

**STRATEGI PEMASARAN USAHA BIBIT KAKAO SAMBUNG
PUCUK DI DESA MARIORILAU KECAMATAN
MARIORIWAWO KABUPATEN SOPPENG**

**FERI ADRIAWAN
105960193315**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019s**

**STRATEGI PEMASARAN USAHA BIBIT KAKAO SAMBUNG PUCUK
DI DESA MARIORILAU KECAMATAN MARIORIWAWO
KABUPATEN SOPPENG**

**FERI ADRIAWAN
105960193315**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng

Nama : Feri Adriawan

Nomor Induk Mahasiswa : 105960193315

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing I



Dr. Jumiati, S.P., M.M.
NIDN : 0912087504

Pembimbing II



Dr. Reni Fatmasari Syafruddin, S.P., M.Si
NIDN : 0928128602

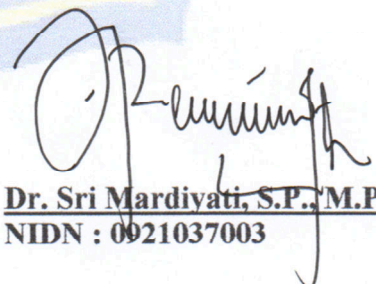
Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.
NIDN : 0912066901

Ketua Prodi Agribisnis



Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NIDN : 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

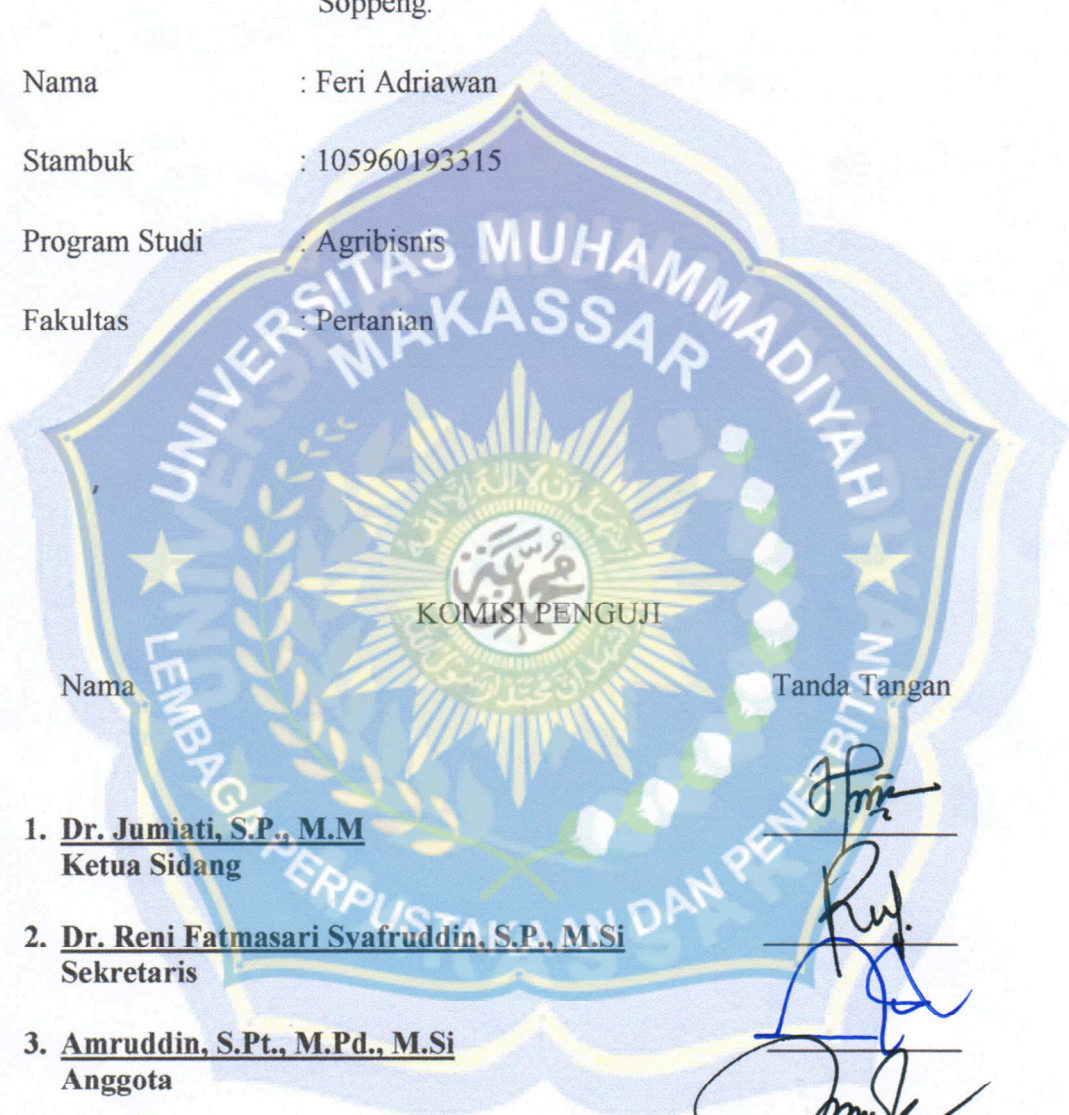
Judul : Strategi Pemasaran, Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk
di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten
Soppeng.

Nama : Feri Adriawan

Stambuk : 105960193315

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Jumiati, S.P., M.M
Ketua Sidang
2. Dr. Reni Fatmasari Syafruddin, S.P., M.Si
Sekretaris
3. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si
Anggota
4. Ardi Rumallang, S.P., M.M
Anggota

Jumiati
Reni
Amruddin

Tanggal Lulus : 29 Agustus 2019

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng adalah benar merupakan hasil karya yang belum pernah di ajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal ataupun di kutip dari karya yang di terbitkan maupun tidak di terbitkan dari penulis lain telah di sebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.



Makassar , Agustus 2019

Feri Adriawan
105960193315

ABSTRAK

FERI ADRIAWAN. 105960193315. Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng. Dibimbing oleh JUMIATI dan RENI FATMASARI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1. faktor-faktor pemasaran bibit kakao sambung pucuk. 2. strategi yang di terapkan petani dalam memasarkan bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng.

Penentuan informan dalam penelitian ini din lakukan dengan menggunakan teknik Sampling Jenuh (sensus). Informan dalam penelitian ini adalah pengusaha bibit kakao sambung pucuk yang berjumlah 10 orang. Analisis yang di gunakan adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukka bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi pemasaran bibit kakao sambung pucuk ada 2 internal dan eksternal. Faktor internal memiliki nilai kekuatan lebih tinggi dari pada kelemahan dengan seperti ini kekuatan yang di miliki dalam sistem pemasaran bibit kakao sambung pucuk dapat mengatasi kelemahan dengan cukup baik, sedangkan faktor eksternal memiliki peluang lebih besar di bandingkan ancaman berarti pemasaran bibit kakao sambung pucuk cukup baik dalam merespon peluang dan meminimalisasi ancaman. Strategi yang di terapkan dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk yang di lakukan pada hasil penelitian di Desa Maririlau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng berdasarkan analisis SWOT , strategi yang perlu di terapkan dalam memasarkan bibit kakao sambung pucuk yaitu, mengoptimalkan jumlah produksi dan meningkatkan kualitas produksi, menambah modal, kegiatan promosi dan menambah jaringan pemasaran yang masih terbatas, meningkatkan kualitas produk untuk mengatasi turunnya harga, meningkatkan pemahaman menyangkut informasi harga bibit kakao sambung pucuk.

Kata Kunci : Strategi pemasaran bibit kakao sambung pucuk.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat

1. Kedua orang tua ayahanda Podding dan ibunda (Alm) Hamdawati, dan kakak-kakakku, Herlina, Heriani dan Hermayani serta segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dr. Jumiati, S.P., M.M selaku pembimbing I dan pembimbing II Ibu Dr. Reni Fatmasari, S.P., M.Si, yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.

3. Bapak Amruddin.,S.Pt.,M.Pd.,M.Si. selaku penguji I dan penguji II Bapak Ardi Rumallang S.P.,M.M yang senantiasa meluangkan waktunya menguji dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini terselesaikan.
4. Bapak Dr.H.Burhanuddin,S.Pi.,M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Ibu Dr.Sri Mardiyati,S.P.,M.P selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
7. Kepada teman-teman kelas C Jurusan Agribisnis angkatan 2015 dan teman Metamorfosis 2015 yang senantiasa memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.Semoga kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya. Amin.

Makassar, Agustus 2018

Feri Adriawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi pemasaran	6
2.2 Kakao	6
2.3 Pembibitan	7
2.4 Sambung Pucuk	8
2.5 Analisa Swot	10
2.6 Kerangka Pemikiran	12

III. METODE PENELITIAN	14
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.2 Teknik Penentuan Informan.....	14
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	14
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.5 Teknik Analisis Data.....	16
3.6 Definisi Operasional	21
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	23
4.1 Kondisi Geografis	23
4.2 Kondiasi Demografis	23
4.3 Sarana dan Prasarana	27
4.4 Kondisi Pertanian.....	28
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
5.1 Identitas Responden.....	30
5.2 Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats)	34
5.3 Alternatif Strategi Pemasaran Yang di Gunakan	46
VI. KESIMPUALAN DAN SARAN	48
6.1 Kesimpulan	48
6.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	52
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	teks	Halaman
1.	Model Analisis Matrik SWOT	13
2.	Batas – batas Wilayah Desa Mariorulau	23
3.	Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Dusun	24
4.	Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Jenis Kelamin	24
5.	Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Tingkat Umur	25
6.	Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Mata Pencaharian Pokok ..	26
7.	Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Tingkat Pendidikan	27
8.	Sarana dan Prasarana Desa Mariorilau	28
9.	Luas Lahan Berdasarkan Jenis Tanaman	29
10.	Jumlah Informan Berdasarkan Tingkat Umur	31
11.	Jumlah Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	32
12.	Jumlah Informan Berdasarkan Pengalaman Berusahatani	33
13.	Matriks IFAS Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng	34
14.	Matriks EFAS Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng	38
15.	Diagram matriks SWOT Analisis Strategi Pemasaran Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng	45

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Stratetigi Pemasaran Bibit Kakao Sambung Pucuk	13
2.	Diagram Matriks Internal dan Eksternal.....	20
3.	Total Nilai Matriks Internal dan Eksternal Strategi Pemasaran Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1.	Kosiener	53
2.	Identitas Responden.....	57
3.	Faktor Internal dan Eksternal.....	58
4.	Perolehan Nilai Rating Dari Informan Mengenai Faktor Internal.....	59
5.	Perolehan Nilai Rating Dari Informan Mengenai Faktor Eksternal	60
6.	Peta Lokasi Penelitian.....	61
7.	Dokumentasi.....	62



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kakao merupakan salah satu komoditi andalan perkebunan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional dan komoditas perkebunan yang peran cukup nyata dan dapat di andalkan dalam mewujudkan program pembangunan pertanian, khususnya dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendorong pengembangan wilayah, pengembangan agroindustri, peningkatan kesejahteraan petani, dan peningkatan devisa negara (Firdaus, 2015).

