

Pengembangan Komoditas Salak Sleman- Magelang untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kawasan Lereng Merapi



Boby Rozano, ST, MMG; Yoan Adi Wibawa Sutomo, S.Si, M.Eng; Melantika, S.Sos
Drs. Budiono, M.Si; Hery Purwanto, SP; Sri Peni, SE, M.Pd;

Seminar Hasil Diklat LERD, 18 November 2019, Mungkid, Kabupaten Magelang

Gambaran Umum Wilayah

Indikator	MAGELANG	SLEMAN
Luas Wilayah (Km2)	1.085,73	574,82
Penduduk (Jiwa)	1.290.115	1.046.622
PDRB (Trilyun Rp)	28,05	40,087
PDRB/kapita (juta Rp/th)	22,11	33,588
% Pertanian	21,62 (II)	7,75 (VI)
Produksi Salak (Kw)	730.579	730.053
IPM	69,11	82,85
APBD (Trilyun Rp)	2,77	2,90

Analisis Makro (1)

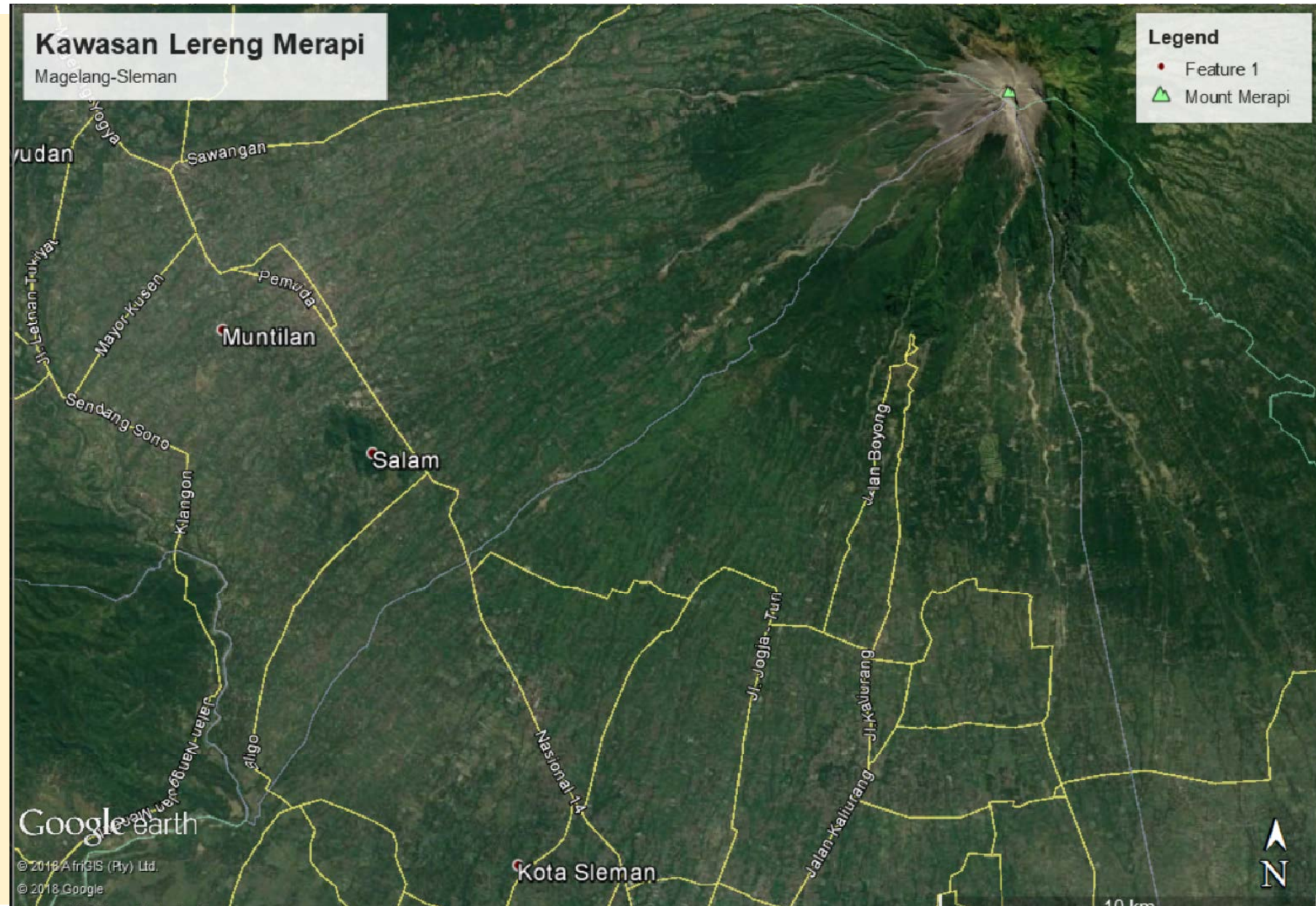
Sektor
Ekonomi
Unggulan



Sumberdaya:
Salak Pondoh
Lereng
Merapi



Keunggulan
Wilayah



Analisis Makro (2)

	Pengembangan Komoditas Unggulan	Pengembangan Kawasan Prioritas
Tujuan	Pengembangan komoditas salak untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat	Pengembangan Salak Pondoh di Lereng Merapi
Masalah	Belum optimalnya nilai tambah komoditas Salak terhadap kesejahteraan	Kawasan rentan terhadap resiko bencana
Kebijakan	Meningkatkan nilai tambah komoditas Salak	Mengarahkan kawasan Merapi sebagai sentra produksi Salak
Masalah	Harga jual komoditas rendah saat panen raya, kelembagaan yang terkait dengan komoditas Salak belum efisien , Keterbatasan kemampuan SDM di bidang teknologi pemasaran (branding)	Sarpras di kawasan lereng Merapi belum mendukung secara optimal pengembangan lereng merapi sebagai sentra produksi salak dan ikon agro wisata.

Analisis Makro (3)

	Pengembangan Komoditas Unggulan	Pengembangan Kawasan Prioritas
