

## **Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Benih Jagung Manis (*Zea mays saccharata*) Varietas YS 12 Produksi CV. Danau Tondano Seed Expert Jember**

*Marketing Strategy Analysis for Uptain the Sale Volume of Sweet Corn Seeds (*Zea Mays Saccharata*) YS 12 Variety Produced from CV. Danau Tondano Seed Expert Jember*

**Hasanuddin <sup>\*1</sup>, Iskandar Ridwan, Sutantio R. Alamsyah**

<sup>1</sup> Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember

\* [mashasanjember@gmail.com](mailto:mashasanjember@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Jagung manis merupakan produk yang saat ini mengalami permintaan yang besar. Telah banyak varietas jagung manis hibrida yang ada di pasar. Salah satu perusahaan yang mengembangkan jagung manis adalah CV. Danau Tondano Seed Expert Jember. Perusahaan ini merupakan perusahaan lokal yang berdiri sejak tahun 2017 dan memiliki fokus bisnis pada pengembangan jagung manis (*sweet corn*), jagung pakan (*field corn*), dan jagung ketan (*waxy corn*). Salah satu Varietas jagung manis yang dimiliki oleh CV. Danau Tondano Seed Expert Jember adalah varietas YS 12 yang telah dilepas oleh Kementan RI nomor : 27/Kpts/PV.240/D/I/2023. CV. Danau Tondano Seed Expert Jember akan memproduksi dan menjual benih jagung sebesar 2 ton, maka perusahaan memerlukan perencanaan strategi pemasaran yang baik. Pada tahap awal analisis SWOT kemudian dilanjutkan dengan metode AHP untuk menarik kesimpulan strategi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT menunjukkan perusahaan pada sel/kuadran V, yaitu menjaga dan mempertahankan (*Hold and Maintain*), serta hasil analisis AHP didapat beberapa strategi prioritas untuk pemasaran benih jagung manis Varietas YS 12 yaitu : Mengoptimalkan peran tenaga pemasaran dan peningkatan volume promosi untuk memperluas jaringan pemasaran produk, mengoptimalkan branding produk untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan produksi serta persediaan bahan untuk mengatasi fluktuasi ketersediaan dan harga bahan.

**Kata kunci** — pemasaran, jagung manis, YS 12, SWOT, AHP

### **ABSTRACT**

*Sweet corn is a product that currently experiencing great demand. There have been many varieties of sweet corn hybrid on market. One of companies that developing sweet corn is CV. Danau Tondano Seed Expert. This is a local company that was founded in 2017 and has a business focus on development of sweet corn, field corn, and waxy corn. One of the sweet corn varieties by CV. Danau Tondano Seed Expert is a YS 12 variety that has been released by the Register KEPMENTAN: 27/Kpts/PV.240/D/I/2023. CV. Danau Tondano Seed Expert will produce and sell 2 tons of seeds, so the company needs to plan a good marketing strategy. In the early stages of SWOT analysis then proceed with the AHP method to draw strategic conclusions. The results of the study showed that the SWOT showed this company was in cell/quadrant V, namely Hold and Maintain, and the results of the AHP obtained several priority strategies for marketing sweet corn seeds of the YS 12 variety, namely: Optimizing workforce marketing and increasing volume promotion to expand the product marketing network, optimize product branding to face competition and increase production as well as provide materials to overcome material availability and material prices.*

**Keywords** — marketing, sweet corn, YS 12, SWOT, AHP

## 1. Pendahuluan

Sektor pertanian masih menjadi unggulan dalam perekonomian di Indonesia. Salah satunya yakni membantu meningkatkan perekonomian bangsa dan untuk memenuhi kebutuhan pangan, karena pangan merupakan hal yang paling utama untuk keberlangsungan hidup suatu bangsa sehingga kebutuhan akan pangan haruslah selalu tersedia. Komoditas pangan yang menjadi penyumbang impor terbesar adalah gandum, kedelai diikuti oleh jagung dan beras [1]. Jagung adalah salah satu sereal yang bernilai ekonomis dan memiliki peluang untuk dikembangkan sebab kedudukannya sebagai sumber gizi yang baik bagi manusia [2]. Jagung manis merupakan produk yang saat ini terus mengalami perkembangan permintaan yang cukup pesat dari tahun ke tahun, hal ini terkait dengan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat di Indonesia yang semakin beragam dan sadar akan nilai kesehatan dan pemenuhan kebutuhan gizi yang seimbang. Telah banyak varietas jagung manis hibrida yang ada di pasar Indonesia, diantaranya yang telah populer yaitu Bonanza, Talenta, Jambore, Asian Honey, Baruna [3]. Seluruh varietas ini dimiliki oleh badan usaha ataupun perusahaan dari luar negeri melalui anak perusahaannya yang ada di Indonesia. Perusahaan tersebut antara lain : PT. East West Seed Indonesia, PT. Syngenta Indonesia, PT. Bisi International, PT. Agri Makmur Pertiwi, PT. Advanta Seeds Indonesia, PT Pertiwi Agri Makmur, PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia. Salah satu perusahaan yang mengembangkan jagung manis adalah CV. Danau Tondano Seed Expert Jember yang berkedudukan di wilayah Kabupaten Jember. CV. Danau Tondano Seed Expert Jember. YS 12 merupakan varietas baru yang sudah melalui serangkaian uji kesesuaian varietas, uji produksi benih, uji organoleptik dan juga sudah disebar untuk tujuan ujicoba pasar. Terdapat banyak macam alat analisis yang bisa digunakan untuk menemukan dan merencanakan strategi pemasaran, salah satunya adalah analisis SWOT untuk tahap awal kemudian dilanjutkan dengan metode AHP untuk menarik kesimpulan strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada

logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman [4]. Metode Analytic Hierarchy Process (AHP) merupakan salah satu metode yang dapat menterjemahkan karakter kualitatif faktor-faktor SWOT menjadi karakter yang kuantitatif. Metode AHP digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran yang paling efektif untuk digunakan dan dapat meningkatkan penjualan. Metode AHP menggunakan teknik pembobotan untuk memilih prioritas dari alternatif yang ada [5].

