

## Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Sebagai Program Unggulan Daerah di Kecamatan Cina, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan

### *Marketing Strategy of Hybrid Corn as a Regional Leader Program in the Subdistrict of Cina, Bone Regency, South Sulawesi Province*

A.Besse Dahliana<sup>1</sup>♥, Rahmawati Tahir<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis Perikanan Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone

♥Email korespondensi: [bess\\_dahliana@ymail.com](mailto:bess_dahliana@ymail.com)

**Abstract.** *The problems of corn farmers in Cina District, Bone Regency are limited knowledge and still planting local varieties, lack of market information still depending on traders, the absence of permanent partners such as cooperatives or a private sector, capital to support corn plants, lack of innovation, creativity and product diversification. The purpose is to analyze internal and external factors which are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in marketing of hybrid maize and to analyze the priority strategies that can be applied in the hybrid corn marketing strategy. The method of this study is qualitative descriptive with SWOT analysis and purposive sampling technique with 48 respondents. The results showed that the practice of hybrid maize business actors in Cina District is still in the process of opening market negotiation with their respective roles, namely farmers acting as corn plant business actors, collecting traders as marketing intermediaries and providing capital for farmers, wholesalers playing a marketing role seaweed out of the area, providers of capital and transportation, warehousing as well as providing information from customers. Where the hybrid corn plant business is very open and has great opportunities, therefore the development concept is directed at realizing productive, efficient and competitive agriculture. This requires strengthening the upstream sub-system, empowering the maize sub-system, strengthening the downstream sub-system, forming joint business institutions (cooperatives) where can increase in income generating farmers other than farms; marketing and there is clear cooperation between farmers and companies in this case partners so that the price offered is clear.*

**Keywords:** *collecting traders, corn, marketing strategy, purposive sampling*

**Abstrak.** Permasalahan yang dihadapi petani jagung di Kecamatan Cina Kabupaten Bone adalah keterbatasan pengetahuan petani masih menanam varietas lokal, kurangnya informasi pasar masih bergantung kepada pedagang, belum adanya mitra tetap, seperti koperasi atau sektor swasta, permodalan dalam menunjang tanaman jagung, kurangnya inovasi, kreatif dan diversifikasi produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran jagung hibrida dan untuk menjelaskan strategi prioritas yang dapat digunakan dalam penjualan jagung hibrida di Kecamatan Cina Kabupaten Bone. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT dengan teknik sampel menggunakan *purposive sampling* berjumlah 48 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pelaku usaha jagung hibrida masih pada proses *open market negotiation* dengan peran masing-masing yakni petani berperan sebagai pelaku usaha tanaman jagung, pedagang berperan sebagai perantara pemasaran dan penyedia modal dan transportasi, pergudangan serta menyediakan informasi dari pelanggan. Oleh karena itu konsep pengembangan diarahkan untuk mewujudkan pertanian yang produktif, efisien dan kompetitif. Untuk itu diperlukan penguatan sub-sistem hulu, pemberdayaan subsistem tanaman jagung, memperkuat sub-sistem hilir, membentuk lembaga usaha bersama (koperasi). Dimana dapat meningkatnya *income generating* petani selain *farm; marketing* dan adanya kerja sama yang jelas antara petani dan perusahaan dalam hal ini mitra sehingga harga yang ditawarkan jelas.

**Kata kunci:** jagung, pedagang perantara, *purposive sampling*, strategi pemasaran

#### PENDAHULUAN

Bidang pertanian mempunyai kedudukan yang strategis dalam pembangunan nasional serta perkembangan ekonomi Indonesia. Bidang ini sanggup menampung sebagian besar tenaga kerja di Indonesia serta membagikan donasi terhadap PDB nasional (Indonesia, 2020).

Salah satu subsektor dalam zona pertanian yang memiliki kedudukan strategis merupakan tanaman pangan yang menghasilkan peran sangat besar diantara subsektor pertanian yang lain. Pemerintah sudah menetapkan 3 komoditas utama dalam tanaman pangan yang jadi prioritas nasional sepanjang tahun 2010- 2014 yakni padi, jagung, serta kedelai. Zona tanaman pangan

adalah penghasil bahan santapan pokok untuk penduduk Indonesia ( Hakimi, 2010).

