Jurnal Agricultural Review. E-ISSN 2985-9115
Vol 5. No 1. Tahun 2026
Fakultas Pertanian, Universitas Ichsan Gorontalo

IMPLEMENTASI MANAJEMEN USAHA UNTUK PENINGKATAN PRODUKSI DAN PERLUASAN PEMASARAN JAGUNG TITI DESA BENIHADING II, NUSA TENGGARA TIMUR

Implementation of Business Management to Increase Production and Expand Marketing of Titi Corn in Benihading II Village, East Nusa Tenggara

Suardi Bakri
Universitas Islam Makassar, Indonesia
suardibakri@uim-makassar.ac.id
Elisabeth Peni
Universitas Islam Makassar, Indonesia
Elisabethpeni332@gmail.com
A.Kasirang AT Baso
Universitas Islam Makassar, Indonesia
andikabaso@gmail.com
Awaluddin Yunus
Universitas Islam Makassar
awalyunus.dty@uim-makassar.ac.id

Koresponden: **suardibakri@uim-makassar.ac.id**

Jejak pengiriman:

Diterima: 4-12-2025
Revisi Akhir: 11-04-2026
Disetujui: 23-04-2026

©2025 Suardi Bakri, Elisabeth Peni, A. Kasirang AT Baso, Awaluddin Yunus
Under the license CC BY-SA 4.0

Abstrak

Jagung Titi merupakan salah satu produk pangan berbasis jagung yang merupakan salah satu sumber pendapatan dan konsumsi masyarakat di Desa Benihading II. Jagung Titi banyak yang merupakan olahan jagung digemari karena memiliki krakteristik yang khas. Produk Jagung Titi mempunyai peluang peningkatan produksi dan pengembangan pasar sehingga menjadi salah satu sumber pendapatan bagi pengusahanya. Namun demikian jika dilihat dari aspek pengembangan, usaha ini masih menghadapi berbagai permasalahan, diantaranya permasalahan produksi dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen usaha pada produksi dan pemasaran jagung titi. Penelitian ini dilaksanakan Desa Benihading II, Kecamatan Buyasuri, Kabupaten Lembata, Nusa Tenggara Timur pada bulan Maret hingga April 2025. Data dikumpukan melalui wawancara terhadap 25 orang pelaku usaha jagung titi dan dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa penerapan fungsi-fungsi manajemen usaha yang yang dilakukan pelaku usaha jagung titi masih kurang diantaranya hanya 46,4% yang melakukan perencanaan, menerapkan manajemen dalam produksi 68%, pemasaran 67,2%, promosi 10% dan kerjasama hanya 9,6%. Sehingga dengan demikian, agar usaha jagung Titi dapat berkembang dan menjadi tumpuan ekonomi maka perlu diimplementasikan manajemen usaha dan pemasaran.

Kata kunci: Jagung-Titi, Manajemen, Pemasaran, Produksi, Promosi.

Abstract

Titi corn is a corn-based food product that serves as a source of income and a staple food for the community in Benihading II Village. Titi Corn, which is primarily a processed corn product, is popular because of its distinctive characteristics. Titi Corn products have the potential for increased production and market expansion, making them a source of income for their producers. However, from a development perspective, this business still faces various challenges, including issues related to production and marketing. This study aims to analyze the implementation of business management in the production and marketing of titi corn. The research was conducted in Benihading II Village, Buyasuri Subdistrict, Lembata Regency, East Nusa Tenggara, from March to April 2025. Data were collected through interviews with 25 titi corn business operators and analyzed using qualitative descriptive analysis. The results of the study indicate that the application of business management functions by titi corn business operators remains insufficient; for instance, only 46.4% engage in planning, 68% apply management in production, 67.2% in marketing, 10% in promotion, and only 9.6% in collaboration. Therefore, in order for Titi's corn business to grow and become an economic pillar, business management and marketing strategies need to be implemented.

