

STRATEGI PEMASARAN USAHATANI JAGUNG DI DESA LABUAN LELEA KECAMATAN LABUAN KABUPATEN DONGGALA

Marketing Strategy of Corn Farming at Labuan Lelea Village Labuan Subdistrict Donggala Regency

Syarifah Nurfitriana¹⁾, Jonh Tomy²⁾, Muh Fahrudin Nurdin²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.

Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Tlp. 0451-429738.

E-mail : syarifahnur112@gmail.com, jonhtomy1962@gmail.com, muh.fahrudin31@gmail.com

DOI <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v13i1.2474>

Submit 5 Maret 2025, Review 13 Maret 2025, Publish 24 Maret 2025

ABSTRACT

This study aims to determine how the marketing strategy of corn farming in Labuan Lelea Village. This research was conducted in November 2021 to January 2022 in Labuan Lelea Village. Determination of respondents using purposive sampling method, which selected 6 respondents with consideration that the respondents can provide information related to the study. Data collection used in this study consists of primary data and data secondary. The analytical tool used in this study is the SWOT analysis. The results of analysis using SWOT Matrix IFAS and EFAS known corn marketing is in a very favorable condition. The results of the SWOT Matrix get alternative marketing strategies, namely: (1). Utilizing technological means to maximize the amount of abundant products in order to meet the demand for corn as a superior commodity. (2). Maximize promotion and inadequate transportation to increase export opportunities for corn as a superior commodity. (3). Maintaining an abundant number of products by expanding market access and maintaining affordable product prices. (4). Expanding market access with abundant products and affordable prices.

Keywords : Corn, Farming, Marketing Strategy, SWOT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usahatani jagung di Desa Labuan Lelea. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2021 sampai bulan Januari 2022 di Desa Labuan Lelea. Penentuan responden menggunakan metode purposive sampling, di mana dipilih 6 orang responden dengan pertimbangan bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi terkait penelitian. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis SWOT. Hasil analisis menggunakan matriks SWOT IFAS dan EFAS diketahui pemasaran jagung berada dalam kondisi sangat menguntungkan. Hasil dari matriks SWOT mendapatkan alternatif strategi pemasaran yaitu : (1). Memanfaatkan sarana teknologi untuk memaksimalkan jumlah produk yang berlimpah agar dapat memenuhi permintaan jagung sebagai komoditas unggulan. (2). Memaksimalkan Promosi dan transportasi yang kurang memadai untuk meningkatkan peluang ekspor jagung sebagai komoditas unggulan. (3). Mempertahankan jumlah produk yang berlimpah dengan memperluas akses pasar serta mempertahankan harga produk yang masih terjangkau. (4). Memperluas akses pasar dengan adanya produk yang berlimpah dan harga yang terjangkau.

Kata Kunci : Jagung, Strategi Pemasaran, SWOT, Usahatani.

PENDAHULUAN

Tanaman pangan merupakan komoditi penting bagi seluruh bangsa Indonesia. Beberapa tanaman pangan dijadikan sebagai makanan pokok karena mengandung sumber energi dan karbohidrat yang dibutuhkan manusia. Salah satu komoditi tanaman pangan adalah jagung. Jagung dijadikan makanan pokok kedua setelah beras, dan jagung juga sebagai bahan baku pakan ternak, industri serta rumah tangga (Tomy, 2013).

Produk Jagung di Indonesia menempati posisi yang sentral setelah padi, hal ini karena besarnya kebutuhan akan komoditi tersebut. Bahkan di dunia pun, produk ini menjadi andalan bagi peningkatan ekonomi suatu negara. (Heru Sasangkaadi, 2020). Jagung (*Zea mays* L.) merupakan salah satu tanaman sumber karbohidrat yang penting setelah padi dan gandum. Jagung banyak dikembangkan di Indonesia untuk digunakan sebagai bahan makanan, pakan ternak, dan bahan baku industri. (Roidah, I. S., 2013).