Hasil jagung di Indonesia mempunyai peran yang sangat penting setelah padi. Hal ini disebabkan tingginya kebutuhan komoditi tersebut. Bahkan di dunia pun, jagung menjadi andalan dalam peningkatan perekonomian suatu bangsa. Menurut (Roidah, 2013) Produksi jagung mempunyai standarisasi harga untuk ekspor. Jagung adalah salah satu tanaman pangan internasional yang terpenting, selain gandum dan padi. Masyarakat di beberapa wilayah di Indonesia (seperti di Madura, Nusa Tenggara dan Sulawesi) juga mengonsumsi jagung sebagai bahan pangan utama. Jumlah penduduk yang terus meningkat, akan berakibat pada bertambahnya keperluan bahan pangan, seperti daging dan telur ayam dan keperluan lainnya. Dengan mengamati kebutuhan jagung dan jumlah hasil panen yang masih belum memadai dari tahun ke tahun, maka hal ini membuka kesempatan yang sangat besar terhadap hasil benih jagung itu sendiri. Menurut penelitian yang dilakukan (Amzeri, 2018) Budidaya jagung masih dilaksanakan secara sederhana (tradisional) yang biasa dilakukan secara turun temurun dimana petani masih sulit diajak untuk melakukan perubahan dan menerapkan bercocok tanam yang dapat meningkatkan produksinya. Produksi jagung nasional tahun 2017 sebesar 28,9 juta ton, dan produksi jagung pada tahun 2018 sebesar 30 juta ton (Kementerian Pertanian, 2019). Perusahaan raksasa yang telah menanamkan modal di Indonesia untuk memproduksi benih jagung juga semakin meningkat jumlahnya. Hasil penelitian (Sasangkaadi, 2020) menyatakan bahwa jagung mempunyai nilai ekonomis yang cukup tinggi serta memiliki potensi untuk dikembangkan karena permintaannya terus mengalami peningkatan. Hal ini karena jagung merupakan salah satu bahan pangan yang cukup penting setelah padi Selain menjadi pangan pokok bagi beberapa penduduk di wilayah Indonesia, jagung juga merupakan bahan pakan utama peternakan

unggas dan menjadi bahan baku industri olahan, karena itu jagung merupakan salah satu komoditas strategis untuk dikembangkan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Gede et al., 2017) Perencanaan strategis pada hakekatnya mencari kesesuaian antara kondisi internal dan eksternal. Hal ini dimaknai sebagai upaya untuk mempertahankan dan atau mengembangkan potensi ekonomi komoditas potensial, dan pangsa pasar produk serta mencari peluang bisnis yang baru.

Sulawesi Selatan selama ini memberikan kontribusi cukup besar terhadap produksi jagung nasional. Luas panen jagung di Sulawesi Selatan pada tahun 2014- 2018 sebesar 30,73% dari luas panen jagung nasional ([www.sulselprov.go.id](http://www.sulselprov.go.id)). Pertambahan luas panen jagung di Sulawesi Selatan ditujukan pada lahan kering, seperti di Kecamatan Cina Kabupaten Bone.

Kabupaten Bone dengan karakteristik perekonomian didominasi oleh sektor pertanian yang meliputi tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan. Peranan sektor pertanian terhadap perekonomian Kabupaten Bone pada tahun 2019 sangat besar dibanding dengan sektor-sektor lain yakni sebesar 57,43 % (BPS, 2019). Kabupaten Bone memiliki potensi besar sebagai produsen benih jagung khususnya jagung hibrida. Potensi ini merupakan keunggulan wilayah yang akan semakin berkembang apabila memanfaatkan sumberdaya alam dan lingkungan sesuai dengan kondisi pertanian tanaman jagung. Hal ini didukung oleh produktivitas, cuaca dan tentunya pemerintah setempat yang memprioritaskan segmen ini sebagai salah satu sumber pendapatan masyarakat dan daerah. Jagung merupakan komoditas tanaman pangan yang mempunyai peran dalam pembangunan ekonomi pertanian Indonesia. Permintaan jagung terus mengalami peningkatan berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk sebagai dampak dari peningkatan kebutuhan pangan, konsumsi protein hewani dan energi.

Menurut (Panikkai,2019) bahwa komoditas jagung mempunyai fungsi multiguna (4F), yaitu untuk pangan (*food*), pakan (*feed*), bahan bakar (*fuel*), dan bahan baku industri (*fiber*). Oleh sebab itu, untuk mencapai kondisi tersebut, dibutuhkan informasi terkait perencanaan pengembangan wilayah sehingga diharapkan tercipta suatu pembangunan wilayah pertanian yang berkelanjutan.