Kakao (*Theobroma cacao L.*) merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang terus mendapatkan perhatian untuk dikembangkan. Karena merupakan salah satu komoditas unggulan nasional setelah tanaman karet, kelapa sawit, dan teh. Kakao merupakan tanaman tahunan yang paling terkenal dengan produk turunannya, berupa coklat. Produk-produk ini di konsumsi di seluruh dunia, di minati karna rasa yang unik dan aroma yang tidak bisa di gantikan oleh produk lainnya (Ditjenbunn, 2010).

Perkebunan Kakao di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam kurun 20 tahun terakhir dan pada tahun 2017 areal perkebunan kakao di Indonesia tercatat seluas 992,448 ha. Perkebunan kakao tersebut sebagian besar (89,45%) di kelolah oleh rakyat dan selebihnya (5,04%) perkebunan besar negara serta (45,51%) perkebunan besar swasta. Dari segi kualitas, kakao Indonesia tidak kalah dengan kakao dunia di mana jika di lakukan fermentasi yang baik dapat

mencapai cita rasa kakao dari Ghana dan keunggulan kakao Indonesia tidak mudah meleleh hingga cocok bila di pakai untuk blending (Ditjenbun, 2010).

Salah satu faktor yang perlu di perhatikan dalam mengusahakan tanaman kakao adalah penggunaan bibit unggul dan bermutu. Tanaman kakao merupakan tanaman tahunan, karena itu kesalahan dalam penggunaan bibit akan berakibat buruk dalam pengusahaanya, walaupun di beri perlakuan kultur yang baik tidak akan memberikan hasil yang baik, sehingga modal yang di keluarkan akan kembali karena adanya kerugian dalam usaha tani. Untuk menghindari masalah tersebut , perlu di lakukan cara pembibitan kakao yang baik

Kabupaten Soppeng adalah salah satu wilayah di Propinsi Sulawesi Selatan yang memiliki potensi dalam pengembangan sektor pertanian dan peternakan. Luas wilayah Kabupaten Soppeng adalah 150.000 ha, dan sekitar 42% (64.139 ha) dari luasan tersebut merupakan lahan pertanian yang terdiri atas sawah 16% atau 24.846 ha (sawah irigasi teknis 12.644 ha (8%), irigasi setengah teknis 2.731 ha (2%) dan non teknis 9.471 ha (6%), kebun 31.405 ha (21%) dan perkebunan 7.888 ha (5%). Kebun yang dimaksud biasanya ditanami sayur-sayuran, buah-buahan dan umbi-umbian seperti ubi jalar dan ubi kayu. Sedangkan perkebunan umumnya berisi kakao, kelapa dan cengkeh.

Kecamatan Marioriwawo merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Soppeng yang memiliki 13 desa ,Kecamatan Marioriwawo merupakan Kecamatan yang sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai pengusaha pembibitan kakao sambung pucuk. Khususnya di Desa Mariorilau yang prioritas masyarakatnya adalah petani kakao sudah ada beberapa masyarakatnya yang

berprofesi sebagai pengusaha bibit kakao sambung pucuk, di karenakan pemasaran bibit sambung pucuk di Kabupaten Soppeng dapat di katakan berkembang karna bibit sambung pucuk lebih di cari oleh masyarakat di bandingkan bibit biasa ,dan harga bibit sambung pucuk sendiri lebih di tinggi dari pada bibit biasa

Kakao adalah salah satu komoditas utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Kabupaten Soppeng. Program kakao yang berkelanjutan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pada petani kakao dan memperkuat posisi Kabupaten Soppeng sebagai salah satu pusat produksi kakao berkualitas tinggi yang penting di Indonesia.

Pemasaran bibit kakao di Kabupaten Soppeng sangat berkembang pesat di karenakan permintaan bibit di Kabupaten Soppeng sangat banyak mengingat usia kakao yang ada di Kabupaten Soppeng sudah berumur tua dan perlu di ganti dengan bibit baru, keunggulan bibit kakao sambung pucuk dapat di katakan lebih unggul dari bibit kakao biasa karena pertumbuhan nya lebih cepat di bandingkan bibit biasa, permintaan bibit sambung pucuk pun sangat tinggi di Kabupaten Soppeng.

Pada prinsipnya sambung pucuk adalah menyambungkan bibit batang bawah yang berasal dari biji dengan batang atas yang bersumber dari entres. Kelebihan produksi bibit dengan metode ini adalah dapat diperoleh bahan tanam yang identik dengan induk asal entresnya. Berbeda dengan bahan tanam dari biji yang sulit dipastikan apakah bakal memiliki karakteristik yang sama dengan induknya. Selain itu, bibit sambung pucuk memiliki perakaran yang kuat karena

batang bawahnya berasal dari biji. Berbeda dengan stek yang memiliki akar serabut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng ?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan petani di dalam memasarkan bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah, untuk mengetahui :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng.
2. Strategi yang diterapkan petani di dalam memasarkan bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya atau penelitian-penelitian sejenis.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Pemasaran

Menurut Paseribu (2011), strategi adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan pencapaian tujuan serta menrinci jangkauan bisnis yang akan di capai oleh perusahaan strategi pemasaran ini merupakan pemilihan analisis pasar sasaran yaitu suatu kelompok orang ingin di capai perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

Menurut Wawan (2006) Strategi pemasaran merupakan perorganisasian segala sumber daya yang di miliki guna memasarkan suatu produk.Selanjutnya di sebutkan suatu strategi pemasaran yang di lakukan harus memperhatikan bauran pemasaran, daur hidup produk dan mempertahankan atau memperpanjang tahap kematangan pasar.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompotitif yang berkelanjutan. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran adalah :

1. Faktor makro, adalah perantara pemasaran, pemasok, pesaing dan masyarakat.
2. Faktor mikro, adalah dermografi / ekonomi, politok / hukum, teknologi / fisik, dan sosisal / budaya.

3. Strategi pemasaran dari sudut pandang penjual adalah tempat yang strategis (*plance*), produk yang bermutu (*pruduct*), harga yang kompetif (*price*), dan promosi yang gencar (*promotion*).

Sedangkan dari sudut pandang pelanggan adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan (*customer needs and wants*), biaya pelanggan (*cost to the customer*), kenyamanan (*statisfaction*) dan komunikasi (*comunication*). Tujuan akhir dan konsep, strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*total custemer satisfaction*). Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah memenuhi kebutuhan pelanggan (Ilmanoz, 2008).

Menurut Tjiptono (1997), dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungan dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dan pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang di geluti perusahaan saat ini dan jenis bisnis apa yang akan di masuki pada masa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah di pilih tersebut dapat di jalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompotitif atas dasar pespektif produk, harga, promosi dan distribusi.

2.2 Kakao

Theobroma cacao adalah nama biologi yang diberikan pada pohon kakao oleh Linnaeus pada tahun 1753. Tempat alamiah dari genus *Theobroma* adalah di bagian hutan tropis dengan banyak curah hujan, tingkat kelembaban tinggi, dan

teduh. Dalam kondisi seperti ini *Theobroma cacao* jarang berbuah dan hanya sedikit menghasilkan biji (Spillane, 1995).

Kakao (*Theobroma cacao*, L.) merupakan satu-satunya spesies diantara 22 jenis dalam genus *Theobroma* yang diusahakan secara komersial. Tanaman ini diperkirakan berasal dari lembah Amazon di Benua Amerika yang mempunyai iklim tropis. Colombus dalam pengembaraan dan petualangannya di benua menemukan dan membawanya ke Spanyol (Poedjiwidodo, 1996).

Tanaman kakao mempunyai sejarah yang cukup panjang di Indonesia. Tanaman ini pertama kali dibawa ke Indonesia oleh bangsa Spanyol pada tahun 1560 dan pertama kali ditanam di Celebes (sekarang Sulawesi), Minahasa. Menurut Van Hall (cit. Wahyudi : 2008) pada tahun 1859, di Ambon sudah terdapat 10.000-12.000 pohon tanaman kakao dan telah menghasilkan sebanyak 11,6 ton biji kakao.8 Eksport kakao pertama dilakukan pada tahun 1825-1838 dengan jumlah eksport sekitar 92 ton. Namun pada tahun 1928 ekspor kakao Indonesia terhenti karena serangan hama tanaman kakao.

2.3 Pembibitan

Definisi pembibitan adalah kegiatan menyediakan bibit yang tepat varietasnya dan sehat. Tujuan pembibitan adalah untuk memperoleh bibit yang sesuai dengan jenis yang di inginkan / varietas yang di inginkan seperti bibit yang sehat dan mampu beradaptasi dengan baik pada lingkungannya.

Bibit merupakan salah satu penentu keberhasilan budidaya tanaman. Budidaya tanaman sebenarnya telah dimulai sejak memilih bibit tanaman yang baik, karena bibit merupakan obyek utama yang akan dikembangkan dalam proses

budidaya selanjutnya. Selain itu, bibit juga merupakan pembawa gen dari induknya yang menentukan sifat tanaman setelah berproduksi. Oleh karena itu untuk memperoleh tanaman yang memiliki sifat tertentu dapat diperoleh dengan memilih bibit yang berasal dari induk yang memiliki sifat tersebut (Setiawan, 1999).

Faktor yang mempengaruhi pembibitan tanaman kakao seperti juga tanaman perkebunan yang lain adalah air, cahaya matahari, unsur hara, suhu, dan kelembaban. Pertumbuhan vegetatif bibit terbagi atas pertumbuhan daun, batang dan akar. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pertumbuhan daun dan batang ialah hormon dan nutrisi (faktor dalam), status air dalam jaringan tanaman, suhu udara dan cahaya (faktor luar). Pertumbuhan akar dipengaruhi suhu media tumbuh, ketersediaan oksigen (aerasi), faktor fisik media tumbuh, pH media tumbuh, selain faktor dalam dan status air dalam jaringan tanaman. Pertumbuhan daun dan perluasan batang menentukan luas permukaan daun dan struktur tajuk yang sangat penting sehubungan dengan proses fotosintesis. Sedangkan perluasan akar akan menentukan jumlah dan distribusi akar yang kemudian akan berfungsi kembali sebagai organ penyerap unsur hara mineral.