Keywords: *Jagung-titi, Management, Marketing, Production, Promotion.*

Pendahuluan

Sektor pertanian masih tetap menjadi sektor andalam dalam pembagunan ekonomi Indonesia. Hal ini disebabkan sektor pertanian masih merupakan salah satu sektor penyerap tenaga kerja terbesar khususnya di pedesaan. Pada umumnya penduduk pedesaan, didukung oleh sumberdaya alam, perekonomiannya masih bertumpu pada sektor pertanian, baik pada on-farm maupun off-farm (Suardi Bakri et al., 2024). Kegiatan off-farm biasanya dilakukan dengan melakukan pengolahan hasil komoditi dominan di daerah tersebut, seperti halnya komoditi jagung (Pongge & Tje, 2023; Tukan et al., 2025).

Sehubungan dengan pengembangan pangan lokal, salah satu daerah yang mempunyai potensi pengembangan usaha pengolahan jagung adalah Desa Benihading II, Kecamatan Buyasuri Kabupaten Lembata, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Masyarakat desa tersebut mengolah jagung menjadi pangan lokal khas yang terkenal dengan nama jagung Titi. Usaha pengelolahan jagung telah dilaksanakan sejak dahulu sampai saat ini.

Jagung titi menjadi makanan khas di Nusa Tengara Timur khususnya di wilayah Flores Timur seperti Solor, Adonara, Alor dan Lembata yang memiliki potensi dan masyarakatnya melakukan pengelolahan dengan proses pengolahan mirip dengan proses pengelolahan emping. Jagung titi dijadikan bahan pangan karena memiliki daya tahan produk yang sangat baik dan tahan lama yakni selama 1 sampai dengan 3 bulan dalam kondisi kering.

Jagung titi banyak dibutuhkan oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur karena memiliki karakteristik yang khas, didukung oleh adat dan budaya masyarakat setempat. Produk jagung titi juga memiliki peluang besar dan menguntungkan, walaupun dalam pengembangannya masih terdapat permasalahan khususnya aspek managemen produksi dan pemasaran.

Oleh karena minimnya kajian yang secara khusus mengulas aspek manajemen produksi dan pengembangan pasar usaha jagung titi secara komprehensif, khususnya di wilayah Kabupaten Lembata. Maka penenlitian ini dilaksanakan. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan potensi jagung titi sebagai produk pangan lokal , tetapi juga secara spesifik mendeskripsikan pengelolaan usaha melalui pendekatan menajerial, strategi promosi, serta potensi inovasi pengembangan produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha jagung titi.

Metode

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Benihading II, Kecamatan Buyasuri, Kabupaten Lembata selama 2 bulan, yakni pada bulan Maret-April 2025.

B. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi adalah pelaku usaha jagung titi di Desa Benihading II yang berjumlah 135 orang. Sampel diambil sebanyak 25 pelaku usaha.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut :

1. Data primer merupakan sumber data yang dilakukan yang didapatkan secara langsung terutama oleh pelaku usaha jagung titi berupa wawancara menggunakan kuesioner maupun observasi.
2. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian, Kantor desa, dan jurnal yang telah dpublikasikan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pelaksanaan alur pengumpulan data didasarkan terhadap cara dan sumber, terutama diperhatikan juga terkait tekni yang di manfaatkan didalam penelitian ini yakni Penelitian Lapangan (*Field Research*) yang dapat didefenisikan sebagai upaya dalam memperoleh data berdasarkan penelitian lapangan dengan memanfaatkan metode wawancara, observasi dan dokumentasi

E. Analisis Data

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan di dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan, dan memberikan penjelasan terkait objek yang dianalisis secara. Analisis statistik deskriptif juga digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan temuan temuan penelitian, terutama dalam hal proporsi dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathrm{P} = \frac{F}{N} \times 100\ \%$$

Keterangan:
P = Persentase
F = Jumlah tanggapan dari responden
N = Jumlah responden