Permasalahan yang dihadapi petani jagung di Kecamatan Cina Kabupaten Bone adalah Keterbatasan pengetahuan petani masih menanam varietas lokal yang hasil per hektarnya rendah untuk meningkatkan hasil jagung dan sumbangannya terhadap hasil jagung. Selain itu, kurangnya informasi mengenai pemasaran jagung juga menjadi permasalahan yang dihadapi petani karena petani hanya menjual hasil panennya ke pedagang, belum adanya mitra tetap, seperti perusahaan daerah (koperasi) maupun dari luar daerah (Perusahaan), permasalahan permodalan dalam menunjang tanaman jagung, kurangnya inovasi, kreatif dan diversifikasi produk petani dalam mengolah komoditi jagung. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor dalam dan luar yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran jagung hibrida di Kecamatan Cina dan untuk menjelaskan strategi prioritas yang dapat digunakan dalam penjualan jagung hibrida di Kecamatan Cina Kabupaten Bone.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Cina Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan selama 2 bulan sejak September hingga Oktober 2020. Metode penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* atau pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja. (Sugiyono, 2013) apabila jumlah populasi telah mencapai 100 jiwa, maka jumlah sampel minimal sebesar 10% dari jumlah

populasi. Oleh karena itu jumlah sampel penelitian ini berjumlah 42 responden dari 406 Petani Jagung yang tergabung dalam kelompok tani, 4 Pedagang Pengumpul dan 2 Pedagang Besar yang di Kecamatan Cina Kabupaten Bone. Jenis dan Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder.

Teknik pengambilan data dimulai dengan observasi yaitu pengamatan secara langsung, wawancara semi terstruktur kepada petani, pengurus kelompok, PPL, pedagang pengumpul dan pedagang besar berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan. *Focus Group Discussion* (FGD), yaitu pendekatan partisipatif secara umum di lapangan untuk mendapatkan data atau informasi dan penilaian secara umum dengan cara diskusi terarah. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dilanjutkan dengan analisis SWOT dengan menggunakan matriks IFE dan EFE untuk menentukan strategi yang digunakan (Rangkuti, 2016).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Petani Jagung di Kecamatan Cina**

Kabupaten Bone Kecamatan Cina sendiri salah satu daerah penghasil jagung hibrida terbesar di Sulsel dimana hampir 90% penduduknya adalah petani jagung dan menggantungkan hidupnya sebagai petani. Kecamatan Cina memiliki lahan yang cukup luas untuk pengembangan usaha tani dengan konsep agribisnis, namun upaya pengembangan usaha tani yang tengah berjalan belum optimal. Upaya yang dilakukan dalam pengembangan tanaman jagung yaitu intensifikasi dan ekstensifikasi, pendampingan petani dan penguatan kelompok tani melalui staf pendamping, pengadaan fasilitas dan infrastruktur dan paket teknologi yang ramah lingkungan. Namun kenyataannya yang dilakukan oleh petani umumnya masih menggunakan input luar. Misalnya pupuk urea, SP36 dan pestisida. Salah satu permasalahan adalah metode tanam yang masih dilakukan secara

tradisional oleh petani dan belum sepenuhnya menerapkan teknologi pada tanaman jagung. Karena pengelolaan *on farm* dan *off farm* yang belum memuaskan, komoditas yang diproduksi tidak memenuhi standar kualitas. Hal ini berpengaruh terhadap harga dimana penelitian (Rauf, 2016) kuantitas, kualitas, dan kontinuitas sarana produksi yang baik akan menghasilkan hasil panen yang maksimal. Hal ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saragih, 2016) yang menyatakan jika dapat menghasilkan kualitas yang baik sesuai dengan standar, maka harga yang ditawarkan tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Yuliana, 2019) yang menyatakan bahwa jika penanganan *on farm* dan *off farm* yang baik akan menghasilkan hasil produk yang berkualitas tinggi.

