

Pengembangan Agroindustri Sagu menjadi Cemilan Sehat "Bagea Sahe" melalui Identifikasi Preferensi Konsumen di Sulawesi Tenggara

Development of Sago Agroindustry into Healthy Snacks "Bagea Sahe" Through the Identification of Consumer Preferences in Southeast Sulawesi

Asriani¹, Juwita¹, Dhian Herdhiansyah²

¹Universitas Muhammadiyah Kendari, Jl KH. Ahmad Dahlan, Kendari, Indonesia 93127

²Universitas Halu Oleo, Jl H.E.A. Mokodompit, Kampus Baru Anduonohu, Kendari, 73232

^aKorespondensi: Asriani, E-mail: asriani@umkendari.ac.id

(Diterima oleh Dewan Redaksi : 21 – 04 – 2021)

(Dipublikasikan oleh Dewan redaksi : 30 – 10 – 2021)

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer preferences for the attributes of the healthy snack "Bagea Sahe" which comes from sago and ginger as raw materials. Determination of the location is done by purposive method. The selection of respondents using convenience sampling technique, the number of respondents as many as 30 people who act as consumers. Data analysis techniques using a Likert scale. The variables used are taste attributes, level of sweetness, texture, healthy snacks and packaging for "Bagea Sahe" snacks. The results of the analysis show that the highest level of respondent preference is in the attributes of healthy snacks (3.65) and the lowest is packaging attributes (2.37).

Keywords: preference, consumer, agro-industry, sago, bagea sahe.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut cemilan sehat "Bagea Sahe" yang berasal dari bahan baku sagu dan jahe. Penentuan lokasi dilakukan dengan metode *purposive*. Pemilihan responden dengan teknik *convenience sampling*, jumlah responden sebanyak 30 orang yang bertindak sebagai konsumen. Teknik analisis data dengan menggunakan skala likert. Variabel yang digunakan berupa atribut rasa, tingkat kemanisan, tekstur, cemilan sehat dan kemasan terhadap cemilan "Bagea Sahe". Hasil analisis diketahui bahwa tingkat preferensi responden paling tinggi terdapat pada atribut cemilan sehat (3,65) dan yang paling rendah adalah atribut kemasan (2,37).

Kata kunci : preferensi, konsumen, agroindustri, sagu, bagea sahe.

PENDAHULUAN

Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki luas areal sagu yang cukup besar. Tahun 2019 luas areal sagu mencapai 4.578 ha dengan produksi tepung sagu mencapai 2.651 Ton (Dirjen Perkebunan 2019). Potensi Ketersediaan sumberdaya lahan sagu di Sulawesi Tenggara yang mencapai 4.578 hektar memiliki peluang untuk pengembangan kedepan. Selama ini luasan tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari produktivitas tepung sagu yang diperoleh hanya sekitar 0,5 ton/ha atau di bawah dari potensi produksi yang ada yakni dapat mencapai 25 - 40 ton pati/ha/tahun. Berbagai kendala terutama aspek penerapan teknologi baik budidaya maupun pengolahan hasil serta infrastruktur wilayah masih perlu dikembangkan untuk mendukung Agroindustri sagu secara berkelanjutan (Abidin *et al.* 2020).

Sagu merupakan sumber pangan yang mengandung kalori dan karbohidrat yang tinggi (setara dengan beras). Preferensi konsumen sagu dapat memberikan informasi penting dalam melakukan strategi pemasaran sagu, dan juga merupakan salah satu indikator permintaan pasar terhadap produk sagu (Helviani *et al.* 2018). Sagu merupakan salah satu komoditas pangan potensial sebagai sumber karbohidrat yang telah lama dikenal sebagai pangan pokok tradisional di beberapa daerah di Indonesia Timur seperti Irian, Maluku dan wilayah Sulawesi termasuk Sulawesi Tenggara. Hasil dari sagu tanaman sagu berupa tepung sagu dapat digunakan dalam industri kue, pakan ternak bioetanol dan gula, karena sagu memiliki kandungan berupa rendah lemak dan nilai kalorinya cukup tinggi (Abidin & Asaad 2018; Azmi *et al.* 2015; Budiyanto 2015; Taridala *et al.* 2013).