Strategi/ Metode/ Cara	<ol style="list-style-type: none">1. Efisiensi dan Diversifikasi produksi Salak,2. Peningkatan kapasitas SDM dan kelembagaan3. Pembuatan standardisasi komoditas salak4. Rebranding komoditas salak	<ol style="list-style-type: none">1. Peningkatan kualitas sarpras kawasan lereng Merapi2. Mendorong Pariwisata yang berorientasi pada komoditas Salak3. Pengembangan Kelembagaan Lintas Daerah4. Registrasi Kebun Salak
Masalah	<ol style="list-style-type: none">1. Buah Salak dijual sebagai produk akhir2. Pola pertanian yang belum efisien3. Rendahnya kapasitas SDM dan kelembagaan4. Belum adanya standar produk5. Melemahnya image komoditas salak	<ol style="list-style-type: none">1. Terbatasnya sarpras pendukung2. Kebun salak hanya sebagai lokasi pertanian3. Berkembangnya Organisme Pengganggu Tanaman (OPT)4. Alih fungsi lahan
Stakeholders	1. Petani Salak, 2. Lembaga Pemerintah 3. Akademisi, 4. Kelompok Masyarakat	1. Petani, 2. Pemerintah/Pemerintah Daerah, 3. Akademisi, 4. Pokmas

Analisis SWOT

S

- Buah Salak sudah memiliki brand image
- Memiliki keunggulan komperatif
- Buah relatif tahan lama
- Keuntungan lebih besar dari komoditaas pertanian lain

W

- Saat panen raya, jumlah supply lebih besar dari demand
- Harga komoditas salak cenderung rendah
- Hasil terpotong musim
- Membutuhkan pengairan yang cukup
- Sulit membedakan keaslian buak salak lereng merapi dengan salak lainnya

O

- Pasar Ekspor masih luas
- Buah diminati oleh kalangan luas

T

- Terdapat salak lain dari daerah lain
- Ekspansi Organisme Pengganggu Tanaman
- Rawan bencana Merapi
- Terdapat penambang pasir liar
- Minat anak muda di pertanian rendah

