

**BASELANG**

Jurnal Ilmu Pertanian, Peternakan, Perikanan dan Lingkungan
e-journal.faperta.universitasmuarabungo.ac.id

Aplikasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Benih Padi Sawah di UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura Kecamatan Sambaliung Kabupaten Berau

Application Of Swot Analysis In The Marketing Strategy Of Rice Seeds At Upt Balai Benih And Hortikultura Sambaliung District Berau Regency

Arsyadani Sabilal Haq^{1*}, Herwan Galingging², Sri Hartini³, Yola Putri Mahdalena⁴

Program Studi Agribisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Berau

Article Info

Keywords: Analisis SWOT, strategi pemasaran, benih padi.

Corresponding author e-mail :
sabilla17@stiperberau.ac.id

^{1,2,3,4} Program Studi Agribisnis,
Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian
Berau, Kalimantan Timur.
Jalan Raja Alam II Kabupaten
Berau, Kel. Rinding, Kec. Teluk
Bayur, Kab. Berau

ABSTRAK

Pemasaran benih padi sawah yang dilakukan oleh UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura di Kecamatan Sambaliung, Kabupaten Berau, selama ini belum maksimal. Sehingga diperlukan analisis yang mendalam untuk menguraikan strategi yang sesuai agar dapat diaplikasikan. Analisis SWOT digunakan untuk membantu merumuskan alternatif strategi yang dapat dikembangkan oleh UPT Balai Benih. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Matrik IFE, EFE, dan matrik SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Menganalisis faktor internal dan eksternal dalam pemasaran benih padi, 2) merumuskan strategi dalam meningkatkan pemasaran benih padi 3) Memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat diupayakan oleh UPT Balai Benih. Metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini, dengan jumlah responden sebanyak 25 orang, terdiri dari staff di UPT Balai Benih dan anggota kelompok tani. Hasil dari analisis data didapatkan nilai sumbu X sebesar 0,44 dan sumbu Y sebesar -0.16 sehingga kuadran yang dihasilkan berada pada kuadran II dengan strategi diversifikasi. Dalam strategi ini, UPT Balai Benih dapat fokus pada pemanfaatan kekuatan internalnya untuk mengatasi ancaman eksternal dan memanfaatkan peluang yang ada, terutama dengan diversifikasi produk atau layanan.

Kata kunci : Analisis SWOT, strategi pemasaran, benih padi.

ABSTRACT

The marketing of paddy rice seeds carried out by UPT Balai Benih and Hortikultura in Sambaliung District, Berau Regency, has not been maximized. So an in-depth analysis is needed to outline a suitable strategy to be applied. SWOT analysis is used to help formulate alternative strategies that can be developed by UPT Balai Benih. The data obtained was then analyzed using the IFE, EFE, and SWOT matrices. The objectives of this research are 1) Analyzing internal and external factors in rice seed marketing, 2) formulating

strategies in improving rice seed marketing 3) Providing recommendations for marketing strategies that can be pursued by UPT Balai Benih. The descriptive method was used in this study, with a total of 25 respondents from staff at UPT and members of farmer groups. The results of the data analysis obtained an X axis value of 0.44 and a Y axis of -0.16 so that the resulting quadrant is in quadrant II with a diversification strategy. In this strategy, UPT Balai Benih can focus on utilizing its internal strengths to overcome external threats and take advantage of existing opportunities, especially by diversifying products or services.

Keywords: SWOT analysis, marketing strategy, rice seeds.

PENDAHULUAN

Tanaman padi hingga saat ini masih menjadi tanaman pangan paling penting di Indonesia. Selama beras masih menjadi bahan makanan pokok utama, maka kebutuhan akan tanaman ini akan meningkat seiring bertambahnya penduduk di Indonesia. Optimalisasi pangan lokal dengan program swasembada pangan yang digaungkan pemerintah dapat menjadi angin segar dalam meningkatkan produksi padi di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini berarti pemerintah akan memprioritaskan sektor pertanian yang menjadi kunci ketahanan pangan di suatu negara. Dikatakan masyarakat akan sejahtera salah satunya jika pangan dapat terpenuhi.