Jagung menjadi salah satu komoditas pertanian yang penting dan saling terkait dengan industri besar. Jagung memiliki prospek yang sangat menjanjikan, baik dari segi permintaan maupun harga jualnya. (Hadija dan Najamuddin, 2009). Permintaan jagung meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan industri pangan dan pakan. Benih berkualitas tinggi belum banyak ditanam petani, biasanya jagung ditanam bersama komoditi lain dengan pengelolaan tanaman dan lingkungan belum dilaksanakan secara intensif, budidaya jagung memberi pendapatan yang lebih rendah daripada tanaman pangan lainnya, sehingga tidak mendorong intensifikasi.

Desa Labuan Lelea merupakan salah satu desa yang turut berkontribusi dalam upaya penghasil jagung di Kabupaten Donggala. Desa Labuan Lelea Tahun 2020 menempati urutan keempat di Kecamatan Labuan dengan luas panen 188 ha dan produksi 1.155 ton. Berdasarkan potensi

luas panen dan produksi jagung tersebut dapat dikatakan bahwa pada umumnya petani di Desa Labuan Lelea menghasilkan tanaman jagung sebagai sumber pendapatannya. Usahatani yang dilakukan oleh rumah tangga petani umumnya mempunyai tujuan mendapatkan keuntungan yang maksimal atau untuk keamanan dengan cara meminimalkan resiko, termasuk keinginan untuk memiliki persediaan pangan yang cukup untuk konsumsi rumah tangga dan selebihnya untuk dijual atau dipasarkan. (Murdy dan Naenggolan, 2013).

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. (Zulkifli Noor, H. R. (2010). Pemasaran yang dilakukan oleh petani seringkali dihadapkan dengan persoalan harga jagung yang fluktuasi (tidak stabil), fluktuasi harga tersebut seringkali lebih merugikan petani daripada pedagang karena petani umumnya tidak dapat mengatur waktu penjualannya untuk mendapatkan harga jual yang lebih menguntungkan (Irawan B, 2007). Pada saat permintaan meningkat dan produksi tidak mencukupi harga jagung dapat mencapai Rp. 6.100 perkilo sebaliknya jika permintaan jagung menurun sementara produksi melimpah maka harga jagung menjadi turun bisa mencapai Rp. 2.500 perkilo. Lemahnya produsen (petani) melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik, serta mereka masih melakukan pemasaran hasil pertanian secara tradisional dengan menjual langsung kepada tengkulak (pedagang pengumpul) (Erwin charisma, 2014). Sehingga dalam hal ini perlu adanya strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan petani.

Salah satu masalah dalam pemasaran hasil pertanian adalah kecilnya persentase harga yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Hal ini sangat merugikan para petani dan juga masyarakat konsumen. Harga yang rendah ditingkat petani akan menyebabkan menurunnya minat petani untuk meningkatkan produksinya dan harga yang tinggi ditingkat

konsumen menyebabkan konsumen akan mengurangi Konsumsi (Ginting, P. 2006).

Kelembagaan pemasaran yang berperan dalam memasarkan komoditas pertanian dapat mencakup petani, pedagang pengumpul, pedagang perantara/grosir dan pedagang pengecer. Permasalahan yang timbul dalam system pemasaran antara lain : kegiatan pemasaran yang belum berjalan efisien (Mubyarto, 1989), dalam artian belum mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditas pertanian tersebut. Pembagian yang adil dalam konteks tersebut adalah pembagian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai kontribusi masing-masing kelembagaan pemasaran yang berperan.

Petani di Desa Labuan Lelea melakukan pemasaran jagung melalui kerjasama dengan lembaga pemasaran atau pedagang pengumpul untuk memasarkan hasil produksinya. Tingginya biaya pemasaran menyebabkan banyak petani yang bergantung pada lembaga pemasaran yang mampu memberikan fasilitas seperti transportasi dan kebutuhan yang diperlukan petani dalam memasarkan hasil. Hal tersebut membuat petani tidak langsung mengantarkan hasil produksinya kepada lembaga pemasaran atau pedagang pengumpul itu sendiri melainkan pedagang pengumpul yang langsung mengambil hasil produksi tersebut.