Petani jagung hibrida di Kecamatan Cina terkendala dalam mengembangkan usahanya. Hal ini disebabkan masih minimnya modal usaha yang dimiliki. Petani membutuhkan modal pra dan pasca panen yang nilainya cukup besar. Minimnya modal usaha dipicu oleh rendahnya pendapatan petani dan belum adanya mitra tetap. Akses kredit bagi petani juga masih sulit dilakukan karena rendahnya tingkat kepercayaan lembaga keuangan terhadap petani disebabkan tidak adanya jaminan. Sehingga petani hanya mengharapkan modal pinjaman dari pedagang setempat agar usahanya dapat berjalan. Hal ini menyebabkan petani tidak dapat menjual hasil panennya ke tempat lain karena terikat pinjaman modal dan harga yang ditawarkan terlalu rendah. Dimana setiap pedagang mempunyai petani tetap dan memberikan perbedaan harga jual yang ditawarkan. Kecil kemungkinan terjadinya pemutusan hubungan dengan pedagang karena ketakutan petani akan tidak mendapatkan modal ketika pindah menjual hasil panennya. Hal ini dapat menghambat pengembangan usaha tani jagung karena petani hanya mengandalkan informasi sepihak. Akan tetapi, bagi petani sendiri ikatan tersebut menguntungkan dan

memberikan rasa nyaman dalam proses penjualan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayat et al. (2017), agar peningkatan kinerja usaha tani jagung tidak semata-mata melalui peningkatan produktivitas dan kualitas, tetapi juga melalui penguatan kelembagaan, perbaikan sistem informasi dan peningkatan efisiensi pemasaran, maka dilakukan pendekatan *supply chain management* (SCM). Pengimplementasian SCM dilakukan agar usaha tani jagung memiliki kinerja yang baik.

Berdasarkan informasi responden di Kecamatan Cina belum terdapat UPH (Koperasi) namun pemerintah setempat sudah memberikan bantuan sarana dan prasarana bagi petani yang sudah tergabung dalam kelompok tani, hanya belum adanya bantuan mitra kerja sama, bantuan kredit petani dan masih kurangnya informasi pasar serta arahan mengenai informasi tersebut sehingga petani merasa bingung dan tidak teredukasi dengan baik. Hal ini menjadi salah satu alasan petani tetap menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul. Selain itu, diversifikasi produk olahan jagung juga belum ada, sehingga dengan permasalahan tersebut strategi yang tepat dilakukan petani adalah penggunaan menerapkan teknologi tanaman jagung secara modern dan membuat produk diversifikasi jagung marning varian rasa untuk menghadapi keunggulan bersain. Sesuai hasil penelitian (Fiona, 2015) menyatakan bahwa dengan memiliki produk baru yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumberdaya yang ada sehingga meningkatkan pendapatan petani.

#### **Analisis SWOT**

Hasil analisis SWOT pada penelitian ini meliputi IFE (*Internal Factors Evaluation*), matriks EFE (*External Factors Evaluation*), dan matriks SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats*).

#### **Faktor IFE dan EFE Tanaman Jagung**

Strategi pemasaran jagung hibrida di Kecamatan Cina berdasarkan penggambaran sesuai dengan kondisi faktual lapangan yang

telah dijelaskan di atas, dilakukan tahapan berdasarkan klasifikasi faktor internal dan eksternal yang biasanya disebut matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factors Evaluation*). Analisis ini bertujuan untuk menilai dan mengevaluasi faktor-faktor strategis yang berpengaruh terhadap keberhasilan strategi yang direkomendasikan. Sesuai pendapat (Rante, 2013) menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi untuk pemberdayaan ekonomi rakyat dengan menggunakan pendekatan, yaitu: analisis produktivitas, usaha tani, dan pemasaran, dalam melakukan analisis SWOT. Tahapan analisis, perumusan, dan penilaian strategi yang dikenal dengan perencanaan strategis yang mempunyai tujuan untuk melihat secara objektif pada kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat membedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumberdaya yang ada. Analisis faktor lingkungan bertujuan untuk menentukan semua faktor yang terdiri atas kelemahan (*weakness*) dan kekuatan (*strengths*) untuk membuat strategi pengembangan usaha dalam kaitan mengatasi ancaman dari luar dan menggunakan kesempatan yang dimiliki (Rangkuti, 2016)

Faktor-faktor internal dilakukan dengan membuat tabel analisis faktor internal dan eksternal, kemudian tabel matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) berdasarkan indikator kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Hasil pengklasifikasian faktor internal dan eksternal selanjutnya diklasifikasi berdasarkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Hasil pengklasifikasian identifikasi faktor internal