Hasil dan Pembahasan

A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan salah satu aspek yang sangatv penting untuk disampaikan dalam hasil penelitian. Hal ini disebabkan dengan mengetahui gambaran umum dan karakteristik responden dan atau informan, akan memudahkan untuk melakukan pembahasan hasil-hasil penelitian lainnya sesuai dengan tujuan penelitian. Identitas responden meliputi usia, jenis kelamin, lama berusaha disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Identitas Responden di Desa Benihading II

Uraian	Jumlah	Presentase (%)
Usia		
< 40 Tahun	7	28
40-49 Tahun	12	46
49 < Tahun	6	24
Jenis Kelamin		
Laki-laki	2	8
Perempuan	23	92
Pendidikan		
SD	17	68
SMP	4	16

SMA	3	12
S1	1	4
Lama Usaha		
1-10 Tahun	15	60
11-20 Tahun	5	20
21-28 Tahun	5	20

Sumber: Data Primer Diolah,2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini berada pada rentang 40-49 tahun (46%) yang menunjukkan bahwa responden yang melaksanakan kegiatan usaha jagung titi ini sudah relative tua. Walaupun demikian generasi muda yang berumur 40 tahun kebawah juga masih banyak yang menggeluti usaha ini (28%). Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan usaha jagung titi memang merupakan pekerjaan rumah tangga yang diusahakan oleh masyarakat Desa Benihading II yang berumur produktif. Faktor Usia ini merupakan salah satu faktor penting yang memepengaruhi pengalaman dan produktivitas dalam menjalankan usaha. Responden yang relative lebih memiliki semangat yang lebih besar mengembangkan usaha dengan menggunakan teknologi (Ibrahim et al., 2019).

Tabel 1 juga menunjukkan bahwa berdasarkan Jenis kelamin, usaha roduksi jangung titih lebih banyak (92%) dilakukan oleh kaum perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa di lokasi penelitian peran perempuan untuk menambah penghasilan keluarga, terutama pekekarjaan pengolahan hasil pertanian sangat besar. Perempuan berpartisipasi dalam usaha rumah tangga merupakan hal yang biasa dijumpai di Indonesia, terutama di bidang pengolahan, baik secara individu maupun secara berkelompok, misalnya dalam k Kelompok Wanita tani (KWT) (Aprila et al., 2022; Bakri et al., 2026; Fitria, 2019).

Dilihat dari segi Pendidikan, responden didominasi oleh mereka yang hanya tamat Sekolah Dasar (68%) padahal dipahami bahwa untuk mengadopsi teknologi, dan juga managemen usaha diperlukan tingkat pengetahuan yang memadai. Oleh Karena itu tingkat Pendidikan bagi pelaku usaha jagung Titi ini perlu mendapatkan perhatian khusus karena tingkat pendidikan akan menunjukkan pola terkait wawasan dan pengetahuan yang dimiliki demikian pula dengan kemampuan mengadopsi teknologi, baik teknologi produksi maupun pemasaran (Awaluddin Arsyad et al., 2024; Madina et al., 2025).

Dari sisi pengalaman usaha, responden karena masih relative muda pengalaman usahanya dominan (60%) 1 sampai 10 tahun. Pengalaman usaha ini juga merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan perkembangan usaha dan pemasaran. Diketahui bahwa usaha jagung Titi merupakan usaha trandisional yang telah dikerjakan oleh masyarakat di lokasi penelitian secara turun temurun.

Proses Manajemen Usaha Terhadap Jagung Titi

A. Perencanaan

Unsur managemen yang palin pertama dilaksanakan dalam menjalankan aktifitas usaha adalah perencanaan. Perencanaan dapat dilakukan secara sistematik bagi usaha-usaha yang sudah maju, namun dapat pula dilakukan secara insidentil, terutama usaha usaha radisional rumah tangga seperti usaha Jagung Titi. Perencanaan dilakukan guna membantu para pelaku usaha dalam memperkirakan produksi sesuai dengan sumber daya yang dimiliki, melakukan identifikasi kebutuhan pasar, penggunaan bahan baku, perencanaan biaya serta jumlah produksi yang akan diproduksi (Parra-López et al., 2021). Tabel 2 menunjukkan persentase implementasi kegiatan perencanaan yang dilakukan oleh responden usaha jagung titi.