Kabupaten Berau, pada tahun 2023 menduduki posisi keempat dalam produksi padi setelah Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Penajam Paser Utara, dan Kabupaten Paser di lingkup Provinsi Kalimantan Timur dengan angka produksi 20.274,04 ton Gabah Kering Giling (GKG) atau jika dikonversi dalam produksi beras sebesar 11.792,76 ton (BPS Berau, 2023). Sedangkan produksi padi di Indonesia sebesar 53,63 juta ton GKG dengan luas panen padi diperkirakan sebesar 10,20 juta hektare. Jika dikonversikan dalam bentuk beras untuk konsumsi penduduk, maka diperoleh hasil sekitar 30,90 juta ton (BPS, 2023).

Kebutuhan pangan khususnya beras di Kabupaten Berau jika dilihat dari jumlah penduduk pada tahun 2023 yang mencapai 280.998 jiwa, dibanding produksi beras tahun 2023 angkanya belum tercukupi. Dengan kata lain, harus ada pasokan beras dengan jumlah yang lumayan besar dari luar Kab. Berau. Sehingga hal ini menjadikan kebutuhan

pangan meningkat, namun daya dukung pangan berkurang. Beberapa faktor seperti cuaca ekstrim, alih fungsi lahan, dan kurangnya regenerasi petani menjadi alasan penurunan produksi beras di Kab. Berau dari tahun ke tahun. Penurunan ini terjadi pada luas tanam, luas panen, produktivitas, dan produksi. Hal ini disampaikan staff Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Peternakan (DTPHP) dalam media online kenamaan Berau Terkini (berauterkini, 2024). Beberapa antisipasi yang dilakukan pemerintah daerah setempat adalah dengan menggerakkan petani milenial agar lebih terlibat dalam komoditas pangan, pemanfaatan lahan tidur di beberapa kampung, perbaikan infrastruktur, serta kepastian harga pasar.

Peningkatan produktivitas beras nasional dapat dimulai dengan penggunaan benih padi yang unggul. Kepala Bapanas menyebutkan, menurut data BPS pada tahun 2023 produktivitas padi meningkat dibanding tahun 2021, dari 51,28 kuintal per hektare menjadi 52,85 kuintal per hektare (Antara, 2024). Upaya tersebut bertujuan untuk menjaga stok Cadangan Pangan Pemerintah (CPP) serta menekan angka impor secara signifikan yang selama ini masih dilakukan pemerintah. Dalam Kepmentan No 990, tahun 2018 disebutkan dalam upaya peningkatan produksi tanaman pangan, perbenihan sebagai salah satu komponen subsistem hulu mempunyai peranan yang cukup strategis, oleh karena berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas, mutu hasil, dan sifat ekonomis produk agribisnis tanaman pangan.

Permasalahan yang dihadapi UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura berasal dari internal maupun eksternal. Permasalahan

faktor internal yaitu belum adanya teknologi yang memadai seperti penjemuran dan penyimpanan benih yang masih konvensional. Sedangkan faktor eksternal UPT Balai Benih ada pada proses pemasaran yang masih belum dapat dijangkau oleh para petani. Kajian mengenai strategi pemasaran benih perlu dilakukan, apalagi pemasaran benih unggul dari UPT Balai Benih merupakan salah satu upaya dari pemerintah daerah untuk meningkatkan produktivitas beras dengan kualitas yang baik. Penelitian mengenai pemasaran benih padi sudah pernah diteliti oleh Safitri, SE dkk (2021) yang meneliti “Strategi pengembangan pemasaran usaha perbenihan padi gapoktan pandowo mulyo, Kelurahan Pandowoharjo, Kapanewon Sleman, Kab. Sleman”. Safitri menjelaskan bahwa diperlukan peningkatan penggunaan internet untuk promosi dan perluasan target pasar. Kemudian penelitian Aji dkk (2014) mengenai “Strategi pengembangan agribisnis komoditas padi dalam meningkatkan ketahanan pangan di Kabupaten Jember”. Dalam penelitiannya, Aji menyebutkan strategi prioritas adalah intensifikasi usaha tani.

Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini karena analisis ini cukup sederhana. Analisis ini bersifat deskriptif dan juga subjektif, karena pandangan satu orang dengan orang lain dalam menyikapi keempat unsur SWOT bisa berbeda, begitu pula strategi yang akan dihasilkan. Namun, hal ini wajar terjadi, karena SWOT bukanlah solusi “ajaib” dalam membuat kesimpulan strategi. Analisis ini digunakan untuk membandingkan faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), sedangkan faktor eksternal terdiri dari *opportunities* (ancaman) dan *threats* (peluang/kesempatan) (Wiswasta dkk, 2018). Meskipun analisis ini cukup mudah diadopsi untuk memberikan analisis yang komprehensif, namun ada tantangan baik secara internal maupun eksternal yang dapat menurunkan performa suatu badan usaha, misalnya dalam mempengaruhi penjualan produk (Akbar dkk, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji faktor internal dan eksternal dalam

pemasaran benih padi, merumuskan strategi dalam meningkatkan pemasaran benih padi, serta memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat diupayakan oleh UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura, Kecamatan Sambaliung, Kabupaten Berau.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura, Kecamatan Sambaliung, Kabupaten Berau. Data diambil antara bulan Oktober-Desember 2023. Data yang digunakan melibatkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara responden menggunakan alat bantu kuesioner. Sedangkan data sekunder dari data BPS, jurnal penelitian, buku, website, serta data dinas terkait. Jumlah responden terdiri atas 25 orang, terdiri atas Kepala UPT, staff, penyuluh, dan anggota kelompok tani.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif melalui studi kasus di UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura. Metode analisis data yang digunakan meliputi matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*), serta pemilihan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT yang digambarkan dalam kuadran SWOT.

Dalam pengisian matriks IFE dan EFE membutuhkan informasi berupa bobot, rating, dan skor (Suhardjito, 2024). Dalam pemberian bobot diberikan skala 0,0 sampai 1,0 dengan total bobot harus 1. Untuk rating diberi angka 4=sangat kuat, 3=kuat, 2=sedang, 1=lemah. Kemudian skor akhir dari perkalian antara bobot dan rating. Kuadran SWOT terdiri dari dua sumbu, sumbu X mencerminkan nilai kekuatan dan kelemahan, serta sumbu Y mencerminkan nilai peluang dan ancaman. Untuk menentukan koordinat sumbu X dan Y digunakan rumus (Haerawan & Yulius, 2019):

$$\frac{S - W}{2} ; \frac{O - T}{2}$$

Dari koordinat x,y ini kemudian ditentukan kuadran dari SWOT yang terbagi atas 4 kuadran, yakni kuadran I strategi agresif, kuadran II strategi diversifikasi, kuadran III strategi stabilitas, dan kuadran IV strategi devensif (Rangkuti, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Dalam menganalisis faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan, dilakukan dengan mengisi kuesioner yang dibagikan pada responden yang dalam hal ini internal UPT Balai Benih, mulai dari Kepala UPT hingga staff yang bekerja. IFE digunakan untuk menggambarkan dan mengevaluasi kondisi internal di UPT Balai Benih dalam kegiatan pemasaran benih padi sawah. Kekuatan dan kelemahan bermanfaat untuk mengidentifikasi sumber daya dan kemampuan yang unik. Dengan memahami aspek internal, dapat diidentifikasi potensi yang dapat ditingkatkan dan serta tantangan apa saja yang perlu diselesaikan dalam upaya meningkatkan pemasaran benih padi sawah (Hendriawan, 2024).