Strategi

S-O

Penguatan
Brand Image
Buah Salak
Pondoh Lereng
Merapi

Perluasan
Pasar melalui
Promosi
Salak

S-W

Penguatan
Kelembagaan
BUMDes

Pembuatan
Varian Salak

Pengembangan
riset pengawetan
salak secara
organik

W-T

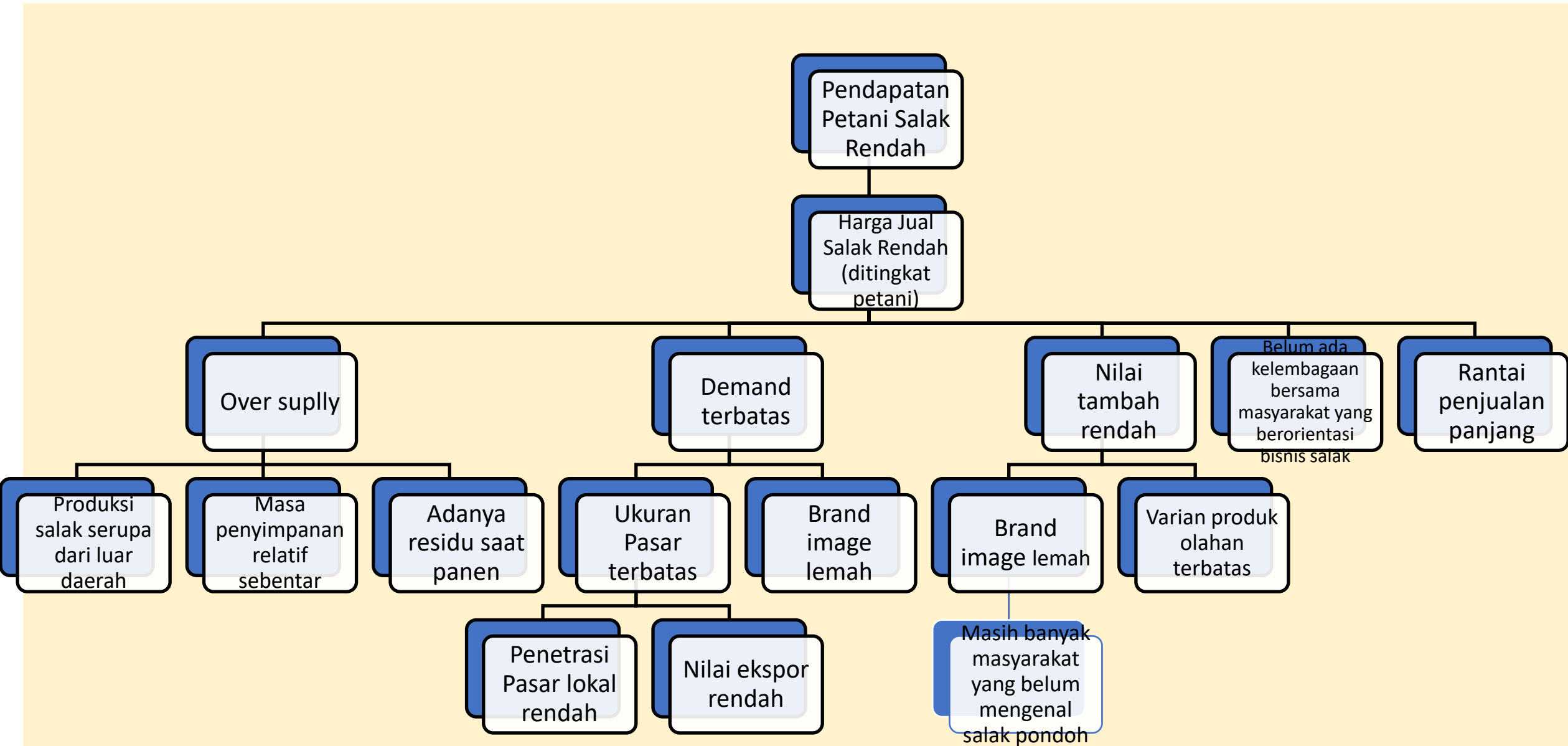
Peningkatan
kapasitas
masyarakat
(terhadap
risiko
bencana,
pengetahuan
terhadap
produk)