Tabel 2. Kegiatan Perencanaan Jagung Titi di Desa Benihading II

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Melakukan identifikasi kebutuhan pasar sebelum memproduksi	11	44%	14	56%
Menyusun rencana penggunaan bahan baku	16	64%	9	36%
Membuat anggaran dan perencanaan biaya	9	36%	16	64%
Memiliki perencanaan terkait jumlah produksi	17	68%	8	32%
Melakukan evaluasi terhadap rencana produksi yang telah dibuat	5	20%	20	80%
Rata-rata		**46,4%**		**53,6%**

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa pelaku usaha jagung titi di Desa Benihading II belum secara konsisten menerapkan aspek perencanaan dalam usahanya. Hanya 44% pelaku usaha yang melakukan identifikasi kebutuhan pasar sebelum memproduksi jagung titi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pengalaman pribadi atau mengikuti kebiasaan turun-temurun tanpa melakukan analisis permintaan pasar secara sistematis.

Untuk penggunaan bahan baku 64% pelaku usaha telah menyusun rencana penggunaan bahan baku secara terperinci. Hal ini mengingat bahwa bahan baku jagung titi sebagian besar dari kebun sendiri sehingga tersedia dalam jumlah cukup untuk menjaga kelangsungan produksi.

Perencanaan keuangan masih menjadi kelemahan, karena hanya 36% pelaku usaha yang membuat anggaran dan perencanaan biaya sebelum memulai usaha. Selain itu, 68% pelaku usaha memiliki perencanaan terkait jumlah produksi yang akan dibuat, biasanya mereka telah memprediksi penggunaan bahan baku jagung pulut sebanyak 2 kg yang dapat menghasilkan 12-24 rantang (ukuran yang dipakai di lokasi penelitian) jagung titi. Namun hanya 20% yang melakukan evaluasi terhadap rencana produksi yang telah dibuat. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelaku usaha memiliki gambaran mengenai jumlah produksi, mereka belum menerapkan sistem evaluasi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi.

B. Produksi

Produksi merupakan transformasi dari bahan mentah menjadi hasil produksi atau produk. Tujuannya yaitu memperoleh jumlah barang atau produk dengan harga dalam waktu serta kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Tabel 3 menunjukkan persentase implementasi kegiatan manajemen produksi responden usaha jagung titi.

Tabel 3. Kegiatan Produksi Jagung Titi di Desa Benihading II

Pertanyaan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Memastikan kualitas bahan baku sebelum di gunakan	25	100%	-	-
Menggunakan teknologi sederhana atau cara tradisional untuk proses produksi	25	100%	-	-
Melakukan inovasi dalam produksi jagung titi	-	-	25	100%
Memperhatikan kualitas dan kebersihan dalam proses produksi	25	100%	-	-
Jumlah produksi jagung titi stabil setiap bulanya	10	40%	15	60%
Rata-rata		**68%**		**32%**