Penekanan pembangunan pertanian yang bergerak dari sektor pertanian ke sektor manufaktur yaitu dari produk pertanian primer menjadi pengolahan produk sekunder (agroindustri) yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah

secara ekonomi (Asriani & Herdhiansyah 2020) Agroindustri memiliki peran penting dalam memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sehingga mampu memperoleh pendapatan dan nilai tambah secara ekonomi. Selain meningkatkan pendapatan, upaya meningkatkan nilai tambah juga berperan penting dalam penyediaan pangan bermutu dan beragam serta ketahanan pangan. Agroindustri menjadi upaya untuk mewujudkan sektor pertanian yang tangguh, maju dan efisien sehingga mampu menjadi sektor unggulan dalam pembangunan nasional. Agroindustri merupakan industri yang mengolah bahan baku hasil pertanian menjadi produk yang memiliki nilai tambah yang dapat dikonsumsi masyarakat (Kusnandar *et al.* 2010).

Agroindustri merupakan suatu kegiatan yang mengolah bahan baku mentah menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi yang dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi. Agroindustri berasal dari dua kata yakni *agricultural* dan *industry* yang berarti yang suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian (Udayana 2011) Peranan agroindustri sebagai salah satu sektor yang mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri baru yang lain (Cahyono & Tjokropandojo 2002) Agroindustri sebagai penarik pembangunan sektor pertanian diharapkan mampu berperan dalam menciptakan pangsa pasar bagi hasil- hasil pertanian melalui berbagai produk olahan (Supriyati & Suryani 2016).

Indonesia memiliki potensi dan peluang yang besar mengembangkan agroindustri, khususnya agroindustri di bidang pertanian. Salah satu sektor pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia ialah komoditi sagu. Komoditi sagu dapat diolah menjadi berbagai macam produk atau diversifikasi pangan yang dapat meningkatkan nilai

tambah sagu, diantaranya mie sagu, sagu rendang, kerupuk sagu, gula sagu dan berbagai makanan khas. Bagea Sahe kini hadir sebagai diversifikasi produk olahan terbaru yang menambah variasi produk turunan sagu dan juga menambah cemilan sehat yang berasal dari sagu sebagai tanaman pangan yang perlu dilestarikan.

Pemerintah Kota Kendari telah berkomitmen untuk menggali sumberdaya pangan lokal yang ada di Sulawesi Tenggara termasuk tanaman sagu yang menjadi bahan baku makanan tradisional melalui dukungan pengembangan Usaha Mikro, Keci dan Menengah (UMKM). Strategi pengembangan home industri sagu di Provinsi Sulawesi Tenggara dapat dilakukan dengan mempertahankan tradisi sebagai makanan khas, meningkatkan pemasaran, menggunakan teknologi tepat guna dalam mengolah sagu, meningkatkan kualitas produk dan dukungan permodalan pemerintah (Asriani & Herdhiansyah 2016)

Kue Bagea merupakan salah satu kue khas Sulawesi Tenggara yang berbahan dasar sumber daya lokal sagu. Kue kering ini sudah merupakan kue yang memiliki tekstur yang lembut dengan rasa yang manis. Selain untuk cemilan sehari-hari, kue Bagea merupakan kue khas yang sering menjadi buah tangan bagi masyarakat luar yang berkunjung ke Sulawesi Tenggara. Saat ini varian rasa kue Bagea menjadi bertambah salah satunya adalah "Bagea Sahe" yang merupakan inovasi baru yang memiliki cita rasa khas jahe. Inovasi kue Bagea Sahe ini dibuat sebagai bentuk dukungan dan usaha pemerintah untuk mengatasi masalah penyakit Covid-19 yang melanda Indonesia sejak awal tahun 2020. Kue Bagea Sahe merupakan cemilan sehat pada masa Pandemi Covid-19 karena tambahan cita rasa Jahe sebagai tanaman herbal yang dapat meningkatkan sistem imun tubuh dan mencegah berbagai penyakit.