2.4 Sambung Pucuk

Pada prinsipnya sambung pucuk adalah menyambungkan bibit batang bawah yang berasal dari biji dengan batang atas yang bersumber dari entres. Kelebihan produksi bibit dengan metode ini adalah dapat diperoleh bahan tanam yang identic dengan induk asal entresnya. Berbeda dengan bahan tanam dari biji

yang sulit dipastikan apakah bakal memiliki karakteristik yang sama dengan induknya. Selain itu, bibit sambung pucuk memiliki perakaran yang kuat karena batang bawahnya berasal dari biji. Berbeda dengan stek yang memiliki akar serabut.

Perpaduan dari bagian tanaman yang disatukan akan berkembang membentuk tanaman jenis baru, dengan kelebihan yang dimilikinya antara lain : keunggulan dari segi perakaran, masa berbuah lebih cepat, ukuran tanaman yang lebih pendek, memiliki sifat genetik yang berasal dari induknya misalnya ukuran buah, daging yang tebal dan rasa manis serta tahan terhadap penyakit. Bahan yang dibutuhkan dalam proses penyambungan ini adalah bagian tanaman yang akan di sambung atau disebut batang atas (entres) bisa tunas pucuk atau tunas samping. bagian bawah yang menerima sambungan di sebut batang bawah (understock). Cara mendapatkan batang bawah dengan penyemaian biji tanaman lokal yg memiliki perakaran yg baik dan tahan terhadap serangan busuk akar.

Teknik sambung celah dengan entres yang mempunyai 1 – 3 mata tunas, tingkat keberhasilan sambungan mencapai 90%. Batang bawah siap untuk disambung bila diameter telah berukuran 0,6 cm atau lebih. Potong pucuknya pada bagian yang berwarna kecoklatan dan biarkan helaian daun sebelah bawah tetap berada pada batang bawah. Kemudian tepat ditengah bekas potongan dibelah dengan pisau tajam sedalam 2-3 cm.

Entris berasal dari pohon induk yang sehat, yang sedang dorman sepanjang 10-15 cm dari, kemudian potong daunnya. Sayat bagian pangkal entris pada kedua belah sisinya sepanjang 2 – 3 cm membentuk baji dan sisipkan bagian baji

dari entres kedalam celah batang bawah + ikat dengan tali plastik, sungkup dengan kantong plastik transparan agar tetap lembab dan tempatkan di bawah naungan. Sungkup plastik dibuka apabila mata tunas pada entres telah pecah, lebih kurang umur 1 bulan.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan peluang dan hambatan yang dihadapi perusahaan

1. Kekuatan (*Strenghts*) adalah suatu kemampuan yang khas yang dimiliki oleh suatu organisasi agar mendapatkan keunggulan bersaing di dalam pasar.
2. Kelemahan (*Weaknesses*) adalah hambatan atau kekurangan sumber daya, keahlian atau kemampuan lain yang secara serius menghambat prestasi.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi yang paling menguntungkan dalam lingkungan yang dihadapi oleh suatu organisasi. Jika suatu peluang tidak sampai dimanfaatkan dan kemudian dimanfaatkan oleh pesaing, maka peluang akan berubah menjadi hambatan suatu organisasi.
4. Ancaman (*Threats*) adalah situasi yang paling tidak menguntungkan dalam lingkungan yang dihadapi oleh suatu organisasi.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian

perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti, 2001)

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor dari luar strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman dari strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk. Peluang adalah faktor-faktor yang berasal dari luar dan bersifat menguntungkan. Ancaman adalah faktor-faktor yang berasal dari luar strategi pemasaran dan bersifat mengganggu.

2. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor dari dalam strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk yang dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk. Kekuatan merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam dan merupakan keunggulan strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk. Kelemahan merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam dan merupakan keterbatasan/ kekurangan strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk. Langkah analisis SWOT adalah dengan membuat matrik SWOT.

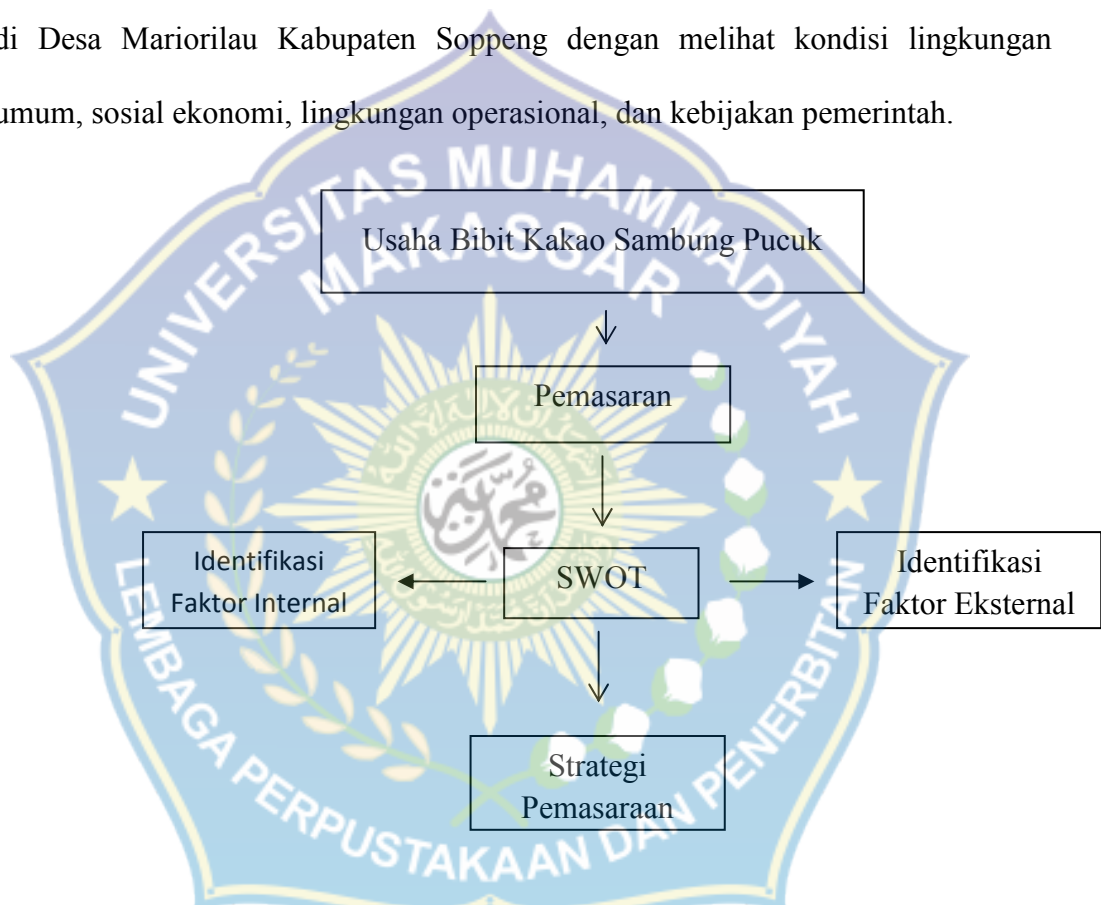
Tabel 1. Model Analisis Matrik SWOT

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p><i>Streghths-S</i></p> <p>Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal</p>	<p><i>Weaknesses-W</i></p> <p>Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal</p>
<p><i>Opportunities-O</i></p> <p>Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal</p>	<p><i>Strategi SO</i></p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p><i>Strategi WO</i></p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>
<p><i>Threats-T</i></p> <p>Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal</p>	<p><i>Strategi ST</i></p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p><i>Strategi WT</i></p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. (Sugiyono, 2010). Kerangka pemikiran dalam strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk dengan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pembibitan kakao sambung pucuk. Ada dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang

menjadi kekuatan dan kelemahan pada strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng dengan melihat keadaan sumber daya manusia, produk, laporan keuangan, operasi dan produksi . Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang menjadi peluang dan ancaman pada strategi pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng dengan melihat kondisi lingkungan umum, sosial ekonomi, lingkungan operasional, dan kebijakan pemerintah.



Gambar 1. Kerangka pikir Strategi Pemasaran Bibit Kakao Sambung Pucuk

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng, dimana penelitian akan dilaksanakan sekitar 2 bulan yaitu dari bulan Juni-Juli 2019.

3.2 Teknik Penentuan Informan

Populasi penelitian ialah seluruh petani yang melakukan usaha bibit kakao sambung pucuk sebanyak 10 orang, sehingga dalam penelitian informan diambil secara keseluruhan (sensus). Penentuan informan dilakukan dengan teknik *Non Probability Sampling* yang dipilih yaitu dengan *Sampling Jenuh* (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil, kurang dari 30 orang (Supriyanto dan Machfudz, 2010).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu metode yang menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator.

Beberapa macam sumber data dalam penelitian ini berdasarkan dimensi waktu yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari informan maupun pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti. Data dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pertanian, Kantor Kecamatan dan Desa serta lembaga-lembaga lain yang terkait di dalamnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer melalui wawancara langsung kepada informan berdasarkan daftar pertanyaan (kuisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang akan diteliti.

3. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan dokumen yang berbentuk gambar atau tulisan. Dokumen berbentuk gambar misalnya foto, sketsa dll. Sedangkan dokumen dalam bentuk tulisan misalnya skripsi, jurnal, majalah, dan paper.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2016) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pembahasan. Analisis dilaksanakan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan organisasi. Dengan perencanaan strategi (*Strategic plan*) harus menganalisis faktor – faktor strategi meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi yang ada pada saat ini. Keempat faktor tersebut dapat dikelompokkan dalam dua kelompok yakni eksternal dan internal. Dari faktor eksternal maka disusun faktor strategi eksternal (EFAS / Eksternal Strategic Factor Analysis Summary) dan dari internal disusun faktor internal (IFAS / Internal Strategic Analysis Summary). (Rangkuti, F, 2016).