O-T

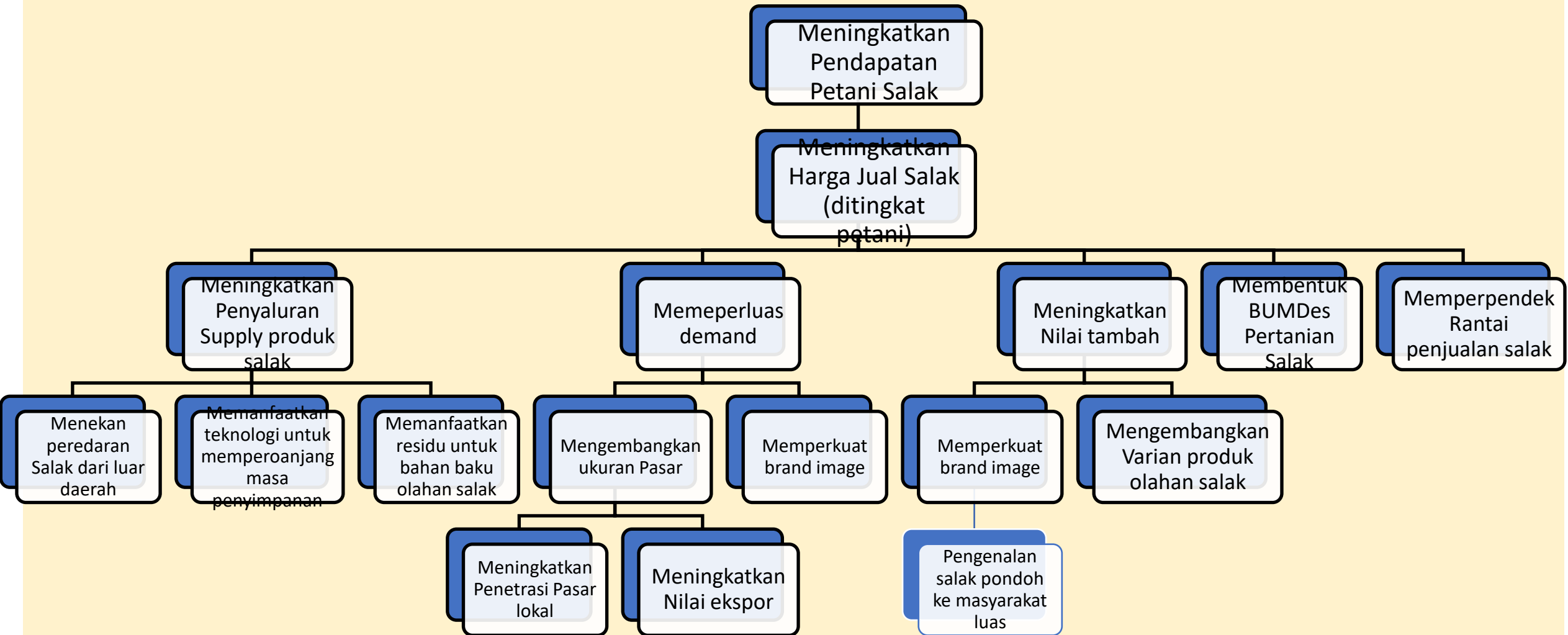
Peningkatan
nilai tambah
produk salak
untuk
menarik
minat anak
muda