Proses pembuatan kue "Bagea Sahe" sangat mudah, dimulai dari persiapan bahan utama yang dibutuhkan berupa tepung sagu, gula pasir, telur, kacang, jahe. Kue "Bagea Sahe" memiliki penampilan yang berwarna

putih dan kuning hingga kecoklatan. Produk baru ini perlu untuk diperkenalkan kepada masyarakat umum untuk mengetahui keinginan konsumen dalam memilih produk kue "Bagea Sahe" untuk dikonsumsi.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap suatu produk yakni analisis preferensi. Preferensi konsumen adalah suatu pilihan suka atau tidak suka terhadap beberapa pilihan produk (Kotler 2000). Analisis Preferensi konsumen diharapkan dapat mengetahui segala informasi yang dibutuhkan maupun yang diinginkan oleh konsumen, sehingga dapat memudahkan produsen dalam meningkatkan mutu produk dan pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah penjualan produk. Menurut (Kurniati *et al.* 2016) Analisis tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dengan menggunakan atribut produk kue bayat yakni rasa, daya tarik, aroma, tekstur dan kemasan.

MATERI DAN METODE

Metode Penentuan Sampel

Penentuan tempat penelitian digunakan metode *purposive sampling*. Penentuan responden berdasarkan teknik *convenience sampling*. Teknik ini merupakan penentuan berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu jika dipandang cocok sebagai sumber data dapat digunakan sebagai responden (Sugiyono 2000). Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-April tahun 2021. Responden yang terdiri dari kelompok masyarakat umum sebanyak 30 orang. Responden diberikan produk baru "Bagea Sahe" untuk dikonsumsi terlebih dahulu kemudian mengisi kuesioner yang berisi atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang diujikan.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui teknik wawancara dan kuisisioner dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber bacaan yakni: buku, jurnal, dan

sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. Identifikasi variabel dan atribut dilakukan pada Atribut rasa kue, Aroma kue, Tekstur kue, Cemilan sehat pada masa pandemic dan Atribut Kemasan.

Teknik Analisis Data

Atribut yang memiliki nilai tertinggi merupakan atribut yang sangat berpengaruh terhadap suatu produk yang hendak dibeli oleh konsumen. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menilai sesuatu yang dianggap penting. Konsumen akan memberikan perhatian yang lebih besar pada atribut yang mereka anggap memberikan kepuasan pada mereka.

Analisis tingkat preferensi konsumen dengan menggunakan skala likert dengan memberikan pertanyaan beberapa atribut dari setiap konsumen. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Riduwan 2011). Jawaban dari setiap pertanyaan konsumen kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan kedalam 4 empat (empat) kategori tingkatan masing-masing skor, yaitu 4, 3, 2, 1 dimana skor tertinggi dari setiap jawaban adalah 4 dan skor terendah adalah 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pembuatan Produk Baru “ Bagea Sahe”

Bage Sahe merupakan produk rasa baru dari Kue Khas Sagu. Inovasi produk baru Kue Khas Sagu perlu dilakukan untuk menciptakan diversifikasi cemilan khas berbahan dasar tepung sagu di Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Bagea Sahe* merupakan cemilan sehat karena dibuat melalui campuran tepung sagu dengan tanaman herbal Jahe. Cemilan ini sangat cocok dikonsumsi untuk meningkatkan imunitas tubuh pada masa pandemic Covid-19. Adapun proses pembuatan kue khas “Bagea Sahe” dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pembuatan kue “Bagea Sahe”

Bagea Sahe

Bagea Sahe merupakan cemilan sehat rasa baru dari produk kue khas sagu yang baru akan dikembangkan oleh Industri Rumah Tangga yang selama ini memproduksi kue khas sagu di Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Inovasi baru yang berupa kue bagea yang merupakan yang mengandung sari jahe ini merupakan produk baru yang dari Tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Produk ini diharapkan dapat pengembangan kur Bagea rasa original yang sudah dilaksanakan oleh salah satu Industri Rumah Tangga yang ada di Kota Kendari.

Hadirnya rasa baru dari kue khas sagu ini diharapkan dapat memberi nilai tambah bagi Industri rumah tangga yang selama ini mengalami kemunduran karena tidak adanya inovasi baru ditengah persaingan yang sangat banyak. Bagea Sahe diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bagi Industri rumah tangga kue khas sagu dan juga dapat menambah produk baru cemilan sehat di masa pandemic Covid-19 berbasis sumberdaya lokal yakni dari sagu dan jahe.