Strategi Eksternal dan Matriks Faktor Strategi Internal.

a. Matrik faktor strategi eksternal :

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman dalam kolom 1.
2. Memberi bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 0,20 (sangat kuat), 0,15 (diatas rata-rata), 0,10 (rata-rata), sampai dengan 0,05 (di bawah rata-rata). Faktor –faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Menghitung reteng (dalam kolom 3) untuk menunjukkan efektivitas perusahaan dalam merespon faktor-faktor tersebut. Faktor peluang yang bersifat positif yaitu dengan skala 1 = peluang kecil, 2= peluang sedang, 3= peluang tinggi, 4= peluang sangat tinggi. Untuk faktor ancaman yang bersifat negatif merupakan kebalikan dari faktor peluang yaitu :1= ancaman sangat besar, 2= ancaman besar, 3= ancaman sedang, 4= ancaman kecil. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan reteng pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya beberapa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1 (poor).
4. Menunjukkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh jumlah total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan . nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategi eksternalnya. Total skor ini dapat di gunakan untuk

membandingkan usaha ini dengan usaha lainnya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 2016).

b. Matrik Faktor Strategi Internal

Tahapnya adalah :

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan saerta kelemahan dalam kolom 1.
2. Memberikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 0,20 (sangat kuat), 0,15 (diatas rata-rata), 0,10 (rata-rata) sampai dengan 0,05 (di bawah rata-rata) terhadap posisi strategis usaha (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0). Faktor – faktor tersebut kemungkinan dapat memberi dampak terhadap faktor strategis.
3. Memberikan reting 1 sampai 4 pada kolom 3 untuk menunjukkan efektivitas perusahaan dalam merespon faktor-faktor tersebut . faktor yang bersifat positif yaitu dengan skala 1= kekuatan yang kecil, 2= kekuatan yang sedang, 3= kekuatan yang besar, 4= kekuatan yang sangat besar. Untuk faktor kelemahan merupakan faktor kebalikan dari faktor kekuatan yaitu, 1= kelemahan yang sangat berarti, 2= kekuatan yang cukup berarti, 3= kekuatan yang kurang berarti, 4= kekuatan yang tidak berarti.
4. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan reating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yanag nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

5. Menjumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh jumlah total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat di gunakan untuk membandingkan usaha ini dengan usaha lainya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 2016)

c. Matris faktor internal-eksternal

Matriks internal-eksternal merupakan gabungan dari IFAS dan EFAS yang berisi sembilan macam sel yang memperlihatkan kombinasi total nilai terboboti dari matriks IFAS dan matriks EFAS .

Dapat di lihat di gambar berikut :



		Total nilai IFAS berbobot		
		Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,00)
Total nilai EFAS berbobot	4,0	3,0	2,0	1,0
	Tinggi (3,0-4,0)	1. Pertumbuhan Melalui integrasi vertikal	2. Pertumbuhan Melalui integrasi horisontal	3. Penciutan Melalui turnaround
	Sedang (2,0-2,99)	4. Stabilitas Hati-hati	5. Pertumbuhan Melalui integrasi stability	6. Penciutan
	Rendah (1,0-1,99)	7. Pertumbuhan Melalui diversifikasi konsentrik	8. Pertumbuhan Melalui diversifikasi konglomerat	9. Lidukasi Bangkrut
	1,0			

Gambar 2. Matriks Internal dan Eksternal (David, 2004)

Gambar 2. Strategi pada matriks eksternal-internal di kelompokkan menjadi tiga sel strategi utama, yaitu :

1. Sel tumbuh dan nina (sel I, II, IV), strategi yang mungkin tepat di kembangkan adalah strategi intensif penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, serta strategi integratif meliputi integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal.
2. Sel pertahanan dan pelihara (sel III, V, VII), strategi yang mungkin tepat di kembangkan adalah strategi penetngasi pasar dan pengembangan produk.
3. Sel panen atau divestasi (sel VI, VIII, IX),

Total nilai IFAS yang di beri bobot dari 1,0 – 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, nilai 2,0 – 2,99 menunjukkan sedang dan 3,0 – 4,0 dianggap kuat.

Total nilai EFAS yang di beri bobot dari 1,0 – 1,99 menunjukkan posisi eksternal rendah , nilai 2,0 – 2,99 menunjukkan sedang, dan nilai 3,0 – 4,0 dianggap tinggi . gambar matriks internal eksternal sebagai berikut :

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model penyusunan perumusan strategi. Salah satu model yang digunakan adalah Matriks SWOT. Pada matriks ini akan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi, dan dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang di miliokinya . strategi SO, strategi ini di buat untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.

- a. Strategi S-O, strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- b. Strategi ST, strategi dengan mrnggunakan kekuatan kekuatan yang di miliki untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, strategi di tetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- d. Strategi WT, strategi di dasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.6 Definisi Operasional

1. Strategi pemasaran bibit kakao sambung pucuk adalah tindakan untuk memasarkan dan menunjukkan keunggulan bibit kakao sambung pucuk.
2. Sambung pucuk adalah menyambungkan bibit batang bawah yang berasal dari biji dengan batang atas yang bersumber dari entres.
3. Usaha pembibitan kakao sambung pucuk adalah usaha budidaya yang meliputi serangkaian kegiatan mulai dari persiapan lahan, persediaan tanah, persediaan polybag, persediaan bibit kakao, persediaan entres.
4. Petani sampel yang dimaksud adalah petani yang mengusahakan pembibitan kakao sambung pucuk.
5. Strategi adalah suatu tindakan yang dilakukan sebagai respon terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi pengembangan agribisnis pembibitan kakao sambung pucuk
6. Pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang diutamakan atau di perlukan agar barang-barang hasil produksi dimungkinkan mengalir secara lancar ke sektor konsumsi tujuan untuk mempertemukan antara kepentingan produsen dan konsumen dapat tercapai.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Kondisi Geografis

Desa Mariorilau merupakan salah satu dari 13 desa di kecamatan Marioriwawo kabupaten Soppeng. Yang dimana terbagi dari 4 dusun yaitu dusun Sekkang, Maccope, Atakka, dan Mong. Desa Mariorilau berbatas dengan Desa Barang Kecamatan Liriaja di sebelah utara sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Tettikenrae Kecamatan Masrioriwawo sedangkan sebelah selatan berbatasan dengan Desa Soga Kecamatan Marioriwawo dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Barae Kecamatan Marioriwawo.

Tabel 2. Batas-batas wilayah desa Mariorilau

Batas	Desa / kelurahan	Kecamatan
Seblah Utara	Desa Barang	Kecamatan Liriaja
Seblah Selatan	Desa Soga	Kecamatan Marioriwawo
Seblah Timur	Desa Barae	Kecamatan Marioriwawo
Seblah Barat	Kelurahan Tettikenrae	Kecamatan Marioriwawo

Sumber : Sekunder Desa Mariorilau, 2019

Desa Mariorilau terletak diantara $4^{\circ}10'10''$ sampai $4^{\circ}33'11''$ Lintang Selatan dan $119^{\circ}47'36''$ sampai $120^{\circ}06'13''$ Bujur Timur dan berada pada ketinggian 25-1.400 meter di atas permukaan laut.

4.2 Kondisi Demografis

4.2.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Desa

Penduduk merupakan faktor penentu terbentuknya suatu Negara atau wilayah dan sekaligus sebagai modal utama suatu Negara dikatakan berkembang atau maju, bahkan suksesnya pembangunan disegala bidang dalam Negara tidak

bisa terlepas dari peran penduduk, baik dalam bidang social, ekonomi, politik, budaya dan pendidikan, sekaligus sebagai faktor utama dalam pembangunan fisik maupun nonfisik. Oleh karena kehadiran dan peranannya sangat menentukan bagi perkembangan suatu wilayah baik dalam skala kecil maupun besar.

Berdasarkan data yang di peroleh jumlah penduduk berdasarkan dusun di Desa Mariorilau dapat di lihat di Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah penduduk desa Mariorilau berdasarkan dusun

No	Desa	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	Atakka	1.286	31,62
2	Mong	849	20,88
3	Sekkang	994	24,44
4	Maccope	937	23,04
	Jumlah	4.066	100,00

Sumber : Data sekunder Desa Mariorilau, 2018

Tabel 3 dapat kita lihat bahwa data penduduk terbesar di dominasi oleh Desa Atakka dengan persentase sebanyak 31,62 % dan data penduduk terkecil di berada di Desa Mong yang hanya mencapai persentase sebanyak 20,88 %.

Sedangkan jumlah penduduk di Desa Mariorilau yaitu berjumlah 4.066 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 1.832 jiwa dan perempuan sebanyak 2.234 jiwa yang tersebar di 4 dusun dengan perincian dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah penduduk desa Mariorilau berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	Laki – laki	1.832	45,05
2	Perempuan	2.234	54,94
	Jumlah	4.066	100,00

Sumber : Data sekunder Desa Mariorilau , 2018

Tabel 4, terlihat bahwa dari jumlah penduduk terbesar yaitu didominasi oleh perempuan dengan persentase 54,94% karena angka kelahiran di Desa

Mariorilau kebanyakan yang lahir berjenis kelamin perempuan dibandingkan berjenis kelamin laki-laki yang hanya mencapai persentase 45,05 %.

4.2.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur

Keadaan penduduk berdasarkan umur di Desa Mariorilau terhitung mulai angka bayi sampai lanjut usia. Keadaan umur penduduk Desa Marioriwawo masih sangat potensial untuk mengembangkan satu titik usaha yang maksimal karena masih banyak yang didominasi oleh umur yang masih produktif. Keadaan penduduk berdasarkan tingkat umur di Desa Mariorilau dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Tingkat Umur

Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
0-9	354	8,70
10-29	1.072	26,36
30-49	1.375	33,81
50-69	1.027	25,25
70 keatas	288	7,08
Jumlah	4.066	100,00

Sumber: Data Sekunder Desa Mariorilau, 2018

Tabel 5, terlihat bahwa penyebaran penduduk menurut tingkat umur yang mendominasi antara umur 30 - 49 dengan persentase 33,81 % sedangkan yang paling rendah yaitu umur 70 keatas dengan persentase 7,08 %.

4.2.3. Mata Pencapaian Pokok

Mata pencapaian penduduk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng sebagian besar adalah petani. Namun tidak semua penduduk Desa Mariorilau bermata pencapaian sebagai petani karena ada juga sebagian

masyarakat yang mata pencahariannya sebagai buruh tani, PNS, peternak, pedagang keliling, bidan swasta dan pengrajin. Penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Mariorilau dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Mata Pencaharian Pokok

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	1.789	74,97
2.	BuruhTani	537	22,50
3.	PNS	42	1,76
4.	Pengrajin	10	0,41
5.	Pedagang Keliling	2	0,08
6.	Peternak	3	0,12
7.	Bidan Swasta	7	0,29
	Jumlah	2.386	100,00

Sumber : Data Sekunder Desa Mriorilau, 2019

Tabel 6, terlihat bahwa jumlah penduduk yang bermata pencaharian terbanyak adalah petani dengan persentase 74,97 %, yang dimana sebagian besarnya bertani kakao.

