

BAB VI

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka RW. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor(ID): Institut Pertanian Bogor.
- Adisaputro. 2010, Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran), Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Aaker. 2013. Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Assauri S. 2011. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Lembaga Management FEUI.
- Assauri, S. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Azria. 2017. *Startegi Pemasaran Jagung di Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi*. e-Jurnal Mitra Sains, Volume 5 Nomor 3, Juli 2017 hlm 11-27
- Ariusni. 2018. *Strategi Pemasaran jagung di sentral Produksi jagung di propinsi Sumatra Barat*. Jurnal Economac Volume 2 Issue 1 April 2018, e- ISSN: 2549-9807 p-ISSN: 1412-3290
- Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian. 2015. Petunjuk Pelaksanaan Pengawasan dan Pendampingan Penyuluh di Lokasi Sentra Padi Jagung dan Kedelai. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Badan Pusat Statistik, 2018. *Mamuju Dalam Angka (Mamuju in Figures) 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Mamuju.
- Badan Pusat Statistik, 2019. *Mamuju Dalam Angka (Mamuju in Figures) 2019*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Mamuju.
- Badan Pusat Statistik, 2018. *Mamuju Dalam Angka (Mamuju in Figures) 2020*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Mamuju.
- Chaerul Saleh, Sumedi dan E. Jamal (2012); *Analisis Pemasaran Jagung di Indonesia; Ekonomi Jagung Indonesia*; Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian; Departemen Pertanian.

- David RF. 2017. Konsep Manajemen Strategik, Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing (Edisi 15). Jakarta(ID) : Salemba Empat.
- Fitriani. 2015. Penguatan kapasitas kelembagaan gapoktan melalui pembentukan koperasi pertanian. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*,28(2):63-69.<https://e-journal.unair.ac.id/mkp/article/download/2474/1821>. (9 Maret 2018).
- Ganneval S. 2016. Spatial Price Transmission on Agricultural Commodity Markets under Different Volatility Regimes. *Econ Modelling* [Internet]. [cited 2017 Okt 4]; 52(A):173-185. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.econmod.2014.11.027> (4 Oktober 2017)
- Harli A. Karim, M. Yasin HG, Hasanuddin Kandatong, Hasan, Hikmahwati, dan Fitrianti. 2020. Uji Produktifitas berbagai Varietas Jagung (*Zea Mays L*) Hibrida dan Non Hibrida yang Sesuai pada Agrosistem Kabupaten Polewali Mandar. *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian. Volume 5, Nomor 1, Mei. 2020. ISSN : p-ISSN 2541-7452 e-ISSN:2541-7460.*
- Juhandi, D., & Enre, A. 2019. Kebijakan Upsus Pajale : Mampukah Menambah Provinsi Basis Produksi Pajale ? *Habitat*, 30(3), 123–131. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2019.030.3.15>
- Juniarsih, Tenriawaru, N.A dan Sirajuddin, N.S. (2014). *Dampak Kebijakan Subsidi Bneih Jagung Terhadap Peningkatan Produksi dan Pendapatan Petani Di Propinsi Sulawesi Selatan.* Jurnal Pasca Unhas.
- Kotler P, Armstrong G. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition. United States (US): Pearson Education Limited.
- Kotler P, Kartajaya H, Setiawan. 2017. Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital. New Jersey (US): John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler P, Kartajaya H, dan Setiawan I. 2010. Marketing 3.0 from Product to Customers to The Human Spirit. Jakarta(ID) : Erlangga.
- Kangon U. 2019. *Strategi Pemasaran Jagung Gorontalo Sebagai Program Unggulan Daerah.* Jurnal Ilmiah manajemen dan bisnis. JAMBURA: Vol 1. No 3. Januari 2019
- Kurniawan AR. 2018. Dasar-dasar Marketing Segala Hal tentang Marketing dan Sales. Yogyakarta(ID) : QUADRANT.