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 3 menunjukkan bahwa aspek produksi telah dilakukan dengan baik dengan persentase 68%. Terdapat 25 responden yang sangat memperhatikan kualitas bahan baku dan kebersihan dalam proses pembuatan jagung titi yang harusnya menjadi prioritas utama bagi para pelaku usaha. Hal ini dapat dilihat di rumah produksi responden yang bersih pada saat pelaksanaan proses produksi walaupun masih menggunakan alat tradisional, mereka tetap menjaga kebersihan alat ketika dipakai. Selain itu, seluruh responden memastikan bahwa jagung pulut yang digunakan memiliki kualitas baik, hal ini karena sebagian besar bahan baku berasal dari kebun sendiri, sehingga mereka dapat mengontrol mutu bahan baku. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaja jagung titi adalah ketidak stabilan produksi setiap bulan, seperti yang dialami oleh 40% responden. Ketidakstabilan ini terutama disebabkan oleh serangan hama atau gagal panen yang diakibatkan curah hujan yang kurang, sehingga ketersediaan bahan baku menjadi terbatas. Selain itu, belum ada pelaku usaha yang melakukan inovasi produk, mereka tetap mempertahankan rasa yang telah dilakukan secara turun-temurun. Ditemukan pula bahwa produksi jagung titi tidak dilakukan setiap hari, melainkan hanya pada pada waktu hari pasar (hari rabu dan juma'at) atau ada pesanan dari pelanggan tetap. Adapun proses produksi jagung titi di Desa Benihading II masih sangat bergantung pada peralatan tradisional, seperti wihang (alat sangrai jagung), uar inan dan uar anaq (batu untuk titi jagung). Meskipun metode tradisional ini masih dipertahankan, tantangan dalam menjaga ketersediaan bahan baku tetap menjadi kendala utama dalam keberlanjutan usaha jagung titi di wilayah ini.

C. Pemasaran

Pemasaran dilaksanakan untuk menyampaikan suatu jasa ataupun barang dari pihak produsen terhadap konsumen sebagai pihak akhir yang berkontribusi dalam lembaga-lembaga pemasaran dalam pembentukan saluran pemasaran yang dimanfaatkan oleh produsen dalam penyaluran produknya (Habibi et al., 2022; Mardiana et al., 2022; Rahman et al., 2023). Tabel 4 menunjukkan persentase kegiatan pemasaran responden usaha jagung titi.

Tabel 4. Kegiatan Pemasaran Jagung Titi di Desa Benihading II

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Menerima dan mempertimbangkan umpan balik dari konsumen	23	92%	2	8%
Menentukan harga Produk berdasarkan analisis pasar	16	64%	9	36%
Menggunakan strategi pemasaran tertentu (misalnya penjualan langsung/online	21	84%	4	16%
Memiliki saluran distribusi yang efektif	7	28%	18	72%
Peningkatan jumlah Pelanggan dari tahun ke tahun	17	68%	8	32%
Rata-rata		**67,2 %**		**32,8 %**

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Dari Tabel 7 menunjukan bahwa aspek pemasaran yang dilakukan pelaku usaha masih rendah dengan presentase 67,2%. Dari 25 responden sebanyak 92% responden menerima umpan balik dari konsumen terkait jagung titi yang dibuat, sebanyak 64% responden menentukan harga produk berdasarkan analisis pasar yakni para pelaku usaha jagung titi di Desa Benihading II dapat melakukan survei terhadap harga jagung pulut di pasar lokal maupun di daerah lain yang memiliki produk serupa. Misalnya, mereka membandingkan harga jagung titi dengan produk jagung titi daerah lain seperti di Kecamatan Omesuri ataupun di kota Lewoleba untuk menentukan harga yang kompetitif.

Media social juga telah dimanfaatkan oleh responden sebanyak 84% responden telah memanfaatkan s pemasaran online seperti WhatsApp dan Facebook untuk menerima pesanan. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah mengikuti perkembangan teknologi dalam rangka melaksanakan pemasaran produk yang efektif (Awaluddin Arsyad et al., 2024; Mardiana et al., 2022; Rahman et al., 2023). Walaupun demikian terdapat hanya 28% responden yang memiliki saluran distribusi yang efektif dengan menjalin kerjasama dengan kios-kios yang ada di Desa. Selain juga menjalin kerjasama dengan kios-kios yang ada di luar daerah seperti di pasar kota Lewolea dan sebagian besar responden lainnya menjual jagung titi di pasar lokal atau pesanan langsung dari konsumen di sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang mengandalkan cara pemasaran konvensional dan belum memiliki jaringan distribusi yang luas.

D. Promosi

Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk mempengarufi preferensi konsumen akan tertarik untuk mengkonsumsi produk yang dipromosikan. Dengan adanya promosi produk atau jasa dapat lebih dikenal secara luas. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan (Rahman et al., 2023).