4.2.4. Jumlah Penduduk Bertdasarkan Pendidikan

Slamet (2003) mengemukakan bahwa pendidikan adalah suatu usaha untuk menghasilkan perubahan-perubahan pada perilaku manusia. Perubahan perilaku yang ditimbulkan oleh proses pendidikan dapat dilihat melalui perubahan dalam hal pengetahuan, perubahan dalam keterampilan atau kebiasaan dalam melakukan sesuatu, dan perubahan dalam sikap mental terhadap segala sesuatu

yang dirasakan. Kemampuan seseorang dalam berusahatani maupun ikut kegiatan di lingkungan sekelilingnya sebagian ditentukan oleh tingkat pendidikannya baik yang bersifat formal maupun informal. Oleh karena itu, data penduduk berdasarkan pendidikan merupakan hal yang cukup penting untuk diketahui. Data penduduk berdasarkan pendidikan di Desa Mariorilau dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Desa Mariorilau Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak Pernah sekolah	178	6,19
2	Tamat SD	856	29,75
3	Tamat SMP	539	18,73
4	Tamat SMA	872	30,30
5	Sarjana	421	14,63
	Jumlah	2.877	100,00

Sumber : Data Sekunder Desa Mariorilau, 2019

Tabel 7, terlihat bahwa jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan, menunjukkan bahwa yang paling dominan adalah yang tamat SMA dengan persentase 30,30 % dan yang paling sedikit adalah Yang tidak pernah sekolah dengan persentase 6,19 %.

4.3 Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor penting dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena sangat berhubungan dengan berbagai segi kehidupan jasmani maupun rohani. Sarana dan prasarana yang ada di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Sarana dan Prasarana Desa Mariorilau

No	Sarana	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	TK	8	28,57
2	SD	7	25
3	SMP/Sederajat	2	8
4	SMA/MA Sederajat	-	-
5	Mesjid	8	28,57
6	Mushallah	-	-
7	Gereja	-	-
8	Pura	-	-
9	Lapangan	3	10,71
10	Pasar	-	-
11	Koperasi	-	-
	Jumlah	28	100,00

Sumber : Data Sekunder Desa Mariorilau, 2018

Tabel 8, dapat dilihat bahwa sarana dan prasarana yang paling banyak di Kecamatan Marioriwawo adalah tk dan masjid dengan jumlah 8 atau 28,57%. Hal ini menunjukkan bahwa warga sadar akan pentingnya agama untuk mendekatkan diri kepada sang pencipta

4.4 Kondisi pertanian

Luas Desa Mariorilau yaitu 4100 ha, yang sebagiannya di gunakan untuk lahan pertanian. Adapun jenis komoditi yang di tanam yaitu dari tanaman perkebun, buah – buahan dan tanaman pangan. Untuk lebih mengetahui luas lahan pertanian berdasarkan jenis tanaman dapat di lihat di Tabel 9.

Tabel 9. Luas Lahan Berdasarkan Jenis Tanaman

No	Jenis Lahan	Komoditi	Luas Lahan (Ha)
1	Tanaman Perkebunan	Kakao	137
		Kelapa	40
		Kopi	1
		Pangi	5
		Kemiri	2
2	Tanaman Buah-Buahan	Pepaya	2
		Pisang	4
		Mangga	1
		Jeruk	1
		Langsat	2
		Buah Naga	0,25
3	Tanaman Perkebunan	Padi	195
		Jagung	60
		Singkong	10
		Kacang Tanah	20
Jumlah			480,25

Sumber : Data Sekunder Desa Mariorilau, 2018

Tabel 9, dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan lahan pertanian di Desa Mariorilau seluas 480,25 ha, yang dimana jenis lahan terluas yaitu tanaman perkebunan komoditi kakao. Hal ini lah yang menyebabkan adanya peluang untuk mengembangkan usaha bibit kakao sambung pucuk.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas petani informan menggambarkan suatu kondisi atau keadaan serta status dari petani tersebut. Identitas yang diuraikan dalam pembahasan berikut dapat memberikan informasi dari berbagai aspek keadaan yang diduga memiliki hubungan karakteristik petani dengan kemampuan petani dalam pengembangan pemasaran pembibitan kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng.

Informasi-informasi mengenai identitas petani informan sangat penting untuk diketahui. Berbagai aspek karakteristik yang dimaksud dapat dilihat dari segi umur, pendidikan, dan pengalaman dalam usaha pembibitan kakao sambung pucuk.

5.1.1 Umur Informan

Umur sangat berpengaruh terhadap kegiatan usaha tani, terutama dalam kemampuan fisik dan pola pikir. Umumnya petani yang berusia lebih muda cenderung lebih berani mengambil resiko jika dibandingkan dengan petani yang berusia tua. Tingkat umur merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi petani yang melakukan pembibitan kakao sambung pucuk. Umur sangat mempengaruhi kemampuan fisik dan cara berfikir sehingga mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dan daya serap informasi pengetahuan yang didapat.

Menurut Patong dan Soeharjo (2010), umur memiliki pengaruh bagi kemampuan fisik seseorang dalam mengelola usahanya, usia produktif seseorang

berada pada kisaran 15-54 tahun. Petani yang lebih muda relatif lebih mudah menerima dan melaksanakan petunjuk-petunjuk oleh penyuluh dibandingkan dengan umur yang lebih tua. Hal tersebut dimungkinkan karena umur yang lebih muda lebih cepat menerima atau mengadopsi sesuatu yang baru. Selain itu juga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan kerja.

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh menunjukkan bahwa umur informan, mulai dari 32 sampai 52 tahun. Jumlah informan berdasarkan tingkat umur dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah Informan Berdasarkan Tingkat Umur

No	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	32 – 40	4	40,00
2	41 – 50	6	60,00
3	>50	1	10,00
	Jumlah	10	100,00

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2019

Tabel 10, menunjukkan bahwa jumlah informan pembibitan kakao sambung pucuk yang terbanyak berada pada kelompok umur 41-50 tahun atau 60%. Melihat hal tersebut sangat bagus karena umur yang masih sangat produktif sangat mampu menyerap informasi untuk sampai pada satu titik produktifitas yang memadai atau cukup, sedangkan jumlah paling sedikit berada pada umur >50 tahun yang berjumlah 1 orang atau 10%. Adapun nilai rata-rata umur pengusaha bibit kakao sambung pucuk yaitu 44,9 tahun.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan juga sangat mempengaruhi pemasaan usahatani. Pendidikan dapat mempengaruhi kemampuan pola pikir petani dalam pengembangan usahanya terutama dalam menyerap dan mengaplikasikan strategi baru dalam rangka pencapaian tingkat produksi yang optimal. Semakin tinggi pendidikan formal yang pernah diperoleh informan maka semakin tinggi pula tingkat pengetahuan informan terhadap strategi. Maka tabulasi tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Jumlah Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	3	30,00
2	SMP	6	60,00
3	SMA	1	10,00
	Jumlah	10	100,00

Sumber : Data Sekunder yang Telah Diolah, 2019

Tabel 11 menunjukkan bahwa jumlah informan yang tamat SD sebanyak 3 orang atau 30 %, tamat SMP sebanyak 6 orang atau 60%, sedangkan yang tamat SMA sebanyak 1 orang atau 10%. Jumlah informan berdasarkan tingkat pendidikan yang paling banyak adalah SMP karena jarak tempuh menuju jenjang pendidikan selanjutnya jauh dan keterbatasan biaya sehingga informan tidak bisa melanjutkan pendidikan ke SMA.

5.1.3 Lama Usaha

Pengalaman usaha dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dijalani, dirasakan, ditanggung oleh pengusaha dalam menjalankan kegiatan usaha dengan mengerahkan tenaga dan pikiran. Pengalaman usaha dapat menunjukkan keberhasilan seseorang dalam mengelola usahanya. Pengalaman usaha bagi informan dalam penelitian ini adalah pengalaman mereka dalam melakukan pembibitan kakao sambung pucuk. Untuk mengetahui pengalaman usaha informan dalam melakukan usaha pembibitan kakao sambung pucuk dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah Informan Berdasarkan Pengalaman Usaha

No	Lama Usaha (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2-3	1	10,00
2	4-5	7	70,00
3	>5	2	20,00
	Jumlah	10	100,00

Sumber : Data Sekunder yang Telah Diolah, 2019

Tabel 12. menunjukkan bahwa pengalaman usaha 2-3 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 10%, pengalaman usaha 4-5 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 70%, sedangkan pengalaman usaha di atas 5 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 20%.

5.2 Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats)

Analiss SWOT di lakukan setelah malakukan faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng, dapat di lihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Matriks IFAS Strategi Pemasaran Pembibitan Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng

Faktor Strategi Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Reating	Nilai
1	Kualitas produk yang di tawarkan	0,16	4	0,64
2	Jumlah produksi cukup terpenuhi	0,16	3	0,64
3	Sarana transportasi memadai	0,12	3	0,36
4	Letak usaha yang strategis	0,12	3	0,36
5	Memiliki konsumen tetap	0,08	2	0,16
	Jumlah Kekuatan	0,52	15	2,16
No	Kelemahan	Bobot	Reating	Nilai
1	Kurangnya modal	0,12	3	0,36
2	Kegiatan promosi yang masih kurang	0,10	2	0,20
3	Kurangnya pemahaman terhadap penerapan harga	0,10	2	0,20
4	Jaringan pemasaran kurang	0,09	2	0,19
	Jumlah Kelemahan	0,41	9	0,95
	Jumlah Total	0,93	24	3,11

Tabel 13. Faktor internal menunjukkan bahwa terdapat 5 kekuatan dan 5 kelemahan yang ada di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk di bahas Kekuatan dan kelemahan di susun berdasarkan bobot yang berdampak sangat penting hingga tidak penting. Kekuatan dan kelemahan yang di berikan terdapat di pemasaran bibit kakao

sambung pucuk. Data menunjukkan bahwa bobot kekuatan lebih besar di bandingkan bobot kelemahan. Terlihat bahwa usaha ini memiliki kekuatan yang lebih besar di bandingkan dengan kelemahan.

Kekuatan di berikan dengan rating pada skala terbesar 4 hingga skala terkecil 1 dan setiap setiap kelemahan di berikan rating 1 hingga 4 berdasarkan pada hasil wawancara pengusaha bibit kakao sambung pucuk. Hasil perkalian antara bobot dengan rating merupakan skor bagi faktor kekuatan dan kelemahan usaha. Total nilai skor kekuatan dan kelemahan adalah 3,11.