Preferensi Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008), preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan

merek produk yang terbentuk melalui adanya evaluasi terhadap berbagai merek dalam berbagai pilihan yang tersedia terhadap suatu produk. Preferensi merupakan suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia. Beberapa tahap yang akan dilalui oleh konsumen sehingga menggambarkan rasa kepuasannya terhadap suatu produk.

Konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang maupun jasa sering dihadapkan pada beberapa pilihan sebelum akhirnya mereka mengambil keputusan. Konsumen melalui sejumlah alternatif pilihan produk yang ada akan cenderung memilih sesuatu yang dapat memaksimalkan kebutuhannya. Oleh karena itu preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan suka maupun tidak suka seseorang terhadap suatu produk (Yusriana *et al.* 2017).

Preferensi konsumen terhadap produk dapat diketahui melalui pengujian organoleptik pada penelitian ini, pengujian dengan menggunakan 5 parameter diantaranya warna, aroma, kenampakan, rasa dan tekstur dengan skala 1-5 untuk persepsi sangat suka hingga sangat tidak suka. Preferensi konsumen merupakan rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan pada yang lainnya, konsumen memiliki preferensi terhadap suatu produk dan merk yang berbeda-beda dalam banyak hal termasuk atribut produk. Preferensi konsumen diasumsikan menilai produk sebagai sekumpulan atribut yang relevan untuk kepentingan masing-masing (Angriva & Sunyigono 2020).

Berbagai atribut yang biasanya digunakan dalam menilai suatu produk oleh konsumen yakni atribut organoleptik. Berbagai jenis atribut yang digunakan untuk mengukur preferensi konsumen pada teh seduh meliputi rasa, warna, aroma, dan ukuran terhadap 30 responden (Ramadhani & Sutrisno 2020). Indikator preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar terdiri dari warna, tekstur, aroma, dan harga (Khotimah & Mayulu 2019). Sementara itu penelitian lain tentang

preferensi konsumen yang telah dilakukan tentang pembelian obat herbal mengacu pada atribut, yaitu: khasiat produk, tanggal kadaluarsa, label halal, kemasan, dan harga (Novita *et al.* 2020).

Hasil preferensi konsumen terhadap kue Bagea Sahe dapat dinilai melalui atribut yang terdiri dari rasa, tingkat kemanisan, aroma jahe, tekstur dan penilaian tentang cemilan sehat pada masa pandemic Covid-19. Adapun hasil penilaian dari atribut masing-masing dari kue Bagea Sahe adalah sebagai berikut :

a. Atribut Rasa

Rasa menjadi faktor utama penentu konsumen dalam mempertimbangkan dan memilih produk makanan yang akan dikonsumsi. Menurut penelitian Raharjo (2007) dan Hidayat (2001), atribut rasa merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Kue Bagea Sahe yang merupakan inovasi baru kue bagea, memiliki rasa yang dipengaruhi oleh komposisi bahan tambahan yang ada didalamnya.

Perpaduan komposisi dari kue tersebut akan menciptakan cita rasa yang enak bagi konsumen, walaupun resep dari setiap produsen akan berbeda-beda. Berdasarkan hasil survey responden sebanyak 30 orang terdapat 57% responden mengatakan kue Bagea Sahe memiliki rasa yang sangat enak, dan 33% responden mengatakan kue Bage Sahe memiliki rasa enak, 10% responden mengatakan kue Bagea Sahe memiliki rasa biasa saja. Berdasarkan data tersebut diatas dapat diketahui bahwa rata-rata responden sebagai konsumen menyukai kue Bagea Sahe seperti pada Gambar 2.

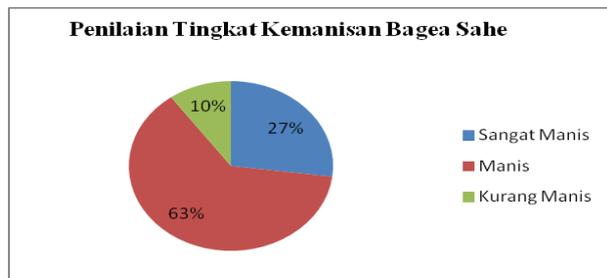


Gambar 2. Persentase preferensi konsumen terhadap Rasa Bagea Sahe

b. Atribut Tingkat Kemanisan

Rasa manis merupakan ciri khas dari Kue Bagea Sahe karena salah satu bahan yang digunakan dalam proses pembuatan adalah gula pasir yang dapat memberi rasa, namun tidak semua konsumen menyukai rasa manis yang berlebihan ataupun rasa yang kurang manis, untuk itu salah satu faktor yang akan diuji terhadap kue Bagea Sahe sebagai produk baru adalah tingkat kemanisan.