Tabel 5. Kegiatan Promosi Usaha Jagung Titi di Desa Benihading II

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Memanfaatkan media sosial untuk promosi	5	20%	20	80%
Melakukan kolaborasi dengan pihak lain untuk mempromosikan jagung titi	2	8%	23	92%
Sering melakukan promosi jagung titi	1	4%	24	96%
Mengikuti pameran atau bazae untuk mempromosikan produk jagung titi	2	8%	23	92%
Rata-rata		**10 %**		**90 %**

Sumber:Data Primer Diolah, 2025

Tabel 5 menunjukan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha jagung titi di Desa Benihading II masih tergolong sangat rendah dengan presentase 10%. Hal ini terlihat dari rendahnya pemanfaatan media sosial, dimana hanya 20% responden yang menggunakan untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, hanya 8% yang menjalin kolaborasi dengan pihak lain, seperti bekerja sama dengan kios-kios, agar produk mereka lebih dikenal luas. Sementara itu, hanya 4% yang aktif memasarkan produk melalui platform seperti WhatsApp dan Facebook dan hanya 8% yang mengikuti pameran atau bazar untuk memperkenalkan produk jagung titi.

E. Kerjasama

Kerjasama yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kerjasama dengan pelaku atau parapihak, baik pemasok bahan baku maupun jejaring pemasaran. Tabel 6 dibawah ini menunjukkan persentase Implementasi kegiatan kerjasama responden usaha jagung titi.

Tabel 6. Kegiatan kerjasama Usaha Jagung Titi di Desa Benihading II

Pernyataan	Melakukan	Presentase (%)	Tidak Melakukan	Presentase (%)
Bekerjasama dengan petani atau pemasok untuk memenuhi kebutuhan bahan baku	7	28%	18	72%
Menjalin kolaborasi dengan pelaku usaha lain untuk meningkatkan usaha	5	20%	20	80%
Bekerja sama dengan lembaga pemerintah	-	-	25	100%

atau swasta untuk mendukung pengembangan usaha				
Adakah kelompok usaha jagung titi yang aktif di Desa Benihading II	-	-	25	100%
Mengikuti pelatihan atau workshop untuk meningkatkan kemampuan usaha	-	-	25	100%
Rata-rata		**9,6 %**		**90,4 %**

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 6 menunjukkan bahwa aspek kerjasama masih tergolong rendah dengan rata-rata persentase 9,6%, yang dirinci 28% yang menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku. Kerjasama dengan pemasok bahan baku dikarenakan produksi bahan baku yang dilaksanakan oleh responden kadang tidak menentu. Kerjasama dengan pemasok bahan baku dari luar kecamatan dilakukan untuk menjamin ketersediaan bahan baku secara berkelanjutan. Selain itu, kerja sama dengan pelaku usaha lain, seperti pemilik kios-kios atau toko oleh-oleh, juga masih rendah dengan persentase 20%, sehingga produk jagung titi belum banyak tersedia di tempat-tempat strategis yang sering dikunjungi wisatawan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis, manajemen usaha yang diterapkan oleh pelaku usaha jagung titi di Desa Benihading II menunjukan bahwa tingkat pelaksanaan setiap aspek manajerial masih bervariasi. Aspek produksi memiliki presentase tertinggi yaitu 68%, diikuti oleh pemasaran sebesar 67,2 %, dan perencanaan sebesar 46,4 % yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha sudah cukup aktif dalam proses produksi dan memasarkan produknya. Aspek promosi dan kerjasama masih tergolong rendah, masing masing hanya 10% dan 9,6%. Karena itu disarankan adanya peningkatan kapasitas dan pemahaman pelaku usaha dalam membangun jejaring serta strategi promosi yang efektif guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha jagung titi ke depan. Pelaku usaha jagung Titi perlu meningkatkan perencanaan bisnis yang lebih sistematis, termasuk analisis pasar, pencatatan keuangan, serta evaluasi produksi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha jagung titi. Pemanfaatan media sosial dan platfom digital harus diperluas untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Daftar Pustaka