- Khasanah U. 2018. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Restoran Toastea Bogor [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Listiyani, Nurlia dan Bagas Haryotedjo. 2013. *Implementasi Sitem Resi Gudang pada Komoditi Jagung; Studi Kasus di Kabupaten Tuban, Provinsi Jawa Timur*. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Vol 7 No.2, Desember 2013.
- Morissan MA. 2015. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta (ID): Kharisma Putra Utama.
- Muhaiming. 2011. *Strategi Pemasaran Jagung di Kabupaten Bantaeng*. Jurnal Pasca Unhas.
- Oentoro D. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta (ID): LaksBang PRESSindo.
- Pearce J dan Robinson R. 2014. Manajemen Strategis, Edisi 12 Buku 1. Jakarta(ID) : Salemba Empat.
- Rangkuti F. 2013. Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Roidah SI. 2013. *Strategi pemasaran Jagung Hibrida Di Desa janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri*. Jurnal management Agribisnis, Vol 13, No. 1, Januari 2013.
- Suharjito, 2011. Pemodelan SistemPendukung Pengambilan Keputusan Cerdas Manajemen Resiko Rantai Pasok Produk/Komoditi Jagung. Sekolah Pascasarajana Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sari IN, Winandi R, Artakusuma J. 2012. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung di Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Jurnal Agrium Oktober 2012 Vol 17 No. 3.
- Solihin,I. 2012. *Management Strategik*. Jakarta:Erlangga
- Syamsuddin dan Rahmawati. 2015. *Trend Produksi dan Target Pengembanagn Mendukung Swasembada jagung Berkelanjutan Di Sulawesi Barat*. Prosiding Seminar nasional Serealia.
- Sugiharta IN, Darmawan DP dan Yudhari IDA. Strategi Pemasaran benih padi pada UD Tani Sejati di Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianya. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. Vol. 5, No. 4, Oktober 2016.

Siregar FS dan Surni, Indarsih Y. 2017. *Strategi Pemasaran Jagung di Desa Oelongko Kec. Bone Kancitala Kab Muna*. Jurnal Ilmiah Agribisnis (Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian) 2017:2(1):1-5

Sumarwan U. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.

Wijayanti T. 2017. *Marketing Plan dalam Bisnis Third Edition*. Jakarta (ID): PT Elex Media Komputindo.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

I. Kuesioner pemberian bobot terhadap faktor-faktor internal dan eksternal Strategi strategi pemasaran jagung hasil pengembangan UPSUS PAJALE di Kabupaten Mamuju

A. Pemberian bobot faktor – faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

Nama Responden :

Umur :

Petunjuk pengisian :

1. Pemberian nilai bobot pada perbandingan berpasangan antara 2 faktor secara relatif berdasarkan kepentingan atau pengaruh terhadap usaha
2. Cara membaca perbandingan dimulai dari faktor pada baris horizontal (y) terhadap kolom vertikal (x) dan harus konsisten.
3. Petunjuk nilai perbandingan

Defenisi Nilai	Bobot
Jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal	1
Jika indikator horizontal sama penting dari pada indikator vertikal	2
Jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal	3

Faktor Strategis	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A												
B												
C												
D												
E												
F												
G												
H												
I												
J												
K												
L												

Keterangan :

A = Tersedianya sarana perhubungan darat dan laut

B = Ketersediaan lahan untuk pertanian jagung yang luas

C = Jumlah produksi jagung yang tinggi

D = Banyaknya pedagang yang bergerak dalam pemasaran

jagung

E = Kelompok tani yang mendukung

F = Iklim yang sesuai

G = Prasarana jalan desa yang kurang memadai

H = Posisi tawar petani dalam penentuan harga jagung rendah

I = Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani

J = Terbatasnya tingkat pengetahuan penerapan teknologi budidaya dan pascapanen

K = Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman)

L = Belum adanya badan usaha pemerintah yang menangani pembelian jagung

B. Pemberian bobot terhadap faktor – faktor eksternal (peluang dan ancaman)

Faktor Strategis	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A										
B										
C										
D										
E										
F										
G										
H										
I										
J										

Keterangan :

A = Kebutuhan pasokan pakan unggas dari jagung masih besar

B = Pengembangan industri pengolahan berbasis komoditi jagung

C = Adanya dukungan dari pemerintah

D = Kualitas benih mempengaruhi harga

E = Pembentukan suatu lembaga pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi

F = Meningkatnya produksi jagung dari daerah lain

G = Adanya import jagung

H = Potensi penurunan kualitas jagung di proses pengiriman

I = Harga jagung yang berfluktuasi

J = Kurangnya lembaga pemodal

II. Pemberian rating terhadap faktor-faktor intrnal pemasaran jagung hasil pengembangan UPSUS PAJALE di Kabupaten Mamuju

A. Pemberian rating terhadap faktor-faktor internal dan eksternal

Petunjuk pengisian :