Berdasarkan hasil uji organoleptik terhadap 30 responden diketahui bahwa 27 % responden menilai kue Bagea Sahe sangat manis. Sebanyak 63% responden menilai produk kue Bage Sahe dengan rasa manis dan 10 % responden menilai kue Bagea Sahe dengan rasa yang agak manis. Data tersebut menunjukkan bahwa selera atau penilaian tingkat kemanisan konsumen berbeda. Persentase tingkat kemanisan kue Bagea sahe yang disukai konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 3.

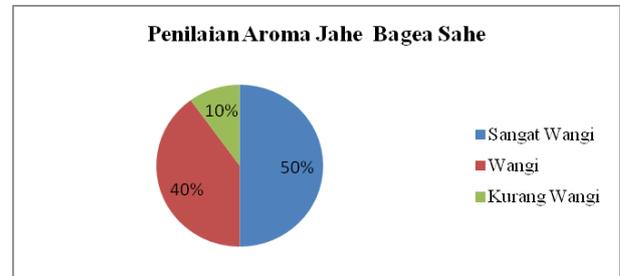


Gambar 3. Persentase preferensi konsumen terhadap Tingkat Kemanisan Bagea Sahe

c. Atribut Aroma Jahe

Kue Bagea Sahe memiliki ciri khas yang berbeda dengan jenis kue Bagea pada umumnya. Ciri Khas tersebut adalah karena adanya bahan tambahan berupa Sari Jahe yang merupakan inovasi baru dari produk ini. Tujuan pemberian Sari Jahe adalah untuk memperkaya gizi. Penambahan sari jahe pada kue Bage Sahe akan menimbulkan aroma yang wangi dan khas jahe. Responden yang berjumlah 30 orang terdapat 40% diantaranya menilai aroma kue Bagea Sahe sangat wangi, 63% responden menilai aroma kue bagea Sahe yang wangi, sedangkan 10% responden lebih menilai aroma kue yang agak wangi. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap

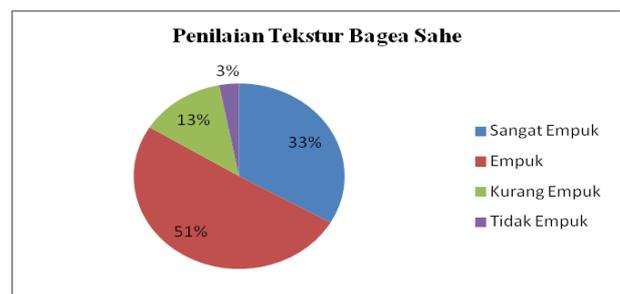
konsumen memiliki selera terhadap aroma yang berbeda-beda tetapi kebanyakan konsumen lebih memilih produk Bagea Sehe dengan aroma yang wangi. Persentase tingkat aroma kue Bagea Sahe dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Persentase preferensi konsumen terhadap Aroma Jahe Bagea Sahe

d. Atribut Tekstur

Tekstur suatu produk merupakan unsur yang berperan penting dalam proses penerimaan produk oleh konsumen, tekstur menjadi salah satu kriteria utama yang digunakan konsumen untuk menilai mutu suatu produk (Lawless & Heyman 2010). Berdasarkan hasil survei 30 responden terdapat 40% memilih kue Bagea Sahe sangat empuk, 60% yang empuk. Data tersebut menunjukkan bahwa tekstur yang disukai konsumen adalah tekstur yang sangat empuk lembut dan empuk. Persentase tingkat keempukan kue Bagea Sahe terhadap konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 5.