Tabel 1. Hasil Analisis IFE

Faktor Kekuatan				
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1	Tenaga kerja terlatih dan kompeten	0.11	4	0.44
2	Pengembangan produk yang kuat	0.11	4	0.44
3	Kualitas Benih Padi yang unggul	0.12	4	0.48
4	Reputasi yang kuat di pasar	0.10	3	0.30
5	Jaringan distribusi yang luas	0.11	4	0.42
Total		0.55		2.08
Faktor Kelemahan				
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1	Keterbatasan teknologi	0.08	3	0.25
2	Keterbatasan pendanaan	0.10	3	0.31
3	Keterbatasan akses pasar	0.11	3	0.33
4	Masalah logistik dan transportasi	0.08	2	0.16
5	Kurangnya kesadaran petani	0.08	2	0.16
Total		0.45		1.20
TOTAL		1.00		3.28
AKHIR				

Sumber : Data primer, 2024 (diolah).

Berdasarkan tabel 1 di atas, nilai kumulatif kekuatan sebesar 0,55 lebih besar dari total kumulatif kelemahan sebesar 0,45. Hal ini menunjukkan kekuatan pengembangan pemasaran UPT Balai benih lebih besar dibanding kelemahan yang akan menghambatnya (Karim dkk, 2019). Penilaian ini dilakukan berdasarkan data dan informasi dari narasumber yang terkait. Meskipun bersifat relatif, namun dilakukan secara obyektif. Dari penilaian internal, UPT Balai Benih berusaha untuk menghasilkan benih yang unggul dan berkualitas dengan tenaga yang kompeten, namun hal ini kurang ditunjang dengan adanya teknologi yang

memadai seperti penjemuran dan tempat penyimpanan yang masih konvensional. Disebutkan Septianingrum dan Kusbiantoro (2016), bahwa penyimpanan gabah yang tepat akan meminimalisir terjadinya susut hasil, menjaga kualitas gabah, agar dapat menghasilkan mutu dan cita rasa tinggi, dan memiliki umur simpan yang lama.

EFE (External Factor Evaluation)

Aspek eksternal ditentukan dari faktor peluang dan ancaman, atau faktor yang bersifat dari luar. Dengan memahami faktor eksternal ini, kita dapat mengidentifikasi berbagai faktor peluang agar nanti dapat dimanfaatkan dan dioptimalkan serta aspek potensi ancaman yang mungkin muncul di masa depan dapat diantisipasi dengan baik.

Tabel 2. Hasil Analisis EFE

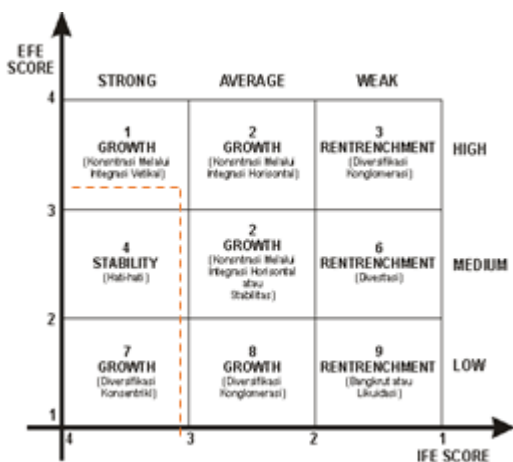
Faktor Peluang				
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
	Pertumbuhan pasar yang pesat	0.09	2	0.18
1	Dukungan Pemerintah untuk Pertanian	0.11	3	0.33
2	Teknologi pertanian yang semakin maju	0.08	3	0.24
3	Kerja sama industri	0.10	2	0.20
4	Kesadaran konsumen akan kualitas semakin tinggi	0.11	4	0.43
5	Total	0.49		1.38
Faktor Ancaman				
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1	Pengaruh harga beli benih padi sawah	0.10	3	0.30
2	Ketidakpuasan harga	0.11	4	0.44
3	Penurunan lahan pertanian	0.10	4	0.40
4	Perubahan kebijakan subsidi	0.11	3	0.33
5	Persaingan yang ketat	0.10	2	0.20
	Total	0.51		1.7
TOTAL AKHIR		1.00		3.08

Sumber : Data primer, 2024 (diolah).