1. Pemberian nilai rating (peringkat) didasarkan pada kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan pesaing atau usaha sejenis
2. Pemberian nilai rating didasarkan pada keterangan berikut :

Defenisi Nilai	Bobot
Jika faktor tersebut merupakan kelemahan utama bagi perusahaan	1
Jika faktor tersebut merupakan kelemahan kecil bagi perusahaan	2
Jika faktor tersebut merupakan kekuatan kecil bagi perusahaan	3
Jika faktor tersebut merupakan kekuatan utama bagi perusahaan	4

3. Pemberian rating pada masing-masing faktor strategis dilakukan dengan memberikan tanda silang (x) pada tingkat kepentingan (1-4) yang paling sesuai menurut responden.

Menurut Bapak/Ibu bagaimana kondisi pemasaran jagung hasil pemasaran UPSUS PAJALE di Kabupaten Mamuju dalam hal faktor-faktor kekuatan yang dimiliki petani dan pedagang jagung sebagai berikut :

No	Kekuatan	1	2	3	4
1	Tersedianya sarana perhubungan darat dan laut				
2	Ketersediaan lahan untuk pertanian jagung yang luas				
3	Jumlah produksi jagung yang tinggi				
4					
5	Kelompok tani yang mendukung				
6	Iklm yang sesuai				

Menurut Bapak/Ibu bagaimana kondisi pemasaran jagung hasil pemasaran UPSUS PAJALE di Kabupaten Mamuju dalam hal faktor-faktor kelemahan yang dimiliki petani dan pedagang jagung sebagai berikut :

No	Kelemahan	1	2	3	4
1	Prasarana jalan yang kurang memadai				
2	Posisi tawar petani dalam penentuan harga jagung rendah				
3	Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani				
4	Terbatasnya tingkat pengetahuan penerapan teknologi budidaya dan pascapanen				
5	Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman)				
6	Belum adanya badan usaha pemerintah yang menangani pembelian jagung				

B. Pemberian rating terhadap faktor eksternal

1. Pemberian nilai rating didasarkan pada besarnya peluang yang ada berikut ini dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan berikut :

Defenisi Nilai	Bobot
Sangat rendah, respon petani, pengusaha dalam meraih peluang kurang	1
Rendah, respon petani, pengusaha dalam meraih peluang rata - rata	2
Tinggi, respon petani, pengusaha dalam meraih diatas rata - rata	3
Sangat tinggi, respon petani, pengusaha dalam meraih peluang superior	4

Menurut Bapak/Ibu bagaimana kondisi pedagang jagung bila dibandingkan dengan pedagang pesaing dalam hal faktor – faktor peluang yang dimiliki pedagang jagung sebagai berikut:

No	Peluang	1	2	3	4
1	Kebutuhan pasokan pakan unggas dari jagung masih besar				
2	Pengembangan industri pengolahan berbasis komoditi jagung				
3	Adanya dukungan dari pemerintah				
4	Kualitas benih mempengaruhi harga				
5	Pembentukan suatu lembaga pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi				

2. Pemberian nilai rating didasarkan pada besarnya ancaman yang ada berikut ini dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan berikut :

Defenisi Nilai	Bobot
Sangat rendah, respon petani, pengusaha dalam mengatasi ancaman kurang	1
Rendah, respon petani, pengusaha dalam mengatasi ancaman rata – rata	2
Tinggi, respon petani, pengusaha dalam mengatasi ancaman diatas rata – rata	3
Sangat tinggi, respon petani, pengusaha dalam mengatasi ancaman superior	4

Menurut Bapak/Ibu bagaimana kondisi pemasaran jagung di Kabuapten Mamuju bila dibandingkan dalam hal faktor – faktor ancaman yang dimiliki petani, pedagang jagung sebagai berikut:

No	Ancaman	1	2	3	4
1	Meningkatnya hasil produksi jagung didaerah lain				
2	Adanya import jagung				
3	Potensi penurunan kualitas jagung di proses pengiriman				
4	Harga jagung yang berfluktuasi				
5	Kurangnya lembaga pemodal				

III. Kuesioner penentuan prioritas strategis dengan matriks QPSM

Nama :

Jabatan :

Tujuan :