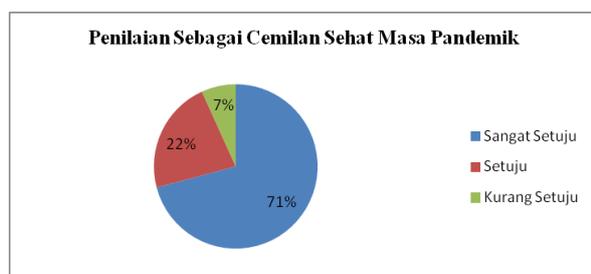
Gambar 5. Persentase preferensi konsumen terhadap Tekstur Bagea Sahe

e. Atribut Cemilan Sehat Masa Pandemi

Salah satu keunggulan dari kue Bagea Sahe adalah karena produk tersebut mengandung bahan tambahan berupa sari jahe yang memiliki zat anti oksidan dan nilai gizi yang sangat baik. Jahe terkenal sebagai

tanaman herbal yang dapat membantu menjaga sistem imun tubuh. Tanaman jahe merupakan salah satu tanaman herbal yang setelah melalui riset menunjukkan bahwa khasiat dalam meningkatkan daya tahan tubuh (Chaudhury 2015). Salah satu keunggulan kue Bagea Sahe adalah karena mengandung sari jahe yang dapat menjadi sistem imun tubuh terutama pada masa Pandemi COVID-19 yang saat ini sedang melanda Indonesia.

Berdasarkan hasil survei 30 responden terdapat 73% sangat setuju kue Bagea Sahe sebagai cemilan, 23% memilih setuju produk Bagea Sahe sebagai cemilan sehat. Persentase penilaian masyarakat produk Bagea Sahe sebagai cemilan sehat pada masa pandemic dapat dilihat pada Gambar 6.



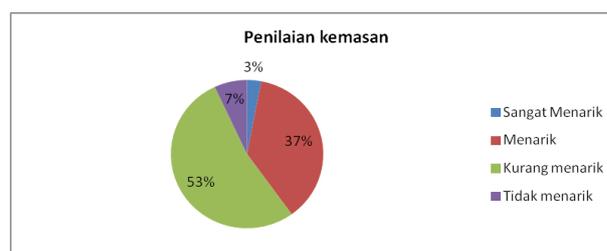
Gambar 6. Persentase preferensi konsumen terhadap Cemilan sehat

f. Atribut Kemasan

Kemasan merupakan unsur yang sangat penting bagi suatu produk. Kemasan mempunyai kemampuan untuk melindungi produk dari ancaman kerusakan (Rosalina Silvia 2015). Atribut kemasan merupakan bagian penting yang dinilai dalam preferensi konsumen, karena merupakan salah satu unsur yang menentukan mutu suatu produk selain itu kemasan merupakan alat promosi kepada konsumen (Delfitriani *et al.* 2021). Suatu produk akan terlebih dahulu dinilai dari bentuk kemasannya, kemasan yang baik dan menarik akan memberi kepuasan terhadap konsumen suatu produk.

Berdasarkan hasil survei 30 responden terdapat 3% responden Bagea Sahe menyatakan kemasan sangat menarik, 37% memilih kemasan menarik, 53% kurang menarik dan 7% yang menanyakan kemasan tidak menarik. Persentase penilaian

konsumen terhadap kemasan produk Bagea Sahe dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Persentase preferensi konsumen terhadap Kemasan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen produk kue Bagea Sahe yaitu rasa, tingkat kemanisan, aroma, tekstur dan cemilan sehat. Adapun Tingkat kesukaan responden paling tinggi pada atribut Bagea Sahe sebagai cemilan sehat (3,65) dan yang paling rendah adalah atribut kemasan (2,37).

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin *et al.* 2020. Analisis Kelayakan Dan Perspektif Pengembangan Pengolahan Sagu Di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian*. 22(3):307-319.
- Abidin Z & Asaad M. 2018. Pengembangan bioindustri sagu menjadi gula cair mendukung swasembada gula nasional. Dalam *Pertanian Bioindustri: Solusi pertanian masa depan*. Editor: L.Hutahaean, Rubiyo dan R. Hendayana. IAARD Press. p105 -120.
- Angriva S & Sunyigono AK. 2020. Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu PT Kembang Joyo. *Agriscience* 1(1):186-199.
- Asriani & Herdhiansyah D. 2016. The Implications of Government Policy for the Development of Agro-industry Sago with SWOT Analysis. *International Journal of Business and Management Invention*. 5(7):18 - 22.
- Asriani & Herdhiansyah D. 2020. Tingkat Pemahaman Petani Kakao Terhadap Inovasi

