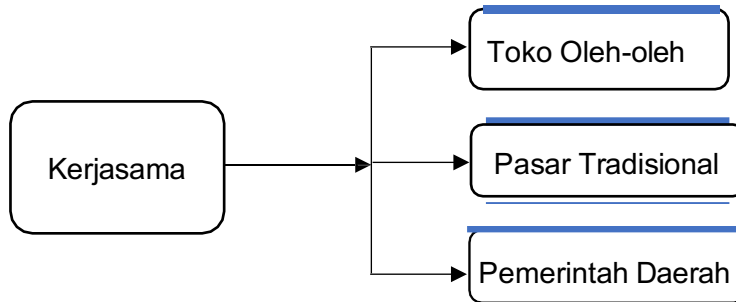
Tabel 9. Kegiatan kerjasama Usaha Sagu Kasbi di Kelurahan Jaya

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Bekerja sama dengan petani atau pemasok untuk memenuhi kebutuhan bahan baku	6	13,04%	40	86,96%
menjalin kolaborasi dengan pelaku usaha lain untuk meningkatkan usaha	7	15,22%	39	84,78%
Bekerja sama dengan lembaga pemerintah atau swasta untuk mendukung pengembangan usaha?	2	4,35%	44	95,65%
Ada kelompok usaha sugu <i>kasbi</i> yang aktif di Kelurahan Jaya	46	100%	-	-
Mengikuti pelatihan atau workshop untuk meningkatkan kemampuan usaha	26	56,52	20	43,48%
Rata-rata		37,83%		62,17%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa aspek kerjasama masih tergolong rendah dengan persentase 37,83%. Terdapat kelompok usaha sugu kasbi yang aktif yang berjumlah 5 kelompok dengan persentase 100%, dari 46 responden hanya 13,04% yang menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku, hal ini karena produksi bahan baku di kebun sendiri terkadang tidak menentu sehingga mereka menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dari luar daerah untuk menjamin ketersediaan bahan baku secara berkelanjutan. Selain itu, kerja sama dengan pelaku usaha lain, seperti pemilik rumah makan atau toko oleh-oleh, juga masih rendah dengan persentase 15,21%, sehingga produk sugu kasbi belum banyak tersedia di tempat-tempat strategis yang sering dikunjungi wisatawan.

Sementara itu, hanya 4,34% menjalin kerjasama dengan pemerintah dalam mendukung usaha sugu kasbi di kelurahan jaya, kerjasama inilah yang akhirnya mendapat bantuan dari pemerintah untuk mendirikan rumah produksi untuk kelancaran UMKM di kelurahan jaya. Selain itu 56,52% responden telah mengikuti pelatihan atau workshop untuk meningkatkan kemampuan usaha mereka. Pelatihan tersebut diadakan oleh pemerintah setempat Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tidore atau mahasiswa yang melakukan pengabdian. Materi pelatihan yang diberikan yaitu manajemen pengelolaan usaha, optimalisasi produksi usaha dan manajemen pemasaran digital.



Gambar 1. Bagan Kerjasama

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis, manajemen usaha yang diterapkan oleh pelaku usaha sagu kasbi di Kelurahan Jaya menunjukkan bahwa tingkat pelaksanaan setiap aspek manajerial masih bervariasi. Aspek produksi memiliki persentase tertinggi yaitu 71,30%, diikuti oleh pemasaran sebesar 59,13% dan perencanaan sebesar 50,86%, yang menandakan bahwa sebagian besar pelaku usaha sudah cukup aktif dalam mengelola proses produksi dan memasarkan produk mereka. Namun demikian, aspek promosi (13,59%) dan kerjasama (37,83%) masih tergolong rendah, yang menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas dan pemahaman pelaku usaha dalam membangun jejaring serta strategi promosi yang efektif guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha sagu kasbi ke depan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan perencanaan bisnis yang lebih sistematis, termasuk analisis pasar, pencatatan keuangan, serta evaluasi produksi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha sagu kasbi. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan platform digital harus diperluas untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Amin, N. ., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Volume 14*.
- Andriani, D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi, 7*(1), 140–144. <https://ojs.co.id/1/index.php/ike/article/view/702/833>
- Ansar, H., Pratiknjo, M. H., & Sandiah, N. (2021). Sagu : Pangan Lokal Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Holistik, 14*(4), 1–16.
- Arofah, S., Fatmawati, M., & Sidayat, M. (2022). Analisis Nilai Tambah Sagu Kasbi Menjadi Sagu Kasbi Aneka Rasa (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Tagafura Di Kelurahan Jaya Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan). 2(3).
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. ., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 7 N*, Halaman 26320-26332.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Ibrahim, H., Asri, D., Mega, U., & Zain, M. M. (2023). “ Akselerasi Hasil Penelitian dan Optimalisasi Tata Ruang Agraria untuk Mewujudkan Pertanian Berkelanjutan ” Kontribusi Wanita Tani sebagai Pekerja pada Usaha Jamur Tiram Terhadap Pendapatan Rumah Tangga (Studi Kasus KWT Timpo Dua Desa Citta Kecamatan Ci. 7(1), 586–595.
- Ibrahim, H., Bakri, S., Yunus, A., & Ibrahim, T. (2019). Pengembangan Ekonomi Kreatif Kerajinan Sutera di Kabupaten Wajo. *Dedikasi, 21*(1), 30–35. <https://doi.org/10.26858/dedikasi.v21i1.9440>
- Korompot, S., Talumingan, C., & Rengkung, L. . (2022). Kajian Modal Sosial Dalam Kelompok Tani di Desa Tombolango Kecamatan Sangkub Kabupaten Bolaang Mongondow Utara (Studi Kasus Kelompok Tani Keong Mas Dan Kelompok Tani Pangan Jaya). 18, 329–336.
- Sumange, L., Faridah, H., & Ibrahim, H. (2023). *The Production System and Marketing of Rice Extention Seed Based on The Pattern*. 1(1), 41–48.

- Tupti, Z., Arif, M., Iskandar, D., & Rambe, I. (2022). Peningkatan Kinerja Pegawai Berbasis Komunikasi, Kerjasama Tim dan Kreativitas. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 3(2), 83–92. <https://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive>
- Utami, D. C., & Mamilianti, W. (2021). Efisiensi teknis usahatani kentang pada luas lahan yang berbeda di kabupaten Pasuruan. *Agromix*, 12(2), 102–110. <https://doi.org/10.35891/agx.v12i2.2577>