Aprila, O., Syarif, D., Agrisa Ditama, R., & Antoni, S. (2022). Peranan Wanita Karier Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Di Kabupaten Kerinci. *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, *6*(1). https://doi.org/10.33507/lab.v4i01

Awaluddin Arsyad, K., Tri Yunandar, D., & Bakri, S. (2024). Pengaruh Facebook Marketplace Terhadap Minat Beli Produk Olahan Petani Milenial (Studi Kasus Pada Wilayah Program Yess) The Influence Of Facebook Marketplace On Interest In Buying Processed Products Of Millennial Farmers (Case Study In The YESS Program Area). *Jurnal Agrisistem Seri Sosek dan Penyuluhan*, (20), 29–43. http://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id

Bakri, S., Hanafie, A., Aryanti, E. L., Jannah, M., Rahman, N. U., Aeni, N., Syafitri, Z., Rasyidin, N. Q., Ilman, M., Arif, A., & Fadillah, A. (2026). Optimalisasi Peran Kelompok Wanita dan Kelompok Sadar Wisata dalam Mewujudkan Desa Biring Ere sebagai Desa Wisata

Integratif Berbasis Agroindustri. *JURNAL ABDIMAS INDONESIA*, *6*(1), 202. https://dmi-journals.org/jai/

Fitria, E. (2019). *Peran Aktif Wanita Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin: (Studi Kasus Pada Wanita Buruh Perkebunan Pt Asian Agri Di Dusun Pulau Intan)*.

Habibi, N. S., Fitrianti, R. N., Efendi, J., & Kasanova, R. (2022). Pengembangan Pemasaran Produk Umkm Di Desa Larangan Tokol Jawa Timur. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *6*(3), 2275. https://doi.org/10.31764/jmm.v6i3.8454

Ibrahim, H., Zain, M. M., Bakri, S., Yunus, A., & Ibrahim, T. (2019). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Kerajinan Sutera di Kabupaten Wajo*.

Madina, Bakri, S., & Sulfiana. (2025). Implementasi Teknologi Pertanian Petani Milenial Pasca Intervensi Program Youth Entrepreneurship And Employment Support Services (Yess) Di Kabupaten Bone. *Agripreneure: Jurnal Pertanian Agribisnis*, (2).

Mardiana, N., Geovania Azwar, A., Nurhayati, L., Wijaya, W., Munandar, A., Nasrudin, I., Kusumastuti, D., & Nalwin Nurbani, S. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi UMKM Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, *3*(1).

Parra-López, C., Reina-Usuga, L., Carmona-Torres, C., Sayadi, S., & Klerkx, L. (2021). Digital transformation of the agrifood system: Quantifying the conditioning factors to inform policy planning in the olive sector. *Land Use Policy*, *108*. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105537

Pongge, M. I., & Tje, E. Y. D. (2023). *Peran Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Melalui Pengelolaan Jagung Titi di Desa Kolipadan Kecamatan Ile Ape Kabupaten Lembata, NTT* (Vol. 6, Number 1). http://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada//jurnal.inada@uki.ac.id

Rahman, D. M., Bakri, S., & Hardiani, A. S. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea (Studi Kasus pada Home Industri Roti Maros Bung Dorry). *Agribusiness and Socioeconomic Jurnal*, *1*(1).

Suardi Bakri, Ahmad Hanafie, Eka Lestari Aryanti, Mardiatul Jannah, Kisman Awaluddin Arsyad, & Qurniasty. (2024). Realizing Biring Ere Village as an Agro-Industry Based Tourism Village. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(4), 2022–2029. https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i4.5470

Tukan, G. D., Lalong, P. R. F., Naben, M. N., Gulo, J. P., Paridy, A., Tukan, C. M. P., & Tukan, C. J. P. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Lembata Dalam Penanaman Jagung Pulut Untuk Mendukung Industri Jagung Titi. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, *6*(2), 710–723. https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i2.5135