- Bubuk Coklat. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2): 122 – 229.
- Azmi AS, Malek MIA, Puad NIM. 2017. A review on acid and enzymatic hydrolyses of sago starch. *International Food Research Journal*. 24(Suppl): 265 -273.
- Budiyanto A. 2015. Bioindustri sagu. Makalah Disampaikan pada pelatihan Diversifikasi Olahan Sagu di BPTP Sulawesi Tenggara, Kendari tanggal 23 Oktober 2015.
- Cahyono S & Tjokropandojo DS. 2002. Peran Kelembagaan Petani Dalam Mendukung Keberlanjutan Pertanian Sebagai Basis Pengembangan Ekonomi Lokal. *Perencanaan wilayah dan kota*. 7(2):1-8.
- Chaudhury, R. R. (2015). Herbal remedies and traditional medicines in reproductive health care practices and their clinical evaluation. *Journal of Reproductive Health and Medicine*. 1(1): 44–46.
- Delfitriani D, Rahmaningrum V, Ginantaka A. 2020. Desain Afektif Kemasan Produk Household Care Berbahan Baku Serat Selulosa pada PT XY. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 9(2): 134-142.
- Dirjen Perkebunan Indonesia. 2019. Statistik perkebunan Indonesia. Sagu 2015–2017. Dirjen Perkebunan Indonesia, Jakarta.
- Helviani H, Taridala SAA, Bafadal A, Budiyanto B. 2018. Preferensi Konsumen Sagu Di Kota Kendari. *Jurnal Sosio Agribisnis*. 3(1):16-29.
- Hidayat AR. 2001. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Teh di Lingkungan Mahasiswa Universitas Jember. [Skripsi] Universitas Jember, Jember.
- Kotler P & Keller KL. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Cetakan II Edisi 12*. Benyamin M, penerjemah; Bambang S, editor. PT Indeks Terjemahan dari: Marketing Management, Jakarta.
- Khotimah DK & Mayulu, H. 2019. Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam Broiler Segar Dan Beku Di Kota Samarinda. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*. 1(1):1-9.
- Kurniati E, Silvia E, Efendi Z. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*. 8(2):67-7.
- Kusnandar, Mardikanto T, Wibowo A. 2010. *Manajemen Agroindustri*. Sebelas Maret University Press, Surakarta.
- Lawless HT & Heymann H. 2010. *Principles of Good Practice. In: Sensory Evaluation of Food*. Food Science Text Series, Springer, New York, 57-77.
- Novita I, Miftah H, Sunaryo, MA. 2020. Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Obat Herbal Kunyit Putih. *JURNAL AGRIBISAINS*. 4(2):81-88.
- Rahardjo SA. 2017. Analisis Atribut yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk HOMDS Teh Hijau. *PERFRMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(6):739-745.
- Ramadhani F, Barokah U, Sutrisno, J. 2020, Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Teh Di Kabupaten Sukoharjo. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 4(1):21-29
- Rosalina Y & Silvia E. 2015. Kajian Perubahan Mutu selama Penyimpanan dan Pendugaan Umur Simpan Keripik Ikan Beledang dalam Kemasan Polypropylene Rigid. *J. Tekn. dan Industri Pertanian Indonesia*. 7(1):1 – 6.
- Riduwan & Sunarto. 2011. *Pengantar statistik untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Keempat. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2000. *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Supriyati N & Suryani E. 2016, 'Peranan, Peluang dan Kendala Pengembangan Agroindustri di Indonesia', *Forum penelitian Agro Ekonomi*. 4(2):92-106.
- Taridala SAA, Saediman, Merdekawati I. 2013. Pemasaran Sagu (Metroxylon sp). Prosiding seminar nasional: Menggagas kebangkitan komoditas unggulan lokal

- pertanian dan kelautan. Fakultas pertanian Universitas Trunojoyo Malang. p. 202 – 211
- Udayana IGB. 2011. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*.
- Yusriana Y, Erfiza NM, Jainuddin J, Nilda C. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kue Bhoi Khas Aceh di Kota Banda Aceh. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*. 9(2): 76-81.