Untuk menentukan kemenarikan relative dan alternatif-alternatif yang dihasilkan dari matriks SWOT guna menetapkan strategi mana yang paling tepat untuk dilaksanakan terlebih dahulu oleh pedagang jagung

Alternatif strategi yang dihasilkan dari analisa SWOT

Petunjuk pengisian :

1. Tentukan attractive score (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal dan eksternal untuk masing-masing alternatif strategi dengan memberikan tanda (●) pada pilihan Bapak/Ibu. Pilihan attractive score didasarkan pada keterangan berikut :
 - 1 = Tidak menarik
 - 2 = Agak menarik
 - 3 = Menarik
 - 4 = Sangat menarik
2. Alternatif strategi yang terpilih adalah sebagai berikut :
 - A. Mendorong terbentuknya BUMD yang bergerak untuk memanfaatkan produk jagung sehingga bisa menjadi stabilisator bagi harga jagung atau mendorong investasi dan menumbuhkan industri yang menggunakan jagung sebagai bahan utamanya
 - B. Menyediakan jaminan informasi pasar yang lebih luas dan mendorong kelompok tani untuk bisa memiliki akses dari industri pengguna produk jagung.
 - C. Meningkatkan kualitas dari benih bantuan yang diberikan dan sosialisasi yang lebih intens dan lebih luas mengenai penggunaan benih dan teknologi pasca panen
 - D. Memperlancar mobilisasi produk hasil panen dengan jalan tani yang lebih baik
 - E. Pelatihan bagi petani dalam hal manajemen dan pemanfaatan teknologi tepat guna untuk peningkatan kualitas hasil panen dan kuantitas pasca panen
 - F. Mendorong tumbuhnya kelompok tani yang memproduksi produk makanan olahan dengan bahan baku utamanya dari jagung dan mendorong pemanfaatan limbah jagung agar memiliki nilai ekonomis oleh kelompok – kelompok tani yang ada dimasyarakat
 - G. Memperkuat peran dan fungsi kelompok tani baik dari segi manajemen, akses terhadap informasi pasara dan kreativitas dalam melihat peluang-peluang yang bisa dimanfaatkan

Lampiran 2. Daftar Nama Responden

Nomor	Nama	Profesi
1	H. Buspar	Pedagang
2	Sudirman	Pedagang
3	Musliadi	Pedagang
4	Taufik	Pedagang
5	Jadil	Pedagang
6	Sahida, SP	Koordinator Penyuluh
7	Ramlia, STP, M.Si	Dinas DTPHP
8	Rifai, SP, M.Si	Akademisi
9	Yudianto	Ketua Kelompok
10	Yahya, S	Ketua Kelompok
11	Mawardi	Ketua Kelompok
12	Kurniawan	Ketua Kelompok
13	Jamaluddin	Ketua Kelompok
14	Irvan	Ketua Kelompok
15	alimuddin	Ketua Kelompok
16	Ishak	Ketua Kelompok
17	Nasaruddin	Ketua Kelompok
18	Muhammad arsyad	Ketua Kelompok
19	Tahan	Petani
20	Sahabuddin	Petani
21	Bakri M	Petani
22	Ramang	Petani
23	Rustang	Petani
24	Nasaruddin	Petani
25	Sahibe	Petani
26	Tajuddin	Petani
27	Rusdi K	Petani
28	Made Maradana	Petani
29	Jaenal M	Petani
30	Nyoman	Petani
31	Abdul Muis	Petani
32	Alimuddin	Petani
33	Haming	Petani