Dari tabel 2 yang telah dijabarkan di atas, faktor eksternal ini mencakup beberapa aspek seperti pengaruh harga beli benih, teknologi perbenihan, kebijakan subsidi, dan faktor yang berhubungan pasar. Dengan memahami faktor eksternal ini, maka dapat dirumuskan alternatif strategi yang sesuai, khususnya pemasaran yang efektif yang dapat menjangkau konsumen, yang dalam hal ini adalah petani. Haerawan dan Yulius (2019) menyebutkan bahwa strategi pemasaran sangat penting dalam menentukan strategi suatu

lembaga dalam memasarkan produk agar dikenal oleh konsumen, sehingga konsumen dapat mengenal kualitas dari produk yang ditawarkan dan tertarik untuk membeli. Dalam hal ini, suatu lembaga harus mengetahui posisinya di pasar, serta situasi ekonomi yang tengah terjadi.

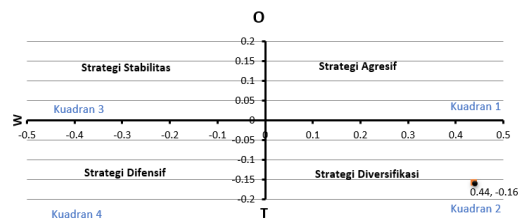
Skor akhir dari IFE adalah 3,28 dapat diartikan bahwa UPT Balai Benih memiliki strategi yang cukup kuat untuk menghadapi kelemahan tersebut. Sedangkan skor akhir untuk perhitungan EFE yakni 3,08 dimana angka ini menunjukkan UPT Balai Benih mampu menanggapi dengan baik faktor eksternal untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman.



Gambar 1. Hasil matrik internal dan eksternal
Selanjutnya untuk perhitungan analisis SWOT akan dihasilkan grafik sumbu x dan y dari rumus :

$$\frac{S - W}{2} ; \frac{O - T}{2}$$

Maka didapat x,y adalah (0,44 ; - 0,16)



Gambar 2. Hasil kuadran SWOT.

Berdasarkan perhitungan grafik analisis SWOT di atas, maka strategi pemasaran berada pada kuadran II, yakni strategi diversifikasi. Strategi yang diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memaksimalkan peluang dengan menggunakan strategi diversifikasi

produk/pasar. Rumusan alternatif strategi diversifikasi bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan peluang seiring dengan dengan kekuatan internal perusahaan (Maulana dkk, 2023). Strategi diversifikasi dimaksudkan untuk memperluas pangsa pasar dan menciptakan peluang bisnis yang lebih luas lagi. UPT Balai Benih perlu menentukan peluang mana yang sebaiknya dikejar dan terobosan dalam pemasaran apa yang perlu dilakukan terutama dalam dalam menghadapi perubahan pasar dan pergeseran tren konsumen. Strategi diversifikasi yang dapat dilakukan oleh UPT Balai Benih, diantaranya memperluas basis pelanggannya, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi risiko yang terkait dengan satu produk atau pasar tunggal. Tujuan jangka panjang dari strategi diversifikasi adalah untuk menciptakan portofolio bisnis yang seimbang dan tahan terhadap perubahan pasar (Zahra, 2024). Akbar dkk (2022), dalam penelitiannya menyarankan agar membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat konsumen di tengah harga pasar yang tinggi. Agar lebih akurat dalam pendataan, ia juga menyarankan agar pengambilan data tidak hanya dilakukan dengan wawancara, namun juga menggunakan data historis perusahaan agar perumusan strategi sesuai dengan arah kebijakan perusahaan.