Pelembagaan
Kerjasama
antar daerah

Analisis Pohon Masalah



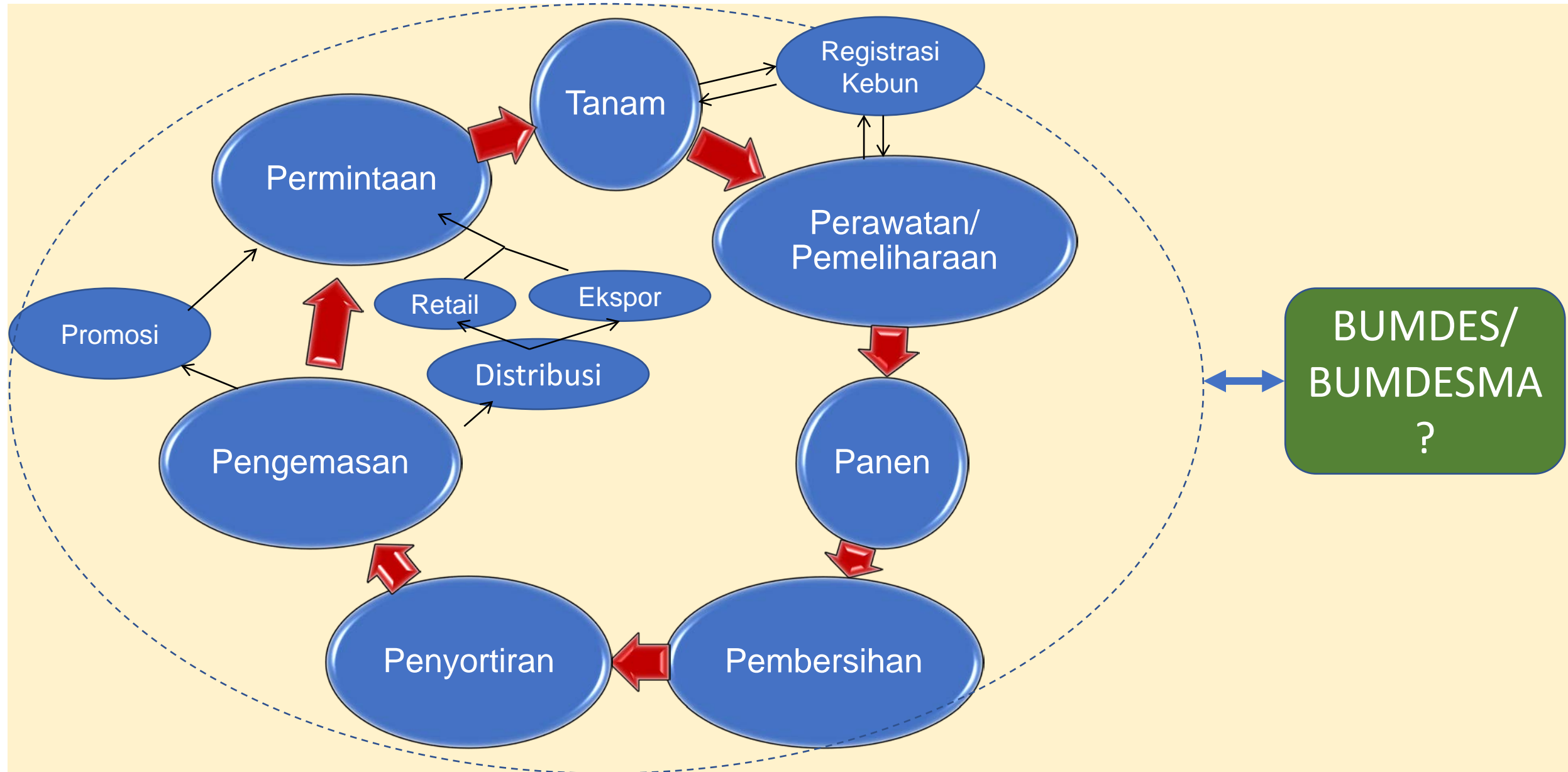
Analisis Pohon Tujuan



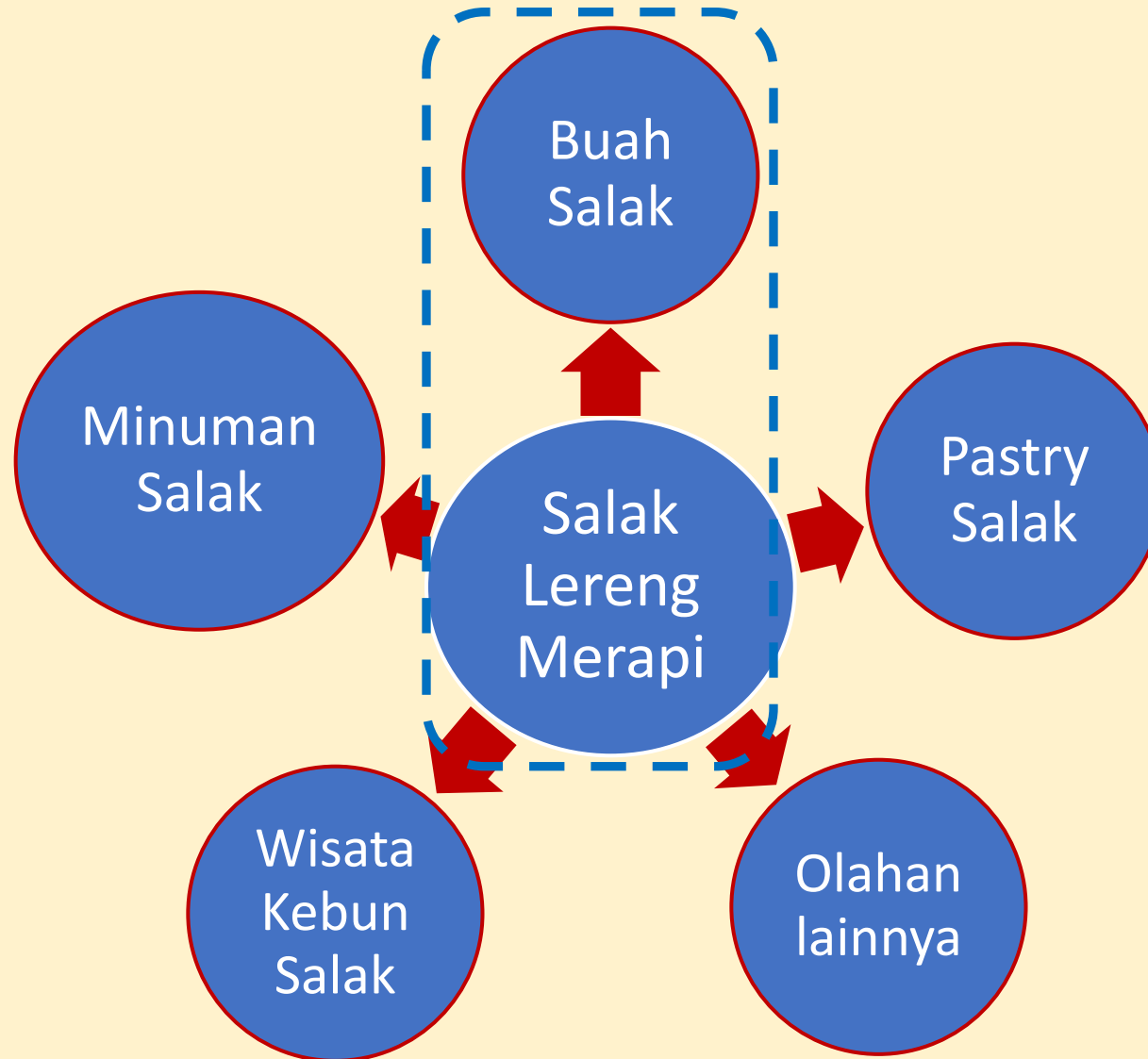
Logframe Kegiatan Promosi Salak

	Indikator	Verifikasi	Asumsi
Peningkatan kesejahteraan masyarakat Lereng Merapi	PDRB perkapita	BPS	
Peningkatan brand image Salak Pondoh Magelang-Sleman	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah ekspor salak - Jumlah negara importir salak - Kunjungan wisatawan ke daerah salak (festival) - Agrowisata 	<ul style="list-style-type: none"> - BPS - KADIN - Dinas Pariwisata - Dinas Perdagangan 	Harga jual salak lebih tinggi dari sebelumnya, permintaan pasar meningkat
Pengenalan komoditas salak berkualitas	<ul style="list-style-type: none"> - Pameran di beberapa daerah - Edukasi online - Festival 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Pariwisata - Dinas Kominfo - Dinas Perindag 	Menjangkau masyarakat yang belum mengenal salak
Promosi Komoditas Salak <ul style="list-style-type: none"> - Pameran - Edukasi online - Festival 	<ul style="list-style-type: none"> - Materi promo - Salak kualitas premium, - SDM - Jaringan internet 		Dana tersedia di APBD, dukungan Pemdes, BUMDes sudah terbentuk, Komoditi siap ekspor sesuai standar