Perbedaan saluran pemasaran akan mengakibatkan perbedaan harga jagung ditingkat petani seringkali dalam kegiatan pemasaran jagung petani hanya sebagai penerima harga. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perilaku tertentu dari suatu lembaga pemasaran. Perbedaan saluran pemasaran juga akan berdampak pada perbedaan margin pemasaran antara petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil (Arin Alinda, 2018). Saluran pemasaran ini juga berpengaruh pada strategi komoditi jagung yang berada

di Labuan Lelea karena semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula biaya yang dikeluarkan yang diakibatkan banyak pelaku-pelaku yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran jagung tersebut, sehingga harga jagung yang sampai ke tangan petani atau produsen (Indrianti, Merita Ayu, 2020).

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usahatani Jagung di Desa Labuan Lelea Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Labuan Lelea Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa di Desa Labuan Lelea merupakan Desa penghasil tanaman Jagung di Kecamatan Labuan dan peneliti cukup mengetahui perkembangan pemasaran dan produksi di daerah tersebut dimana pemasaran jagung masih melalui kerjasama dengan lembaga pemasaran atau pedagang pengumpul sehingga diperlukan strategi yang baik untuk memasarkan hasil produksi petani jagung di desa tersebut. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan November s/d Desember Tahun 2021.

Matriks IFE (Internal Factors Evaluation) dan Matriks EFE (Eksternal Factors Evaluation). Setelah faktor-faktor strategis internal dan eksternal diidentifikasi, selanjutnya disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dan eksternal tersebut dalam tabel Strength dan Weakness dan Opportunities dan Threats Matriks IFE dalam penelitian ini dibuat berdasarkan analisis faktor internal strategis yang kemudian diberi bobot dan rating untuk menghasilkan nilai pembobotan. Selanjutnya matriks Internal Evaluation (IFE) dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa produk yang dihasilkan dalam bentuk pipilan merupakan faktor terpenting

dengan bobot 0,14 dan renting 3 sehingga skor yang diperoleh 0,42. Selain itu faktor penting yang menunjang usahatani jagung di Desa Labuan Lelea adalah adanya sarana teknologi pengolahan hasil dan produk yang berlimpah dengan harga yang terjangkau dengan skor 0,39. Keempat faktor tersebut menjadi kekuatan penting dalam menunjang keberlangsungan pemasaran usahatani jagung di Desa Labuan Lelea.

Tabel 1 juga memberikan gambaran mengenai peringkat nilai kelemahan yang dimiliki oleh usahatani jagung di Desa Labuan Lelea. Kelemahan terbesar yang sangat terpengaruh terhadap usahatani jagung di Desa Labuan Lelea adalah promosi produk yang terbatas dan transportasi yang kurang memadai dengan skor 0,22 sehingga faktor tersebut perlu menjadi perhatian penting yang harus diminimumkan. Urutan kelemahan selanjutnya yang mempengaruhi usahatani jagung ini adalah perbedaan harga beli dengan perolehan skor 0,24 dan faktor selanjutnya jarak pasar memiliki skor 0,26.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui faktor eksternal yang menjadi peluang pemasaran usahatani di Desa Labuan Lelea yang pertama yaitu penetapan jagung

sebagai komoditas unggulan dengan skor 0,39 yang ditunjang faktor tingginya permintaan jagung dengan skor 0,36 faktor selanjutnya yang menjadi peluang keberlanjutan usahatani jagung ini adalah alternatif pakan ternak dengan skor 0,26 Selain itu adanya peluang ekspor jagung dengan skor 0,22 menjadi faktor peluang lain yang turut menunjang keberlangsungan pemasaran usahatani jagung.

Tabel 2 juga menggambarkan faktor ancaman yang mempengaruhi pemasaran usahatani jagung dengan faktor ancaman yang memiliki skor paling rendah yaitu rendahnya posisi tawar-menawar dengan skor 0,36 faktor selanjutnya yang berpengaruh buruk atau mengancam pemasaran usahatani yaitu keterbatasan akses pasar dengan skor 0,42, faktor selanjutnya yaitu kurang tersedianya informasi pasar dengan skor 0,48 dan faktor ancaman yang juga mempengaruhi keberlanjutan pemasaran usahatani jagung yaitu berfluktuasinya harga jagung khususnya di daerah Kabupaten Donggala dengan skor 0,52 beberapa faktor ancaman tersebut perlu diminimalisir dengan beberapa kebijakan strategi.