Matrik SWOT**Tabel 3.** Hasil matrik SWOT

		penjemuran			
	<i>Strength</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Threats</i>	<i>Strategi S-T</i>	<i>Strategi W-T</i>
Internal	1. Tenaga kerja yang terampil dan kompeten	1. Keterbatasan teknologi dan pendanaan	1. Harga benih yang semakin naik	1. Meningkatkan kualitas benih yang akan dipasarkan dengan memanfaatkan teknologi terkini	1. Melakukan Analisa dan evaluasi mendalam dalam hal harga, pendanaan, transportasi, dll
	2. Pengembangan produk yang kuat	3. Keterbatasan akses pasar	2. Ketidakpuasan harga	2. Memberikan pelatihan, edukasi dan seminar pada poktan dan Gapoktan untuk meningkatkan <i>self branding</i>	2. Melakukan edukasi, seminar, dan pelatihan melalui social media.
Eksternal	3. Kualitas benih padi unggul	4. Logistik dan transportasi kurang mendukung	3. Penurunan lahan pertanian	3. Merumuskan kembali kebijakan yang mendukung petani	3. Kerjasama dengan pemangku kebijakan dan industri terkait kemitraan, pendanaan, dan transportasi serta logistik.
	4. Reputasi di pasar baik	5. Kesadaran petani akan benih unggul kurang	4. Perubahan kebijakan subsidi		
	5. Jaringan distribusi luas		5. Persaingan yang ketat dlm pemasaran		
Opportunity	Strategi S-O	Strategi W-O			
1. Pertumbuhan permintaan pasar	1. Mengoptimalkan jaringan distribusi untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan kualitas benih unggul	1. Melakukan evaluasi dalam hal transportasi, permintaan pasar dan pendanaan			
2. Dukungan pemerintah bidang pertanian	2. Melatih tenaga kerja yang paham kebutuhan pasar dan kebutuhan konsumen	2. Melakukan promosi yang unik dan menarik dan bekerja sama dengan <i>stakeholder</i> lain			
3. Teknologi yang semakin maju	3. Meningkatkan kerja sama dengan industri	3. Bekerja sama dengan pemerintah-industri dalam pengembangan teknologi, khususnya proses penyimpanan dan			
4. Ekspansi pasar					
5. Kesadaran akan pentingnya benih unggul					

Dari hasil matrik SWOT pada Tabel 3 di atas, dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi pada pemasaran benih padi di UPT Balai Benih yang dapat diaplikasikan. Kerjasama antar subsistem agribisnis diperlukan agar proses distribusi, produksi, pemasaran dapat berjalan secara efektif dan efisien (Aji dkk, 2014). Pada matrik SWOT, didapatkan berbagai strategi S-O, W-O, S-T, W-T yang diharapkan memberikan alternatif strategi pemasaran dari UPT Balai Benih. Posisi UPT Balai Benih setelah dilakukan penelitian berada di kuadran II yakni strategi diversifikasi, sehingga sesuai dengan strategi S-T, akan tetapi berbagai strategi yang lain dapat diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan, misalnya dalam hal penggunaan social media yang menarik untuk memberikan edukasi dan promosi. Analisa dan evaluasi perlu dilakukan secara berkala dengan