IFE (*Internal Factors Evaluation*) dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Berdasarkan analisis matriks IFE pada tabel 1 di atas yang diperoleh dari masing-masing penjumlahan kekuatan dan kelemahan. Nilai kekuatannya sebesar 1.96 sedangkan nilai kelemahannya 0.84. Berdasarkan hasil pembobotan pemberian rating dan skor tersebut total skor 2.80 yang memiliki posisi yang kuat. Berdasarkan (Davi, 2012) menyatakan bahwa jika skor rata-rata dibawah 2.5 berarti organisasi pada posisi yang lemah secara internal, sedangkan skor diatas 2.5 mengindikasikan pada posisi internal yang kuat. Nilai menunjukkan kondisi internal dapat memberikan dukungan dan kesempatan kepada petani agar memperbaiki dan meningkatkan kualitas produksi agar menghasilkan harga yang tinggi dan sesuai standar.

Berdasarkan hasil pembobotan, pemberian rating dan skor pada tabel 1 di atas yang diperoleh nilai total skor sebesar 2.57 Nilai menunjukkan kondisi eksternal sangat kuat yang berasal dari penjumlahan faktor peluang dan ancaman. Dimana nilai sangat memberikan dukungan dan kesempatan kepada petani agar memperbaiki, meningkatkan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk memberikan dukungan strategi pemasaran jagung hibrida yang ada di kecamatan cina. Menurut (Abd.Rauf, 2016) Strategi yang tepat dalam upaya pengembangan agribisnis jagung adalah meningkatkan produksi dengan menggunakan atau mengadopsi teknologi pertanian yang tepat, meningkatkan potensi lahan, memanfaatkan bantuan pemerintah untuk peningkatan produksi dan melakukan kerjasama/kemitraan dengan industri atau pemerintah untuk memperoleh pasar yang jelas.

Setelah melakukan perhitungan matriks IFAS dan matriks EFAS, diketahui jumlah skor pembobotan masing ± masing sejumlah 2,80 dan 2.57. Angka ini memosisikan usaha tani jagung hibrida di

Kecamatan Cina Kabupaten Bone berada dalam kondisi dimana faktor dalam dan luar kuat. Hal ini berarti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha tani adalah pada keadaan rata-rata. Strategi yang sesuai digunakan pada sel 5 yaitu jika usaha tersebut berada di posisi sel 5 maka tujuan relatif lebih bertahan, yakni mencegah hilangnya pemasaran dan keuntungan. Usaha tani ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sarana produksi dan teknologi memanfaatkan pengembangan faktor dalam dan luar melalui akuisisi.

Setelah analisis identifikasi faktor IFAS dan EFAS, maka berikutnya dimanfaatkan semua data itu dalam model perumusan strategi yakni analisis SWOT. Hasil matriks SWOT dapat memberikan beberapa pilihan strategi dalam pemasaran jagung hibrida di Kecamatan Cina.

## SIMPULAN

Praktek kolaborasi pemasaran pelaku usaha jagung hibrida di Kecamatan Cina Kabupaten Bone masih pada proses *open market negotiation* dengan peran masing-masing yakni petani berperan sebagai

pelaku usaha tanaman jagung, pedagang pengumpul berperan sebagai perantara pemasaran dan penyedia modal bagi petani, pedagang besar berperan pemasaran rumput laut keluar daerah, penyedia modal dan transportasi, pergudangan serta menyediakan informasi dari pelanggan. Usaha tanaman jagung hibrida sangat terbuka dan berpeluang besar. Oleh karena itu konsep pengembangan diarahkan untuk mewujudkan pertanian yang produktif, efisien dan berdaya saing. Agar mewujudkan kualitas berkelanjutan harus didukung kelembagaan yang berorientasi pasar lokal dan pasar ekspor. Untuk itu butuh upaya pemanfaatan sumberdaya secara optimal guna mendukung ketahanan sosial budaya dan lingkungan hidup. Kebijakan dasar yang perlu dilakukan adalah penguatan sub-sistem hulu, pemberdayaan sub-sistem tanaman jagung, memperkuat sub-sistem hilir, membentuk lembaga usaha bersama (koperasi). Agar dapat meningkatkan *income generating* petani selain *farm; marketing* dan pariwisata dan adanya kerja sama yang jelas antara petani dan perusahaan dalam hal ini mitra sehingga harga yang ditawarkan jelas.