1 Kekuatan

a. Kualitas Produk Yang Ditawarkan

Kualitas yang di tawarkan merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha dalam hal produksi dan pemasaran .Ini merupakan salah satu kelebihan dari usaha bibit kakao sambung ucuk di Desa Mariorilau karena pengusaha menggunakan bibit dan entres yang berkualitas baik.

b. Jumlah Produksi Cukup Terpenuhi

Jumlah bibit kakao sambung pucuk yang di produksi oleh petani tergantung dari pesanan konsumen. Jika konsumen memesan bibit sebanyak 10.000 maka petani akan membuat bibit lebih dari pesanan konsumen untuk mengganti bibit yang tidak layak jual atau rusak.

c. Sarana Transportasi Memadai

Sarana transportasi yang memadai menunjang keberlangsungan usahatani ,hal ini memberi keuntungan bagi pihak pengusaha bibit karena transportasi untuk pengangkutan bibit yang di beli konsumen biayanya

ditanggung sendiri oleh konsumen, sehingga pengusaha bibit tidak perlu mengeluarkan biaya untuk transportasi.

d. Letak Usaha Yang Strategis

Lokasi juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha . Usaha bibit kakao sambung pucuk yang berada di pinggir jalan memudahkan pengangkutan bibit ke truk.

e. Memiliki Konsumen Tetap

Memiliki konsumen tetap merupakan faktor kekuatan yang dimiliki pengusaha bibit kakao sambung pucuk dalam jangka panjang setiap usaha, pengusaha mengutamakan kualitas bibit kakao sambung pucuk untuk mempertahankan konsumen mereka.

2 Kelemahan

a. Kurangnya Modal

Modal merupakan asset utama dalam melakukan usaha. Sama halnya di usah pembibitan kakao sambung pucuk ,usaha ini seharusnya memiliki modal yang besar untuk meningkatkan usaha tersebut. Karena keterbatasan biaya sehingga menyebabkan pengusaha bibit kakao sambung pucuk harus melakukan pinjaman di bank ataupun dimodali oleh pengepul.

b. Kegiatan Promosi Yang Kurang

Kegiatan promosi yang kurang merupakan kelemahan dari usaha bibit kakao sambung pucuk. Mereka hampir tidak pernah mempromosikan usahanya mereka.

c. Kurangnya Pemahaman Terhadap Penerapan Harga

Kurangnya pemahaman terhadap penerapan harga merupakan kelemahan dari pengusaha bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau, mereka kurang mengetahui informasi tentang harga pasar dan hanya mengikuti harga yang ditawarkan oleh konsumen.

d. Jaringan Pemasaran Kurang

Kurangnya jaringan pemasaran merupakan kelemahan dari usaha bibit kakao sambung pucuk, jaringan pemasarannya hanya di pengepul dan warga sekitar Desa Mariorilau.

Sedangkan hasil klasifikasi factor eksternal (peluang dan ancaman) dapat dilihat pada Table 14.

Tabel 14. Matriks EFAS Strategi Pemasaran Pembibitan Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng

Faktor Strategi Eksternal				
No	Peluang	Bobot	Reating	Nilai
1	Adanya perhatian pemerintah terhadap pemasaran bibit kakao sambung pucuk	0,13	3	0,39
2	Hubungan yang dekat dengan konsumen	0,17	4	0,68
3	Tersedianya lembaga permodalan	0,16	4	0,64
4	Permintaan biji kakao dan entres selalu terpenuhi	0,17	4	0,68
	Jumlah Peluang	0,63	15	1,71
No	Ancaman	Bobot	Reating	Nilai
1	Kenaikan harga biji kakao dan entres	0,13	3	0,39
2	Banyaknya pesanan	0,04	1	0,04
3	Adanya organisme pengganggu tanaman	0,08	2	0,16
4	Hargabit kakao sambung pucuk rendah	0,13	3	0,39
5	Kualitas biji kakao dan entres yang menurun	0,04	1	0,04
	Jumlah Ancaman	0,42	10	1,02
	Jumlah Total	1,05	25	2,73

Tabel 14. Faktor eksternal menunjukkan bahwa terdapat 4 peluang dan 5 ancaman yang ada pada usaha bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng. Dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk di bahas peluang dan ancaman yang di susun berdasarkan bobot dampak sangat penting hingga tidak penting. Peluang dan ancaman yang di berikan terhadap pemasaran kakao sambung pucuk. Data menunjukkan bahwa bobot peluang lebih besar dibandingkan bobot ancaman. Tergambar jelas bahwa usaha ini memiliki peluang yang lebih besar di bandingkan dengan ancaman yang di hadapi.

Peluang di berikan dengan rating pada skala terbesar 4 hingga skala terkecil 1 dan setiap peluang di berikan rating 1 hingga 4 berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha bibit kakao sambung pucuk. Hasil perkalian antara bobot dan rating merupakan skor bagi faktor peluang dan ancaman usaha. Total nilai skor peluang dan ancaman adalah 2,73.

1. Peluang

- a. Adanya Perhatian Pemerintah Terhadap Pemasaran Bibit Kakao Sambung Pucuk

Pemerintah merupakan stake holder atau instansi terkait yang memiliki hubungan dengan pihak pengusaha adanya perhatian pemerintah terhadap usaha ini dapat mempermudah dan memperlancar usaha bibit kakao sambung pucuk, perhatian pemerintah di sektor pemasaran mempengaruhi kelancaran usaha dan jangka panjang usaha kakao sambung pucuk.

- b. Hubungan Yang Dekat Dengan Konsumen

Hubungan yang dekat dengan konsumen adalah salah satu peluang untuk mendapatkan konsumen tetap, kedekatan pengusaha dapat terlihat dari lamanya pengusaha menjadi pemasok bibit pada konsumen. Di sini sudah terjalin kedekatan dan kepercayaan antara pengusaha dan konsumen.

- c. Tersedianya Lembaga permodalan

Tersedianya lembaga permodalan merupakan salah satu peluang untuk mengusahakan bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau

Kabupaten Soppeng. Lembaga permodalan yaitu pihak bank yang bekerja sama dengan petani untuk membantu permodalan usaha dengan syarat dan ketentuan yang telah di berikan oleh bank dan lembaga permodalan lainnya yaitu bekerja sama dengan pihak tertentu untuk memodali usaha dengan ketentuan membagi keuntungan usaha bibit kakao sambung pucuk.

d. Permintaan biji kakao dan entres cukup terpenuhi

Ketersediaan biji kakao dan entres yang cukup terpenuhi merupakan peluang dari usaha bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng. Ketesediannya di katakan cukup terpenuhi karna setiap pengusaha memesan biji dan entris pengusaha hanya menunggu 3-4 hari. Pengusaha juga tidak pernah terkendala di pemesanan biji dan entres.

2. Ancaman

a. Kenaikan harga biji kakao dan entres

Kenaikan harga biji kakao dan enteres merupakan ancaman karna biji dan entres merupakan bagian utama dalam mengusahakan kakao sambung pucuk, dari hasil wawancara pengusaha sangat khawatir jika terjadi kenaikan harga biji dan entres mengingat penetapan harga bibit rendah.

b. Banyaknya Pesaing

Pengusaha kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng juga mengkhawatirkan semakin bertambahnya pengusaha bibit baru yang menyaingi kualitas bibit mereka baik dari dalam desa maupun

dari luar desa Mariorilau , jika semakin bertambah saingan maka pesanan bibit di Desa Mariorilau akan menurun dan pemasukan pengusaha juga akan menurun.

c. Adanya Organisme Pengganggu Tanaman

Organisme pengganggu tanaman merupakan hambatan bagi pengusaha bibit kakao sambung pucuk karna dapat menurunkan kualitas bibit hingga harga juga ikut turun bahkan sampai membunuh bibit kakao kakao sambung pucuk.

d. Harga Produk Rendah

Harga produk yang cukup rendah merupakan ancaman bagi pengusaha bibit kakao sambung pucuk, harga bibit / polyback berkisar antara Rp 3.500 – Rp 5.000. Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas bibit kakao sambung pucuk.

e. Kualitas Biji Kakao dan Entres Yang Menurun

Anacaman selanjutnya yang di khawatirkan oleh pengusaha adalah menurunnya kualitas biji dan entres. Yang dimana akan mengurangi kualitas pada bibit kakao sambung pucuk, dan harga jual.

Nilai IFAS Dan EFAS usaha pada metriks eksternal – internal dapat di ketahui bahwa pada tabel 15 dan 16 bahwa nilai untuk IFAS adalah 2,25 sedangkan nilai untuk EFAS adalah 2,73.

**Total nilai IFAS berbobot
(3,11)**

		Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,00)
		3,0	2,0	1,0
Total nilai EFAS Berbobot (2,73)	4,0 Tinggi (3,0-4,0)	1.Pertumbuhan Melalui integrasi vertikal	2.Pertumbuhan Melalui integrasi horisontal	3.Penciutan Melalui turnaround
	3,0 Sedang (2,0-2,99)	4.Stabilitas Hati-hati	5.Pertumbuhan Melalui integrasi stability	6.Penciutan
	2,0 Rendah (1,0-1,99)	7.Pertumbuhan Melalui diversifikasi konsentrik	8.Prtumbuhan Melalui diversifikasi konglomerat	9.Lidukasi Bangkrut
	1,0			

Gambar 3. Total nilai matriks internal dan eksternal strategi pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau.

Gambar 3, dapat di ketahui bahwa posisi strategi pemasaran pada bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng berada pada daerah 4, yaitu stabilitas hati-hati sehingga penegembangan usaha di sektor pemasaran perlu lebih di kembangkan lagi.

Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada matriks SWOT yang dapat di gunakan untuk merumuskan alternative strategi pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Marioriwawo Kabupaten Soppeng . Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi pengusaha dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk yang dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal. Matriks menghasilkan 4 alternatif strategi yaitu : strategi S – O , strategi W – O . strategi W – T , dan strategi S – T.

Strategi S-O :Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar – sebesarnya.

Strategi S-T : Strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.

Strategi W-O ; Strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

Strategi W-T :Strategi yang bersifat defensif yang di arahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman .

Faktor eksternal:

- a. Peluang : Kondisi eksternal pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng
- b. Ancaman : Faktor penghambat dalam pemasaran kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng.

Faktor internal

- a. Kekuatan : Kondisi yang dimiliki dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng untuk memanfaatkan peluang.

- b. Kelemahan : Kondisi yang dimiliki dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng yang akan di hindari dengan memanfaatkan peluang.

Berdasarkan alternatif strategi di atas, maka di lihat dengan tabel matriks SWOT seperti berikut ini :



Tabel 15. Diagram matriks SWOT Analisis Strategi Pemasaran Bibit kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kabupaten Soppeng.