Lampiran 3. Contoh Analisa EFE Responden

Pembobotan Faktor Eksternal Berdasarkan Hasil Wawancara dari Responden														Pemberian Rating Untuk Faktor Eksternal			
Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Total	Bobot	Faktor Strategi Eksternal	4	3	2	1
Peluang (Opportunities)																	
1. Kebutuhan pasokan pakan unggas dari jagung masih besar		1	1	3	1	1	3	2	1	3	16	0,089	1. Kebutuhan pasokan pakan unggas dari jagung masih besar			2	
2. Pengembangan industri pengolahan berbasis komoditi jagung	3		2	3	2	2	3	3	2	3	23	0,128	2. Pengembangan industri pengolahan berbasis komoditi jagung				1
3. Adanya dukungan dari pemerintah	3	2		3	2	2	3	3	2	3	23	0,128	3. Adanya dukungan dari pemerintah		3		
4. Kualitas benih mempengaruhi harga	1	1	1		1	1	3	1	1	2	12	0,067	4. Kualitas benih mempengaruhi harga			2	
5. Pembentukan suatu lembaga pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi	3	2	2	3		2	3	3	2	3	23	0,128	5. Pembentukan suatu lembaga pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi				1
Ancaman (Threats)																	
1. Meningkatnya hasil produksi jagung di daerah lain	3	2	2	3	2		3	3	2	3	23	0,128	1. Meningkatnya hasil produksi jagung di daerah lain			2	
2. Adanya import jagung	1	1	1	1	1	1		1	1	1	9	0,05	2. Adanya import jagung				1
3. Potensi penurunan kualitas jagung di proses pengiriman	2	1	1	3	1	1	3		1	3	16	0,089	3. Potensi penurunan kualitas jagung di proses pengiriman				1
4. Harga jagung yang berfluktuasi	3	2	2	3	2	2	3	3		3	23	0,128	4. Harga jagung yang berfluktuasi			2	
5. Kurangnya lembaga pemodal	1	1	1	2	1	1	3	1	1		12	0,067	5. Kurangnya lembaga pemodal				1
TOTAL											180	1	TOTAL				

Lampiran 4. Contoh Analisa IFE Responden

Pembobotan Faktor Internal Berdasarkan Hasil Wawancara dari Responden														Pemberian Rating Untuk Faktor					
Faktor Startegis Eks	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	Total	Bobot	Faktor Strategi Internal	4	3	2	1
Kekuatan (Strengths)														Kekuatan (Strengths)					
1. Tersedianya sarana perhubungan darat dan laut		3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	30	0,114	1. Tersedianya sarana perhubungan darat dan laut		3		
2. Ketersediaan lahan untuk pertanian jagung yang luas	1		1	2	2	1	3	1	3	3	2	2	21	0,08	2. Ketersediaan lahan untuk pertanian jagung yang luas	4			
3. Jumlah produksi jagung yang tinggi	2	3		3	3	2	3	2	3	3	3	3	30	0,114	3. Jumlah produksi jagung yang tinggi	4			
4. Banyaknya pedagang yang bergerak dalam	1	2	1		2	1	3	1	3	3	2	2	21	0,08	4. Banyaknya pedagang yang bergerak dalam pemasaran jagung		3		
5. Kelompok tani yang mendukung	1	2	1	2		1	3	1	3	3	2	2	21	0,08	5. Kelompok tani yang mendukung	4			
6. Iklim yang sesuai	2	3	2	3	3		3	2	3	3	3	3	30	0,114	6. Iklim yang sesuai		3		
Kelemahan														Kelemahan					
1. Prasarana jalan yang kurang memadai	1	1	1	1	1	1		1	3	2	1	1	14	0,053	1. Prasarana jalan yang kurang memadai				1
2. Posisi tawar petani dalam penentuan harga jagung rendah	2	3	2	3	3	2	3		3	3	3	3	30	0,114	2. Posisi tawar petani dalam penentuan harga jagung rendah			2	
3. Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	11	0,042	3. Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani			2	
4. Terbatasnya tingkat pengetahuan penerapan teknologi budidaya dan	1	1	1	1	1	1	2	1	3		1	1	14	0,053	4. Terbatasnya tingkat pengetahuan penerapan teknologi budidaya dan pascapanen			2	
5. Serangan OPT (Organisme Pengganggu	1	2	1	2	2	1	3	1	3	3		2	21	0,08	5. Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman				1
6. Belum adanya badan usaha pemerintah yang menangani pembelian	1	2	1	2	2	1	3	1	3	3	2		21	0,08	6. Belum adanya badan usaha pemerintah yang menangani pembelian jagung				1
TOTAL													264	1	TOTAL	12	9	6	3