**Table 1.** Analisis Faktor Internal

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan (Strengths)</b>			
1. Ikatan sosial yang kuat	0.10	4	0.40
2. Pengalaman Petani	0.11	4	0.44
3. Terbentuknya kelompok tani	0.09	4	0.36
4. Luas Lahan	0.09	4	0.36
5. Tersedianya Jagung Hibrida	0.10	4	0.40
<b>Skor Kekuatan</b>	<b>0.49</b>		<b>1.96</b>
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>			
1. Rendahnya SDM yakni tingkat pengetahuan Petani Akan Teknologi.	0.10	1	0.10
2. Tidak adanya aturan formal yakni kesepakatan harga antar pelaku usaha jagung	0.10	2	0.20
3. Belum terbentuknya koperasi	0.09	1	0.09
4. Keterbatasan Modal	0.08	1	0.08
5. Kualitas Jagung yang dihasilkan belum memenuhi standar	0.09	1	0.09
6. Hubungan antar pelaku usaha hanya sebatas hubungan dagang (jual beli) tanpa ada pola saling membina atau transfer informasi pasar dan harga.	0.08	1	0.08
7. Belum adanya sarana produksi yang memadai	0.10	2	0.20
<b>Skor Kelemahan</b>	<b>0.64</b>		<b>0.84</b>
<b>Total</b>	<b>1.13</b>		<b>2.80</b>

Sumber: Data primer diolah (2020)

**Table 2.** Analisis Faktor Eksternal

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang (Opportunities)</b>			
1. Jagung Hibrida Sebagai komoditas unggulan	0.11	4	0.44
2. Dukungan Pemerintah	0.10	4	0.40
3. Meningkatnya permintaan jagung hibrida akan ekspor	0.11	4	0.44
4. Kondisi Iklim dan Panen sangat mendukung	0.10	4	0.40
5. Diversifikasi produk	0.10	4	0.44
<b>Skor</b>	<b>0.52</b>		<b>2.12</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>			
1. kurangnya Informasi Pasar	0.07	1	0.07
2. Harga yang berfluktuasi	0.09	1	0.09
3. Meningkatnya harga sarana produksi.	0.08	1	0.08
4 Tidak adanya aturan formal kerjasama antar pelaku usaha (Mitra)	0.10	1	0.10
5. Tidak adanya inovasi, kreatifitas akan olahan jagung (Diversifikasi produk)	0.11	1	0.11
<b>Skor</b>	<b>0.45</b>		<b>0.45</b>
<b>Total</b>	<b>0.97</b>		<b>2.57</b>

Sumber: Data primer diolah (2020)

**Tabel 3.** Matriks swot strategi pemasaran jagung hibrida di Kecamatan Cina

		<b>Kekuatan (<i>strength</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>weakness</i>)</b>
Eksternal	Internal	1. Ikatan sosial yang kuat 2. Kelompok tani 3. Pengalaman Petani 4. Luas Lahan 5. Tersedianya Jagung Hibrida	1. Rendahnya SDM yakni tingkat pengetahuan Petani Akan Teknologi. 2. Tidak adanya aturan formal yakni kesepakatan harga antar pelaku usaha jagung. 3. Belum terbentuknya koperasi 4. Keterbatasan Modal 5. Kualitas Produk belum memenuhi standar 6. Hubungan antar pelaku usaha hanya sebatas hubungan dagang (jual beli) tanpa ada pola saling membina atau transfer informasi pasar dan harga. 7. Belum adanya sarana produksi yang memadai.
	SO	1. Meningkatkan produktivitas lahan SDA dan SDM yang tersedia secara optimal untuk meningkatkan kapasitas produksi. 2. Memberikan penyuluhan dan pelatihan akan teknologi baru. 3. Meningkatkan koordinasi antar lembaga usaha tani dan lembaga pemerintah daerah. 4. Memberikan pelatihan pembuatan jagung marning dengan varian rasa.	WO 1. Memperbaiki sistem penanganan panen dan pascapanen agar harga produk mampu bersaing 2. Pelatihan Pengenalan dan penggunaan teknologi yang tepat. 3. Penguatan modal para pelaku usaha tani melalui koperasi atau kemitraan dengan lembaga perbankan setempat. 4. Melaksanakan pertemuan multipihak yang terkait untuk membentuk koperasi. 5. Pelaksanaan program yang memprioritaskan petani jagung sebagai insentif dalam mendukung terciptanya kualitas.
	Ancaman ( <i>threat</i> )	ST 1. Menjadikan jagung hibrida di Kecamatan Cina sebagai komoditas unggulan daerah yang berkualitas dan berdaya saing di tingkat nasional dan ekspor. 2. Mewujudkan petani yang produktif, efisien dan kreatif.	WT 1. Melaksanakan kemitraan, kerjasama yang jelas dengan perusahaan daerah maupun dari luar daerah yang selama ini menjadi pelanggan masyarakat