INTERNAL	<p>Kekuatan (S) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang di tawarkan. 2. Jumlah produksi yang cukup terpenuhi. 3. Sarana transportasi memadai. 4. Lokasi dekat dengan jalan. 5. Memiliki konsumen tetap. 	<p>Kelemahan (W):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya modal. 2. Kegiatan promosi yang masih kurang. 3. Kurangnya pemahaman pengusaha terhadap penerapan harga. 4. Jaringan pemasaran kurang. 	
EKSTERNAL	<p>Peluang (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya perhatian pemerintah terhadap pemasaran bibit kakao sambung pucuk. 2. Hubungan yang dekat dengan konsumen. 3. Tersedianya lembaga permodalan. 4. Permintaan biji dan entres selalu terpenuhi. 	<p>SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan jumlah jumlah produksi yang memenuhi pesanan dengan memanfaatkan ketersediaan biji dan entres (S2O4) 2. Meningkatkan kualitas produksi dengan memanfaatkan lembaga permodalan (S1O3) 	<p>WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah modal dengan memanfaatkan lembaga permodalan (W1O3) 2. Menambah kegiatan promosi dengan memanfaatkan hubungan baik dengan konsumen (W2O2) 3. Menambah jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perhatian pemerintah terhadap pemasasarn bibit kakao sambung pucuk (W4O1)
	<p>Ancaman :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan harga biji dan entres. 2. Banyaknya pesaing. 3. Adanya organisme pengganggu tanaman. 4. Harga bibit kakao sambung pucuk rendah. 5. Kualitas biji dan entres yang menurun. 	<p>ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produk untuk mengatasi persaingan (S2T2) 2. Memanfaatkan kualitas produk untuk mengatasi harga produk turun (S1T4) 	<p>WT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemahaman petani terhadap informasi harga sehingga harga bibit semakin tinggi (W3T4) 2. Menambah kegiatan promosi guna mengantisipasi bertambahnya saingan (W2T2)

4.3 Alternatif Strategi Pemasaran Yang di Guanakan

Dari hasil matriks SWOT di dapatkan alternatif strategi sebagai berikut:

1. Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (SO), ada 2 alternatif strategi, yaitu :
 - a. Mengoptimalkan jumlah produksi yang memenuhi pesanan dengan memanfaatkan ketersediaan biji dan entres (S2O4).
 - b. Meningkatkan kualitas produksi dengan memanfaatkan lembaga permodalan (S1O3).
2. Strategi yang di terapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (WO), ada 3 alternatif strategi, yaitu :
 - a. Menambah modal dengan memanfaatkan lembaga permodalan (W1O3).
 - b. Menambah kegiatan promosi dengan memanfaatkan hubungan dekat dengan konsumen (W2O2).
 - c. Menambah jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perhatian pemerintah terhadap pemasaran bibit kakao sambung pucuk (W4O1)
3. Strategi yang menggunakan kekuatan yang di miliki untuk mengatasi antecaman (ST), ada 2 alternatif strategi, yaitu:
 - a. Meningkatkan produk untuk mengatasi persaingan (S2T2).
 - b. Memanfaatkan kualitas produk untuk mengatasi turunya harga prouk (S1T4).

4. Strategi yang meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman (WT), ada 2 alternatif strategi, yaitu:
 - a. Meningkatkan pemahaman pengusaha terhadap informasi harga sehingga harga jual produk bisa lebih tinggi (W3T4)
 - b. Menambah kegiatan promosi guna mengantisipasi bertambahnya persaingan (W2T2).



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah di kemukakan pada bab sebelumnya , maka dapat di tarik kesimpulan yaitu :

1. Faktor – faktor yang mempengaruhi pemasaran bibit kakao sambung pucuk yaitu internal dan eksternal. Faktor internal memiliki nilai kekuatan lebih tinggi dari pada kelemahan dengan seperti ini kekuatan yang di miliki dalam sistem pemasaran bibit kakao sambung pucuk dapat mengatasi kelemahan dengan cukup baik, sedangkan faktor eksternal memiliki peluang lebih besar di bandingkan ancaman berarti pemasaran bibit kakao sambung pucuk cukup baik dalam merespon peluang dan meminimalisasi ancaman.
2. Strategi yang di terapkan dalam pemasaran bibit kakao sambung pucuk yang di lakukan pada hasil penelitian di Desa Maririlau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng berasarkan analisis SWOT , strategi yang perlu di terapkan dalam memasarkan bibit kakao sambung pucuk yaitu, mengoptimalkan jumlah produksi dan meningkatkan kualitas produksi, menambah modal, kegiatan promosi dan menambah jaringan pemasaran yang masih terbatas, meningkatkan kualitas produk untuk mengatasi turunya harga, meningkatkan pemahaman menyangkut informasi harga bibit kakao sambung pucuk.

6.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian strategi pemasaran bibit kakao sambung pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha
 - a. sebaiknya melakukan kerja sama dengan stakeholder dalam hal permodalan dan pemasaran .
 - b. Mengikuti pelatihan tentang bibit kakao sambung pucuk untuk lebih menambah pemahaman tentang perawatan dan pemasaran bibit.
2. Bagi pemerintah
 - a. Perlu meningkatkan program untuk pengembangan dan pemasaran kakao sambung pucuk karena Kabupaten Soppeng merupakan penghasil kakao yang cukup besar.
 - b. Meningkatkan pemahaman pengusaha mengenai informasi pemasaran dan harga bibit kakao sambung pucuk , dengan melakukan penyuluhan ke petani – petani kakao.

DAFTAR PUTAKA

- Ditjenbun (Direktorat Jendral Perkebunan)2010. Aalisis Kelayakan UsahaPembibitan Kakao di Distric cocoa clinic (DCC) Kecamatan Juili Kabupaten Bireuen.Jurnal S.Pertanian 1 (1) : 13-19 (2017).
- Firdaus, 2015. Persepsi Petani Kakao Terhadap Teknik Sambung Samping do Desa Batu Lappa, Sulawesi Selatan. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, Vol. 14, No. 1.
- Fredederick Reginal , A. 2009. Perumusa Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi , Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Mursid.1993.,Ruanglingkuppemasaran.<http://dimasapurnama25.blogspot.com/2016/09/ekonomi.html> . Diakses 20 Mei 2019.
- Paseribu 2010 , Strategi Pemasaran <https://www.google.com/searchstrategi+pemasaran>.Di akses 20 Mei 2019.
- Poedjiwidodo, M. S., 1996. *Sambung Samping Kakao*. Trubus Agriwidya, Jawa Tengah
- Rangkuti 2001. Strategi Pemasaran Kopi Siap Saji (Studi Kasus Kedai Kopi “Teori” Di Kota Makassar).*Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT Teknik membedakan Kasus Bisnis , Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan 1999. Pembibitan , <https://Repositori.usu.ac.id>. Diakses 20 Mei 2019
- Spillane, J.J., 1995. *Komoditi Kakao Peranannya Dalam Perekonomian Indonesia*. Kanisius, Yogyakarta.
- Strategi Pemasaran . <https://www.google.com/searchstrategi+pemasaran>. Di akses 20 Mei 2019.
- Sugiyono 2010. Kerangka Berfikir. <https://saifedia.blogspot.com/definisi-dari-teori-dan-kerangka.html&usg>. Diakses 20 Mei 2019.
- Supriyanto dan Machfudz, 2010 : 188)<https://www.google.co.id.com> teknik analisis data. Diakses 23 Agustus 2019.
- Tjiptono, F. 1997. Starategi Pemasaran.Penerbit Andi. Yogyakarta.

Yimmy Kurniawan. 2011. *Teknik Analisis SWOT*. Diakses di <https://yimmykurniawan.wordpress.com/2011/10/19/teknik-analisis-swot>. Diakses tanggal 19 Mei 2019.





Lampiran

Lampiran 1. Kosiener

KOSIENER PENELITIAN

STRATEGI PEMASARAN USAHA BIBIT KAKAO SAMBUNG PUCUK

Tanggal wawancara :

I. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

II. Daftar Pertanyaan

1. Pertanyaan Umum

a. Sejak kapan bapak / ibu menjalankan usaha ini ?

b. Lama usaha?

c. Berapa jumlah bibit yang di kembangkan?

d. Berapa harga jual bibit?

e. Berapa modal awal?

f. Berapa jumlah tenaga kerja?

j. Apakah tenaga kerja sudah terpenuhi dengan baik?

.....

k. Bagaimana sistem penerapan harga bibit?

.....

l. Apakah ada kesulitan dalam persaingan pemasaran bibit?

.....

m. Di mana saja jaringan pemasaran bibit kakao sambung pucuk?

.....

n. Apakah buku kas untuk usaha di kelola dengan baik?

.....

3. Lingkungan eksternal

a. Bagaimana peran pemerintah terhadap usaha bibit kakao sambung pucuk?

.....

b. Apakah tersedia lembaga permodalan?

.....

c. Bagaimana sistem pembayarannya?

.....

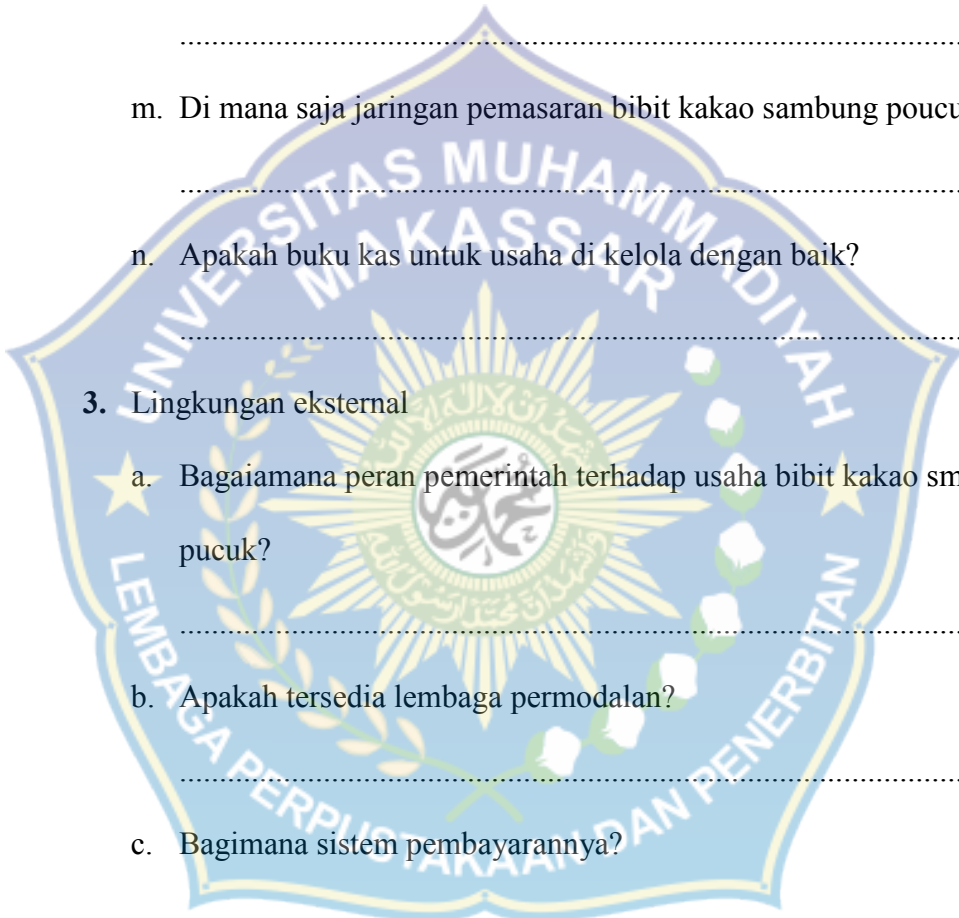
d. Berapa harga jual bibit?