mempelajari data historis UPT serta verifikasi kembali apakah strategi sesuai dengan kebijakan dari UPT Balai Benih.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UPT Balai Benih Padi dan Hortikultura, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perlu dilakukan agar dapat menentukan alternatif strategi yang sesuai untuk dapat diimplementasikan. Evaluasi faktor internal dan eksternal menghasilkan strategi diversifikasi di kuadran II, di mana UPT dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman. Selanjutnya dalam matriks SWOT, beberapa strategi yang didapatkan dapat diterapkan, strategi yang sesuai dengan kuadran II adalah strategi S-T, antara lain dengan meningkatkan kualitas benih yang akan dipasarkan dengan memanfaatkan teknologi terkini, memberikan pelatihan, edukasi, atau seminar untuk meningkatkan *self branding*, serta merumuskan kembali kebijakan yang mendukung petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Ardito Atmaka., Arif Satria., dan Budi Hariono. 2014. Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Padi Dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 11(1) :60-67
- Akbar, Muhammad Jihad., Qurtubi., & Meilinda Fitriani NM. 2022. Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode swot dan qspm untuk Meningkatkan Penjualan Beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* Vol 8(1):61-67. DOI: <http://dx.doi.org/10.30656/intech.v8i1.4596>.
- Antara. 2024. Bapanas dorong penggunaan bibit padi unggul untuk swasembada pangan. <https://www.antaraneews.com/>.
- Berauterkini. 2024. Penduduk Berau Terus Meningkat, Produksi Beras Lokal Terus Merosot. <https://berauterkini.co.id/>.
- BPS. 2023. Luas Panen dan Produksi Padi di Indonesia 2023 (Angka Sementara). <https://www.bps.go.id/>

BPS Berau. 2023. Luas Panen dan Produksi Padi 2023 Provinsi Kalimantan Timur. <https://beraukab.bps.go.id/>

Haerawan dan Yulius Here Magang, 2019. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga di PT Impressindo Karya Steel Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 5 (2) : 175-189. DOI: <http://10.22441/jimb.v5i2.6833>

Hendriawan, Jemi., Suminah, & Suwanto. 2024. Strategi Peningkatan Kinerja Tenaga Penyuluhan Pertanian Dalam Program Ketahanan Pangan di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Agri Sains*, Vol. 8(1):84-95. DOI: <https://doi.org/10.36355/jas.v8i1.1347>

Karim, Ikawati., Makmur, Dahniar, & Nurfitri AM. 2019. Optimalisasi Pengembangan Produk *Core Competence* Pada Usaha Wajik Lokal Mandar Sebagai Alternatif Pendapatan. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika* Vol 16(1): 64-92. <https://www.researchgate.net/publication/335777948>

Kepmentan No 990, Tahun 2018. Tentang Petunjuk Teknis Produksi Benih Tanaman Pangan.

Maulana, Ahmad., Rizal S., & Asep T. 2023. Strategi Diversifikasi dan Pengembangan Portofolio Bisnis Pada Perusahaan Milik Negara PT Hutama Karya. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>. Vol 19 (1): 11-18.

Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Safitri, Suci Eka., Agus Wartapa., & Sukadi. 2021. Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Perbenihan Padi Gapoktan Pandowo Mulyo, Kelurahan Pandowoharjo, Kapanewon Sleman, Kab. Sleman. Prosiding Semnas Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian. DOI: <https://doi.org/10.47687/snppvp.v2i1.197>

Septianingrum, Elis & Bram Kusbiantoro. 2016. Upaya Memperpanjang Umur

Baselang, Vol. 4. No. 2

Simpan (*shelf life*)gabah atau Beras Melalui Pengendalian Terhadap Faktor-Faktor Penyimpanan dan Metode Penyimpanannya. Prosiding. Temu Teknologi Padi 2015. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. Hal 335-346

Suhardjito, 2024. Strategi Pengembangan Sektor Pertanian Di Desa Ngompro, Kabupaten Ngawi. *Innofarm: Jurnal Inovasi Pertanian* Vol. 26 (1): 37-52. DOI:
<https://doi.org/10.33061/innofarm.v26i1.10674>

Wiswasta, I Gusti NA., I Gusti AAA., I Made Tamba. 2018. Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha). Unmas Press. Denpasar.

Zahra, Anindya. 2024. Diversifikasi Strategi: Menyiapkan Terobosan Melalui Analisis SWOT.
<https://tambahpinter.com/>.