Sumber: Data primer diolah (2020)



## DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Rauf, M. M. M. N. A. dan R. (2016). Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung Di Kecamatan Ampana Tete Kabupaten Tojo Una-Una Strategy of Corn Agribusiness Development in Ampana Tete Sub District of Tojo Una-Una Regency. *J.Agroland*, 23(April), 40–49.
- Amzeri, A. (2018). Tinjauan perkembangan pertanian jagung di madura dan alternatif pengolahan menjadi biomaterial. *Jurnal Ilmiah Rekayasa*, 11(1), 74–86.  
<http://journal.trunojoyo.ac.id/rekayasa>
- BPS. (2019). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone*. Diakses Pada Tanggal 15 September 2020.  
[bonekab.bps.go.id](http://bonekab.bps.go.id)
- Davi, F. R. (2012). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep* (Edisi 12). Salemba Empat, Jakarta.
- Gede, I. D., Sarjana, R., Darmawan, D. P., Wayan, N., & Astiti, S. (2017). *Merunut Potensi Kopi Arabika Sebagai Pengusung Utama Komoditas Ekpor Provinsi Bali*. 5(1), 103–110.
- Heru Sasangkaadi. (2020). Strategi Pemasaran Benih Jagung Dengan Merk Khusus “Celeron”, Studi Kasus Di PT. Srijaya Internasional Kediri. *Magister Agribisnis*, 20, 14–23.
- Hidayat, A., Andayani, S. R. I. A. Y. U., & Sulaksana, J. (2017). Analisis Rantai Pasok Jagung ( Studi Kasus Pada Rantai Pasok Jagung Hibrida ( Zea Mays ) Di Kelurahan Cicurug Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka ) Analysis Of The Corn Supply Chain ( Case Study on Supply Chain Hybrid Corn ( Zea Mays ) In Sub Cicurug. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, 5, 1–14.
- Indonesia, B.-S. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II*. Badan Pusat Statistik Indonesia. [bps.go.id](http://bps.go.id)
- Intan Yuliana.2019. (n.d.). Village Funds Utilization Strategy to Improve Food Security in Kuwu Village ,. *Journal of Economics and Business*, 1(17), 30–40.  
<http://indicators.iseisemarang.or.id/index.php/jebis%0AVillage>
- Kementerian Pertanian. (2019). *Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Tanaman Pangan Jagung* (Ms. Ir. Mohammad Chafid (ed.); Dr. Ir. Le). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian 2015.
- Panikkai, S., Hidayat, W., & Bulukumba, U. M. (2019). Spatial Planning and Strategy for Improving The Production of Hybrid Corn Seeds In Bone District. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 7(2), 147–154.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rante, Y. (2013). Strategi Pengembangan Tanaman Kedelai untuk Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Di Kabupaten Keerom Papua. *JMK*, 15(1), 75–88.  
<https://doi.org/10.9744/jmk.15.1.75-88>
- Rini Hakimi, Mulia Hanifah, Y. D. (2010). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Aska Di Kota Padang (Marketing Strategies Of Aska Soya Milk In Padang)Rini Hakimi, Mulia Hanifah, Y. D. (2010). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Aska Di Kota Padang (Marketing Strategies Of Aska Soya Milk In Padang). *Buletin. Buletin Sosek*, 2(23), 167–184.
- Roidah, I. S. (2013). Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri. *Manajemen Agribisnis*, 13(1), 25–32.
- Saragih, J. R. (2016). *Strategi pengembangan agribisnis hortikultura di wilayah pedesaan*. 63–70.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

Alfabeta. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

www.sulselprov.go.id. (n.d.). *Laporan Hasil Pertanian Sulawesi Selatan Tahun 2019*. Diakses tanggal 15 September 2020.

Yepi Fiona, Soetoro, Z. normansyah. (2015). Analisis Pemasaran kedelai ( Suatu Kasus di Desa Langkapsari Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis ). *Agroinfo Galuh*, I(2), 137–142