Lampiran 6. Rekap Bobot dan Skoring Faktor Internal Responden 16-33

Responden 16			Responden 17			Responden 18			Responden 19			Responden 20			Responden 21			Responden 22			Responden 23			Responden 24			Responden 25			Responden 26			Responden 27			Responden 28			Responden 29			Responden 30			Responden 31			Responden 32			Responden 33					
Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor	Bobot	Rt	Skor			
0,1098	4	0,4394	0,1141	4	0,456	0,112	3	0,337	0,114	4	0,455	0,1136	4	0,4545	0,1023	4	0,4091	0,1174	4	0,4697	0,1136	4	0,4545	0,1098	4	0,4394	0,1	4	0,4	0,1136	4	0,4545	0,1136	4	0,455	0,114	4	0,4545	0,1179	4	0,471	0,102	4	0,4091	0,114	4	0,455	0,0985	4	0,3939	0,1115	4	0,446			
0,0795	4	0,3182	0,0837	4	0,335	0,082	3	0,247	0,098	4	0,394	0,0871	4	0,3485	0,1023	4	0,4091	0,0947	3	0,2841	0,0606	4	0,2424	0,0795	4	0,3182	0,1	4	0,4	0,0606	3	0,1818	0,0871	3	0,261	0,067	4	0,3485	0,0875	4	0,35	0,102	4	0,4091	0,098	4	0,394	0,0871	4	0,3485	0,0808	4	0,323			
0,1098	3	0,3295	0,0837	3	0,251	0,082	3	0,247	0,095	3	0,284	0,1136	4	0,4545	0,1023	3	0,3068	0,0947	3	0,2841	0,0833	4	0,3333	0,1098	4	0,4394	0,1	4	0,4	0,0833	4	0,3333	0,1136	4	0,455	0,114	4	0,4545	0,0875	4	0,35	0,102	3	0,3068	0,083	3	0,25	0,0947	4	0,3788	0,1115	3	0,335			
0,0795	3	0,2386	0,1141	3	0,342	0,112	4	0,449	0,068	3	0,205	0,0644	3	0,1932	0,0871	3	0,2614	0,0682	4	0,2727	0,0833	3	0,25	0,0795	3	0,2386	0,093	4	0,37	0,0833	4	0,3333	0,0644	4	0,258	0,064	3	0,1932	0,0875	3	0,262	0,087	3	0,2614	0,083	3	0,25	0,0871	4	0,3485	0,0577	3	0,173			
0,1098	4	0,4394	0,1103	3	0,331	0,112	3	0,337	0,068	3	0,205	0,0871	3	0,2614	0,0758	3	0,2273	0,0682	3	0,2045	0,0833	3	0,25	0,0795	4	0,3182	0,089	4	0,356	0,0833	3	0,25	0,0871	3	0,261	0,087	4	0,3485	0,0875	3	0,262	0,08	3	0,2386	0,08	4	0,318	0,0871	4	0,3485	0,0885	4	0,354			
0,1136	4	0,4545	0,1141	4	0,456	0,112	3	0,337	0,117	4	0,47	0,1136	4	0,4545	0,1061	4	0,4242	0,1174	4	0,4697	0,1136	4	0,4545	0,1098	4	0,4394	0,104	4	0,415	0,1136	4	0,4545	0,1136	4	0,455	0,114	4	0,4545	0,1179	4	0,471	0,106	4	0,4242	0,114	4	0,455	0,1098	4	0,4394	0,1154	4	0,462			
0,053	2	0,1061	0,0456	1	0,046	0,052	1	0,052	0,068	2	0,136	0,0644	2	0,1288	0,0492	2	0,0985	0,0682	2	0,1364	0,0455	2	0,0909	0,0455	2	0,0909	0,048	2	0,096	0,0455	1	0,0455	0,0644	1	0,064	0,064	2	0,1288	0,0456	2	0,091	0,061	2	0,1212	0,061	1	0,061	0,0492	2	0,0985	0,0654	2	0,131			
0,053	1	0,053	0,0608	1	0,061	0,06	1	0,06	0,045	1	0,045	0,0455	1	0,0455	0,0492	1	0,0492	0,0455	1	0,0455	0,0833	1	0,0833	0,0606	1	0,0606	0,048	1	0,048	0,0833	1	0,0833	0,0455	1	0,045	0,045	1	0,0455	0,0608	1	0,061	0,045	1	0,0455	0,057	1	0,057	0,0568	1	0,0568	0,0462	1	0,046			
0,053	2	0,1061	0,0608	2	0,122	0,06	2	0,12	0,045	2	0,091	0,0455	2	0,0909	0,0492	2	0,0985	0,0455	2	0,0909	0,0606	1	0,0606	0,0606	2	0,1212	0,048	2	0,096	0,0606	1	0,0606	0,0455	2	0,091	0,045	2	0,0909	0,0608	2	0,122	0,053	2	0,1061	0,045	2	0,091	0,053	2	0,1061	0,0538	2	0,108			
0,053	2	0,1061	0,0456	2	0,091	0,045	2	0,09	0,068	2	0,136	0,0644	2	0,1288	0,0644	2	0,1288	0,0682	2	0,1364	0,0455	2	0,0909	0,0455	2	0,0909	0,063	1	0,063	0,0455	2	0,0909	0,0644	2	0,129	0,064	2	0,1288	0,0456	2	0,091	0,053	1	0,053	0,053	2	0,106	0,053	2	0,1061	0,0577	2	0,115			
0,0758	1	0,0758	0,0837	1	0,084	0,086	1	0,086	0,095	1	0,095	0,0871	1	0,0871	0,1061	1	0,1061	0,0947	1	0,0947	0,1136	1	0,1136	0,1098	1	0,1098	0,104	1	0,104	0,1136	1	0,1136	0,0871	1	0,087	0,087	1	0,0871	0,0875	1	0,087	0,102	1	0,1023	0,098	1	0,098	0,1098	1	0,1098	0,1	1	0,1			
0,1098	1	0,1098	0,0837	1	0,084	0,082	1	0,082	0,117	1	0,117	0,1136	1	0,1136	0,1061	1	0,1061	0,1174	1	0,1174	0,1136	1	0,1136	0,1098	1	0,1098	0,104	1	0,104	0,1136	1	0,1136	0,1136	1	0,114	0,114	1	0,114	0,1136	1	0,114	0,1141	1	0,114	0,106	1	0,1061	0,114	1	0,114	0,1136	1	0,1136	0,1115	1	0,112