Tabel 1. Matriks IFE (Internal Factor Analysis summary)

No	Faktor Internal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
<i>Kekuatan (Strengths)</i>				
1	Produk yang dihasilkan dalam bentuk pipilan	0,14	3	0,42
2	Adanya sarana teknologi pengolahan hasil	0,13	3	0,39
3	Produk yang berlimpah	0,13	3	0,39
4	Harga Terjangkau	0,13	3	0,39
Total 1		0,53		1,59
<i>Kelemahan (Weakness)</i>				
1	Jarak Pasar	0,13	2	0,26
2	Promosi Produk terbatas	0,11	2	0,22
3	Perbedaan Harga Beli	0,12	3	0,24
4	Transportasi Yang Kurang Memadai	0,11	2	0,22
Total 2		0,47		0,94
Total (1+ 2)		1		2,53
Sumbuh X (total 1 -total 2)				0,65

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 2. Matriks EFE (Eksternal Factor Analysis summary)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Ranting
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1	Alternatif pakan ternak	0,13	2	0,26
2	Penetapan jagung sebagai komoditas unggulan	0,13	3	0,39
3	Adanya peluang ekspor	0,11	2	0,22
4	Tingginya permintaan jagung	0,12	3	0,36
Total 1		0,49		1,23
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Keterbatasan akses pasar	0,14	3	0,42
2	Kurang tersedianya Informasi pasar	0,12	4	0,48
3	Berfluktuasinya harga jagung	0,13	4	0,52
4	Rendahnya kemampuan tawar-menawar	0,12	3	0,36
Total 2		0,51		1,78
Total (1+ 2)		1		3,01
Sumbuh Y (total 1 - total 2)				-0,55

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 3. Matriks IFAS dan EFAS Strategi Pemasaran Usahatani Jagung

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
IFAS	1. Produk yang dihasilkan dalam bentuk pipilan	1. Jarak pasar
	2. Adanya sarana teknologi pengolahan hasil	2. Promosi produk terbatas
EFAS	3. Produk yang berlimpah	3. Perbedaan harga beli
	4. Harga yang terjangkau	4. Transportasi yang kurang memadai
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
1. Alternatif pakan ternak	Memanfaatkan sarana teknologi untuk	Memaksimalkan Promosi dan
2. Penetapan jagung sebagai komoditas unggulan	memaksimalkan jumlah produk yang berlimpah	transportasi yang kurang memadai untuk
3. Adanya peluang ekspor	agar dapat memenuhi permintaan jagung	meningkatkan peluang ekspor jagung sebagai
4. Tingginya permintaan untuk jagung	sebagai komoditas unggulan	komoditas unggulan
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
1. Keterbatasan akses pasar	Mempertahankan jumlah produk yang berlimpah	Memaksimalkan promosi produk dan
2. Kurang tersedianya informasi pasar	dengan memperluas akses pasar serta mempertahankan	transportasi yang kurang memadai untuk
3. Berfluktuasinya harga	harga produk yang masih terjangkau	menekan keterbatasan akses pasar
4. Rendahnya kemampuan tawar-menawar		

Matriks SWOT

- a. Strategi menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang (SO)
Memanfaatkan sarana teknologi untuk memaksimalkan jumlah produk yang berlimpah agar dapat memenuhi

permintaan jagung sebagai komoditas unggulan. Jagung merupakan komoditi pangan andalan. Di masa depan terdapat indikasi kuat bahwa tingkat permintaan jagung oleh industri akan terus meningkat, oleh karena itu dengan adanya saran

teknologi petani di desa labuan lelea dapat memaksimalkan jumlah produk yang berlimpah agar dapat memenuhi permintaan pasar.