.....

e. Apakah permintaan biji dan entres terpenuhi?

.....

f. Berapa harga biji dan entres?



.....
g. Bagaimana kualitas biji dan entres?

h. Apakah ada hambatan dalam pemasaran bibit?
.....

i. Hambatan-hambatan saja yang di hadapi dalam pemasran?
.....

j. Apakah ada pesaing dalam usaha ini?
.....

k. Apakah ada saingan bibit impor?
.....

l. Bagaiman hubungan bapak / ibu dengan kosumen?
.....

m. Apakah ada kendala dalam pemeliharaan bibit kakao sambung pucuk?
.....



Lampiran 2. Identitas Informan

No	Nama informan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Luas Lokas pembibitan (ha)	Pengalaman UT (Tahun)
1	Podding	54	SMP	0,6	5
2	Naharuddin	49	SMP	0,10	5
3	Lasiang	48	SMP	0,5	5
4	Kamiri	49	SMA	0,9	5
5	Samsulrijal	32	SD	0,5	6
6	Jupri	39	SMP	0,3	3
7	Bakri	42	SD	0,2	4
8	Nasaruddin	43	SD	0,6	6
9	MUSTANG	38	SMP	0,3	5
10	Rusnaina	52	SMP	0,3	5
	Jumlah	449		4,3	49
	Rata – rata	44,9		0,43	4,9
	Maksimum	54		0,10	6
	Minimum	32		0,2	3

Lampiran 3. Fator Internal dan Eksternal

Tabel identifikasi faktor – faktor Internal

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang di tawarkan. 2. Jumlah produk cukup terpenuhi. 3. Sarana transportasi memadai. 4. Letak usaha yang strategis. 5. Memiliki konsumen tetap. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya modal. 2. Kegiatan promosi kurang. 3. Kurangnya pemahaman pengusaha terhadap harga. 4. Jaringan pemasaran kurang. 5. Pembukuan arus kas tidak di kelola dengan baik.

Tabel identifikasi faktor – faktor Eksternal

Peluang	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya perhatian pemerintah terhadap pemasaran bibit kakao sambung pucuk. 2. Hubungan yang dekat dengan konsumen. 3. Tersedianya lembaga permodalan. 4. Permintaan biji dan entres selalu terpenuhi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan harga biji dan entres. 2. Banyaknya pesaing. 3. Adanya organisme pengganggu tanaman. 4. Harga bibit kakao sambung pucuk yang rendah. 5. Kualitas biji dan entres menurun.

Lampian 4. Perolehan nilai rating dari informan mengenai faktor Internal

NO	Kekuatan	Responden										Jumlah	Rata-rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Kualitas produk yang du tawarkan	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36	3,6
2	Jumlah produksi yang cukup terpenuhi	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	28	2,8
3	Sarana transportasi memadai	2	3	3	2	4	3	4	3	4	2	30	3,0
4	Letak usaha yang strategis	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	26	2,6
5	Memiliki konsumen yang tetap	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	24	2,4
NO	Kelemahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jumlah	Rata-rata
1	Kurangnya modal	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	27	2,7
2	Kegiatan promosi yang kurang	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	16	1,6
3	Kurangnya pemahaman pengusaha terhadap harga	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	16	1,6
4	Jaringan pemasaran kurang	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2,0
5	pembukuan arus khas tidak dikelola dengan baik	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1,0

Nilai rata-rata 3,51-4,00 dimasukkan dalam rating 4

Nilai rata-rata 2,51-3,00 dimasukkan dalam rating 3

Nilai rata-rata 1,51-2,00 dimasukkan dalam rating 2

Nilai rata-rata 0,1 -1,00 dimasukkan dalam rating 1

Lampian 5. Perolehan nilai rating dari informan mengenai faktor Eksternal

NO	Peluang	Responden										Jumlah	Rata-rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Adanya perhatian pemerintah terhadap pemasaran	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3,0
2	Hubungan dekat dengan konsumen	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37	3,7
3	Tersedianya lembaga permodalan	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	36	3,6
4	Permintaan biji dan entres selalu terpenuhi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,0
NO	Kelemahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jumlah	Rata-rata
1	Kenaikan harga biji dan entres	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	28	2,8
2	Banyaknya pesanan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1,0
3	Adanya organisme penggu tanaman	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	24	2,4
4	Harga bibit kakao sambung pucuk rendah	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	30	3,0
5	Kualitas biji kakao dan entres yang menurun	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1,0

Nilai rata-rata 3,51-4,00 dimasukkan dalam rating 4

Nilai rata-rata 2,51-3,00 dimasukkan dalam rating 3

Nilai rata-rata 1,51-2,00 dimasukkan dalam rating 2

Nilai rata-rata 0,1 -1,00 dimasukkan dalam rating 1

Lampiran 6. Peta lokasi penelitian



Lampiran 7. Dokumentasi



Gambar 1. Wawancara bersama Responden.



Gambar 2. Wawancara bersama Responden.



Gambar 3. Wawancara bersama Responden.



Gambar 4. Bibit yang baru berumur 2 minggu.



Gambar 5. Bibit yang sudah siap di sambung.



Gambar 6. Bibit yang sudah di sambung.



Gambar 7. Bibit siap jual.



SRN CO0003298

PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Salotungo No. 2 Tlp. 0484 - 23743 Watansoppeng 90812

IZIN PENELITIAN

Nomor : 228/IP/DPM-PTSP/VII/2019

DASAR 1. Surat Permohonan **FERI ADRIAWAN** Tanggal **05-07-2019**
2. Rekomendasi dari **BAPPELITBANGDA**
Nomor **229/IP/REK-T.TEKNIS/BAP/VII/2019** Tanggal **05-07-2019**

MENGIZINKAN

KEPADA

NAMA : **FERI ADRIAWAN**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **UNIVERSITAS MUHAMMADIAH MAKASSAR**

Jurusan : **AGRIBISNIS**

ALAMAT : **SEKKANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Soppeng dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI PEMASARAN USAHA BIBIT KAKAO SAMBUNG PUCUK DI DESA MARIORILAU KECAMATAN MARIORIWAWO KABUPATEN SOPPENG**

LOKASI PENELITIAN : **DESA MARIORILAU KECAMATAN MARIORIWAWO KABUPATEN SOPPENG**

JENIS PENELITIAN : **KUANTITATIF**

LAMA PENELITIAN : **09 Juli 2019 s.d 30 Juli 2019**

- Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Ditetapkan di : Watansoppeng

Pada Tanggal : 05-07-2019

an. **BUPATI SOPPENG**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN SOPPENG



FIRMAN, SP, MM

Pangkat : **PEMBINA TK. I**

NIP : **19621012 198603 1 027**

Biaya : Rp. 0,00



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : **18508/S.01/PTSP/2019**
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian**

KepadaYth.
Bupati Soppeng

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2191/05/C.4-VIII/VI/37/2019 tanggal 29 Juni 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **FERI ADRIAWAN**
Nomor Pokok : 10596 0193315
Program Studi : Agribisnis
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" STRATEGI PEMASARAN USAHA BIBIT KAKAO SAMBUNG PUCUK DI DESA MARIORILAU
KECAMATAN MARIORIWAWO KABUPATEN SOPPENG "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **02 Juli s/d 02 Agustus 2019**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 01 Juli 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

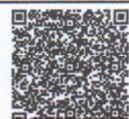
A. M. YAMIN, SE., MS.


Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

SIMAP PTSP 02-07-2019





Strategi Pemasaran Usaha Bibit
Kakao Sambung Pucuk di Desa
Mariorilau Kecamatan
Marioriwawo Kabupaten
Soppeng

by Feri Adriawan Adriawan

Submission date: 02-Aug-2019 02:37PM (UTC+0700)

Submission ID: 1156995661

File name: proposal_2.docx (163.68K)

Word count: 8113

Character count: 50543

Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	media.neliti.com Internet Source	4%
2	www.scribd.com Internet Source	3%
3	tugaserik.blogspot.com Internet Source	3%
4	eprints.uns.ac.id Internet Source	3%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 3%

Exclude bibliography

On





**KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2019**

Nama : **FERI ADRIAWAN**
NIM : **105960193315**
Tempat Tgl Lahir :
Alamat/Asal Daerah :
No HP :
Pembimbing : 1. **Dr. Jumari, S.P., M.M**
2. **Reni Fatmawati, S.P., M.Si**

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
10/5/2019	Ans 1	
11/5/2019	Ans 2	
12/6/2019	Bimbingan Rumusan masalah	
14/6/2019	Bimbingan Latar Belakang	
15/6/2019	Penulisan SPasi	
16/6/2019	Acc proposal	
19/8/2019	Penentuan faktor-faktor internal/eksternal	
13/8/2019	Pengolahan hasil Penelitian	
15/8/2019	Acc Hasil	
22/8/2019	Perbaikan hasil	
23/8/2019	Acc Revisi hasil	

Ketua Program Studi
Agribisnis



Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NBM : 873 162



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR TAHUN 2019

Nama : **FERI ADRIAWAN**
NIM : **105960193318**
Tempat Tgl Lahir : **SEKANG 06 JANUARI 2019**
Alamat/Asal Daerah :
No HP :
Pembimbing : 1. Dr. JUMIATI, S.P., M.M
2. Dr. Reri Fatmasari S.P., M.Si

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
24 / 8 / 2019	Bab 3 dan kesimpulan.	f
22 / 8 / 2019	Ujian Hasil.	

Ketua Program Studi
Agribisnis



Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NBM : 873 162

RIWAYAT HIDUP



Penulis di lahirkan di Sekkang 06 Januari 1997 yang merupakan anak ke 4 dari 4 besaudara anak pasangan dari Bapak Podding dan Ibu (Alm) Hamdawati.

Pendidikan formal yang di lalui penulis adalah SDN 133 TAKALALA Pada tahun 2004 dan lulus pada tahun 2009 pada tahun yang sama penulis melanjutkan studi pendidikan di SMPN 1 MARIORIWAWO dan lulus pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis kembali melanjutkan studinya ke jenjang berikutnya di SMAN 1 LILIRIAJA yang sekarang di sebut SMAN 2 WATANSOPPENG dan lulus pada tahun 2015. Dan pada tahun yang sama penulis lulus pada seleksi masuk perguruan tinggi Swasta dengan program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tugas akhir dalam pendidikan tinggi di selesaikan dengan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Usaha Bibit Kakao Sambung Pucuk di Desa Mariorilau Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng”.