Lampiran 8. Rekap Analisa QPSM (Contoh untuk SO1)

Matriks QSPM																																					
Faktor - Faktor Kunci	SO1							8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	TOTAL	Rata2		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33				
Kekuatan																																					
1. Tersedianya sarana perhubungan darat dan laut	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	110	3,33	
2. Ketersediaan lahan untuk pertanian jagung yang luas	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	128	3,88	
3. Jumlah produksi jagung yang tinggi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	128	3,88	
4. Banyaknya pedagang yang bergerak dalam pemasaran jagung	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	85	2,58		
5. Kelompok tani yang mendukung	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	100	3,03		
6. Iklim yang sesuai	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	125	3,79		
Kelemahan																																					
memadai	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	1	72	2,18		
2. Posisi tawar petani dalam penentuan harga jagung rendah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	126	3,82		
3. Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	91	2,76		
4. Terbatasnya tingkat pengetahuan penerapan teknologi budidaya dan pascapanen	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	75	2,27		
5. Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman)	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	4	1	66	2		
pemerintah yang menangani pembelian jagung	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	128	3,88		
Peluang																																					
1. Kebutuhan pasokan pakan unggas dari jagung masih besar	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	101	3,06			
2. Pengembangan industri pengolahan berbasis komoditi jagung	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	121	3,67		
3. Adanya dukungan dari pemerintah	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	125	3,79		
4. Kualitas benih mempengaruhi pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	71	2,15			
pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	125	3,79		
Ancaman																																					
1. Meningkatnya hasil produksi jagung di daerah lain	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	118	3,58		
2. Adanya import jagung	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	4	2	3	3	4	4	3	2	3	3	98	2,97		
3. Potensi penurunan kualitas jagung di proses pengiriman	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	1	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	1	78	2,36		
4. Harga jagung yang berfluktuasi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	125	3,79		
5. Kurangnya lembaga pemodal	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	106	3,21		