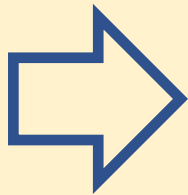
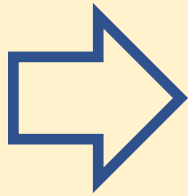
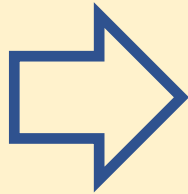
Rantai Niaga Buah Salak



Sumber Daya (Resources)



Pengemasan Buah Salak



Nutrition Facts

4 servings per container
Serving size 1 1/2 cup (208g)

Amount per serving
Calories **240**

	% Daily Value*
Total Fat 4g	5%
Saturated Fat 1.5g	8%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 5mg	2%
Sodium 430mg	19%
Total Carbohydrate 46g	17%
Dietary Fiber 7g	25%
Total Sugars 4g	
Includes 2g Added Sugars	4%
Protein 11g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 260mg	20%
Iron 6mg	35%
Potassium 240mg	6%

* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

SALAK PONDOH

Grade AAA

QTT 1 kg

Analisis Stakeholder

Aktivitas	Stakeholder	
Promosi Komoditas Salak	<ol style="list-style-type: none">1. Petani2. Disperindag3. Bappeda4. BPPKAD5. Asosiasi Petani Salak	<ol style="list-style-type: none">6. BUMDes7. Diskominfo8. Wartawan9. Dinas Pertanian10. Akademisi
Pengenalan Komoditas Salak	<ol style="list-style-type: none">1. Diskominfo2. Wartawan3. Disperindag4. Bappeda5. Travelagent6. Dinas Pariwisata	<ol style="list-style-type: none">7. Dinas Pertanian8. Akademisi9. BUMDes
Peningkatan Brand Image	<ol style="list-style-type: none">1. Diskominfo2. Wartawan3. Disperindag4. Bappeda5. Travelagent6. Dinas Pariwisata	<ol style="list-style-type: none">7. Dinas Pertanian8. Petani Salak9. KADIN10. Akademisi11. BUMDes
Peningkatan Kesejahteraan	<ol style="list-style-type: none">1. Pemda2. DPRD3. Masyarakat4. Akademisi	<ol style="list-style-type: none">5. Kementerian (Pertanian, Pariwisata, Perdagangan)

Rencana Aksi

Uraian/ Bulan	Pelaksana	Estimasi anggaran	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Pameran	Dinas Perindag, Dinas Pariwisata	Rp.100.000.000,-												
Edukasi Online	Dinas Kominfo,	Rp.150.000.000,-												
Festival	Dinas Pariwisata	Rp.150.000.000,-												

- ✘ Pelaksanaan pameran produk salak juga dapat disertakan pada tiap pameran pariwisata dan pameran produk unggulan daerah yang diikuti oleh Pemerintah Daerah baik itu level nasional maupun internasional
- ✘ Edukasi Online dapat berupa pengenalan produk melalui situs interaktif dan pemasangan iklan di media-media sosial untuk menjangkau lingkup internasional
- ✘ Festival dilaksanakan pada saat panen raya untuk lebih menarik minat masyarakat luas pada produk salak agar demand tetap tinggi saat supply berlimpah

Kerjasama Antar Daerah (KAD)

Prinsip

Interaksi Antara A dan B		A		
		Rugi	Tidak rugi/untung	Untung
B	Rugi	Konflik	Ketidak-adilan	Ketidak-adilan
	Tidak rugi/untung	Ketidak-adilan	Harmoni	Ketidak-adilan
	Untung	Ketidak-adilan	Ketidak-adilan	Kerjasama

Dukukungan Legal:
PP No. 50 Tahun 2007 tentang Tatacara Pelaksanaan Kerjasama Antar Daerah



**KAD
MAGELANG-
SLEMAN**



Kebijakan
Investasi,
Pemasaran,
Promosi



Efektivitas dan
Efisiensi
Pengelolaan
Sumberdaya Lokal



Iklm Usaha yang
Kondusif



Peningkatan
Keunggulan Kompetitif
dan Keunggulan
Komparatif



**Peningkatan
Daya Saing
Wilayah
(Nasional-
Global)**

TERIMAKASIH