- b. Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang (WO) Memaksimalkan Promosi dan transportasi yang kurang memadai untuk meningkatkan peluang ekspor jagung sebagai komoditas unggulan. Promosi dan transportasi menjadi salah satu komponen penting dalam pemasaran usaha, guna memberikan informasi mengenai produk yang dihasilkan. Dengan memaksimalkan promosi dan transportasi petani jagung di Desa Labuan Lelea dapat memasarkan hasil produksinya secara lebih luas.
- c. Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman (ST) Mempertahankan jumlah produk yang berlimpah dengan memperluas akses pasar serta mempertahankan harga produk yang masih terjangkau. Dengan adanya produk yang berlimpah petani di deda labuan lelea dapat memenuhi permintaan pasar serta harga yang terjangkau akan membuat permintaan pasar meningkat serta dapat memperluas akses pasar usahatani di Desa Labuan Lelea.
- d. Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT) Memaksimalkan promosi produk dan transportasi yang kurang memadai untuk menekan keterbatasan akses pasar. Keterbatasan pasar sangat berdampak buruk bagi pemasaran oleh karena itu petani di Desa Labuan Lelea harus memaksimalkan promosi produk untuk menekan keterbatasan pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan strategi pemasaran yang tepat terhadap usahatani jagung di Desa Labuan

Lelea Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala dapat dilakukan melalui lima strategi yakni sebagai berikut :

- a. Strategi menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang (SO), memanfaatkan sarana teknologi untuk memaksimalkan jumlah produk yang berlimpah agar dapat memenuhi permintaan jagung sebagai komoditas unggulan.
- b. Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang (WO), memaksimalkan promosi dan transportasi yang kurang memadai untuk meningkatkan peluang ekspor jagung sebagai komoditas unggulan.
- c. Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman (ST), mempertahankan jumlah produk yang berlimpah dengan memperluas akses pasar serta mempertahankan harga produk yang masih terjangkau.
- d. Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT), memaksimalkan promosi produk dan transportasi yang kurang memadai untuk menekan keterbatasan akses pasar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian adapun beberapa saran yang bisa direkomendasikan yaitu sebagai berikut :

1. Pemasaran jagung di Desa Labuan Lelea sebaiknya dilakukan menggunakan strategi ST di mana strategi ini mempertahankan kekuatan yang ada untuk menghindari ancaman. Penerapan beberapa program di antaranya yaitu dengan menjalin kerja sama dengan pihak lain agar dapat memperluas akses pasar dan mengembangkan pasar tradisional untuk Desa Labuan Lelea sendiri agar desa Labuan Lelea dapat dikenal sebagai penghasil produksi jagung serta pengembangan sarana industri pengelolaan jagung.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian di bidang yang sama diharapkan mampu mengkaji lebih lanjut penerapan strategi yang telah direkomendasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arien Alinda Dewi, D. 2018. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (Zea Mays) Di Kabupaten Wonogiri*.
- Ginting, Paham. 2006. *Pemasaran Produk Pertanian*. USU Press. Medan Kotler.
- Hadija dan Najamuddin, 2009. *Analisa Usaha Jagung*. Balai Penelitian Sereal Maros. Sulawesi Selatan.
- Heru Sasangkaadi, 2020. *Strategi Pemasaran Benih Jagung dengan Merk Khusus "Celeron", Studi Kasus Di PT. Srijaya Internasional Kediri*. Magister Agribisnis. 20 (1): 14 - 23.
- Indrianti, Merita Ayu. 2020. *Margin dan Strategi Pemasaran Komoditi Jagung Di Kabupaten Gorontalo*. J. Social Economic of Agriculture. 9 (1): 15 - 16.
- Irawan, B. 2007. *Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah*. Analisis Kebijakan Pertanian. 5 (6): 10 - 11.
- Kharisma, E. 2014. *Rantai Pasar Komoditas Pertanian dan Dampaknya Terhadap Kegiatan Perdagangan Komoditas Pertanian Pasar Projo*. J. Wilayah dan Lingkungan. 2 (1): 25 - 42.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Murdy, S dan Naenggolan, S. 2013. *Analisis Keberagaman Usaha Rumah Tangga Pertanian pada Beberapa Tipe Lahan Usahatani Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi*. J. Informatika Pertanian. 26 (10): 55 - 64.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Roidah, I. S. 2013. *Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri Manajemen Agribisnis*. 13 (1): 25 - 32.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & Rnd*. Bandung Alfabeta.
- Tomy J. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Usahatani Jagung Di Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala*. J. Agrotekbis. 20 (1): 61 - 66.
- Zulkifli Noor, H. R. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Depublish. Yogyakarta.