Lampiran 9. Rekap Total Analisa QPSM

Faktor - Faktor Kunci	Bobot	SO1		SO2		SO3		ST		WO1		WO2		WT1	
		AS	TAS												
Kekuatan															
1. Tersedianya sarana perhubungan darat dan laut	0,111	3,333	0,37	3,091	0,343	2,485	0,275	2,091	0,232	1,97	0,218	2,939	0,326	2,848	0,316
2. Ketersediaan lahan untuk pertanian jagung yang luas	0,092	3,879	0,357	3,394	0,312	3,697	0,34	2,909	0,268	2,879	0,265	3,182	0,293	3,606	0,332
3. Jumlah produksi jagung yang tinggi	0,097	3,879	0,375	3,576	0,346	3,091	0,299	2,364	0,229	2,848	0,276	3,697	0,358	3,061	0,296
4. Banyaknya pedagang yang bergerak dalam pemasaran jagung	0,087	2,576	0,224	2,273	0,198	1,939	0,169	1,727	0,15	1,727	0,15	1,848	0,161	2,515	0,219
5. Kelompok tani yang mendukung	0,089	3,03	0,269	2,485	0,221	2,939	0,261	2,455	0,218	3,455	0,307	2,939	0,261	3,152	0,28
6. Iklim yang sesuai	0,109	3,788	0,415	2,182	0,239	3,424	0,375	2,333	0,255	2,667	0,292	2,818	0,309	3,091	0,338
Kelemahan															
1. Prasarana jalan yang kurang memadai	0,056	2,182	0,123	1,848	0,104	1,394	0,078	3,394	0,191	1,758	0,099	2,182	0,123	1,939	0,109
2. Posisi tawar petani dalam penentuan harga jagung rendah	0,063	3,818	0,239	3,273	0,205	2,03	0,127	1,636	0,102	1,424	0,089	2,909	0,182	3,273	0,205
3. Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani	0,056	2,758	0,155	2	0,113	3,667	0,207	2,03	0,114	2,879	0,162	1,939	0,109	2,576	0,145
4. Terbatasnya tingkat pengetahuan penerapan teknologi budidaya dan pascapanen	0,056	2,273	0,127	1,97	0,11	2,333	0,131	1,909	0,107	3,727	0,209	2,273	0,127	2,758	0,154
5. Serangan OPT (Organisme Pengganggu Tanaman)	0,087	2	0,174	1,576	0,137	2,03	0,177	1,636	0,142	2,909	0,253	1,939	0,169	2,818	0,245
6. Belum adanya badan usaha pemerintah yang menangani pembelian jagung	0,097	3,879	0,376	3,061	0,296	2,03	0,197	1,727	0,167	1,545	0,15	2,606	0,252	3,606	0,349
Peluang															
1. Kebutuhan pasokan pakan unggas dari jagung masih besar	0,115	3,061	0,351	3,667	0,42	2,848	0,326	2,364	0,271	1,939	0,222	2	0,229	3,515	0,403
2. Pengembangan industri pengolahan berbasis komoditi jagung	0,129	3,667	0,473	2,121	0,273	2,394	0,309	1,909	0,246	2,97	0,383	3,364	0,433	3,424	0,441
3. Adanya dukungan dari pemerintah	0,101	3,788	0,383	2,576	0,26	3,515	0,355	3,333	0,337	3,303	0,334	3,152	0,318	3,212	0,325
4. Kualitas benih mempengaruhi harga	0,081	2,152	0,173	1,818	0,146	3,606	0,29	1,636	0,132	1,727	0,139	1,606	0,129	1,939	0,156
5. Pembentukan suatu lembaga pemerintah yang membeli dan menjual jagung petani di sentra produksi	0,135	3,788	0,513	2,606	0,353	2,788	0,378	1,818	0,246	1,97	0,267	2,061	0,279	2,364	0,32
Ancaman															
1. Meningkatnya hasil produksi jagung didaerah lain	0,11	3,576	0,394	3,182	0,35	1,97	0,217	1,636	0,18	1,636	0,18	1,697	0,187	2,455	0,27
2. Adanya import jagung	0,06	2,97	0,177	1,97	0,117	1,545	0,092	1,333	0,08	1,424	0,085	1,152	0,069	1,818	0,108
3. Potensi penurunan kualitas jagung di proses pengiriman	0,06	2,364	0,143	1,455	0,088	1,394	0,084	1,364	0,082	1,182	0,071	1,212	0,073	1,606	0,097
4. Harga jagung yang berfluktuasi	0,108	3,788	0,411	2,848	0,309	1,939	0,21	1,758	0,191	1,758	0,191	2,909	0,316	3,152	0,342
5. Kurangnya lembaga pemodal	0,101	3,212	0,324	2,455	0,248	2	0,202	1,576	0,159	1,576	0,159	2,364	0,238	3,424	0,345
TOTAL		69,76	6,545	55,42	5,189	55,06	5,099	44,94	4,1	49,27	4,5	52,79	4,942	62,15	5,797
Peringkat		1		3		4		7		6		5		2	