## 2. Metodologi

Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *expert* dan didukung oleh konsep analisis SWOT untuk tahap pengumpulan data.

Pada analisis SWOT ini terdapat beberapa tahapan diantaranya: (1) identifikasi faktor-faktor *internal* dan eksternal, (2) pemberian bobot setiap faktor, (3) pemberian skor, (4) pencocokan matriks IE dan matriks SWOT

Tahapan selanjutnya yaitu penentuan prioritas strategi menggunakan AHP, berikut tahapan AHP : (1) membuat hierarki persoalan, (2) penilaian kriteria dan alternatif (3) penentuan prioritas, dan (4) konsistensi logis.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di CV. Danau Tondano Seed Expert Jember. Penelitian ini dilaksanakan selama  $\pm$  1 bulan (bulan April – Mei 2023).

Responden pada penelitian ini berjumlah 6 orang serta memiliki keahlian yang sesuai dengan tujuan utama strategi penjualan benih jagung manis, diantaranya pedagang/pengepul jagung manis, pemulia swasta, dosen pemuliaan tanaman, direktur perusahaan dan marketing perusahaan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Matriks IFE

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dari Strategi Pemasaran Jagung Manis (*Zea mays saccharata*) Varietas YS 12 Produksi CV. Danau Tondano Seed Expert dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Tabel 1. Matriks IFE

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Harga Terjangkau	0,16	3,33	0,52
2	Legalitas benih sudah lengkap	0,20	4,00	0,79
3	YS 12 merupakan tipe yang diminati pasar	0,18	3,17	0,57
4	YS 12 memiliki vigor yang baik dan beradaptasi luas	0,17	3,33	0,57
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Jaringan pasar belum luas	0,09	1,33	0,11
2	Kekurangan tenaga kerja terampil	0,07	1,67	0,11
3	Branding/produk belum dikenal petani	0,06	1,17	0,07
4	Sertifikasi produk masih belum mandiri	0,08	1,67	0,13
Rata-rata				0,36

Pada indikator kekuatan memiliki nilai skor tertinggi sebesar 0,79 yaitu indikator legalitas benih sudah lengkap. Sedangkan pada indikator kelemahan memiliki nilai skor tertinggi sebesar 0,13 yaitu Sertifikasi produk masih belum mandiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa secara internal posisi usaha produksi Jagung Manis (*Zea mays saccharata*) saat ini telah memanfaatkan kekuatan dan berupaya mengantisipasi kelemahan-kelemahan yang muncul pada usaha. Pada indikator kekuatan memiliki skor tertinggi sebesar 0,79 yaitu legalitas benih sudah lengkap. Kelengkapan legalitas benih sangat penting karena legalitas merupakan indikator utama dalam proses pemasaran dan penjualan benih, sebab tanpa adanya legalitas yang lengkap maka proses penjualan tidak dapat dilakukan dengan maksimal. Skor tertinggi kedua yaitu 0,57 yaitu YS 12 merupakan tipe yang diminati pasar dan YS 12 memiliki vigor yang baik dan beradaptasi

luas, dan skor terkecil yaitu harga terjangkau dengan skor 0,52 hal ini berarti harga terjangkau belum tentu diminati konsumen apabila legalitas benih belum lengkap, varietas tidak memiliki vigor yang baik dan tidak dapat beradaptasi secara luas.

### 3.2. Matriks EFE

Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dari strategi pemasaran tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Matriks EFE

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Pasar terbuka luas	0,18	4,00	0,71
2	Penjualan dalam bentuk maklon/bulky untuk perusahaan lain	0,16	3,17	0,51
3	Tren pasar yang dinamis	0,18	3,50	0,62
4	Permintaan pasar yang masih terus berkembang	0,19	3,83	0,71
No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Persaingan dengan perusahaan yang sudah mapan	0,07	1,67	0,11
2	Pengaruh iklim dan agroekosistem	0,08	1,17	0,09
3	Citra produk benih dan perusahaan lokal masih lemah	0,08	1,67	0,14
4	Munculnya kompetitor baru di lapangan	0,07	1,33	0,09
Rata-rata				0,37

Dari hasil matriks EFE diketahui bahwa peluang utama yang dimiliki oleh sektor pemasaran jagung manis varietas YS 12 adalah pasar terbuka luas dan permintaan pasar yang masih terus berkembang dengan skor 0,71. Hal tersebut berarti pasar yang terbuka luas dan permintaan pasar yang masih terus berkembang merupakan peluang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan namun perusahaan belum memaksimalkan kesempatan pada peluang yang



ada. Skor tertinggi kedua yaitu tren pasar yang dinamis dengan skor 0,62, dan skor terendah pada peluang ini yaitu penjualan dalam bentuk maklon/bulky untuk perusahaan lain. Dapat diartikan bahwa perusahaan mengabaikan peluang-peluang yang besar seperti permintaan pasar yang masih terus berkembang, pasar yang terbuka luas dan tren pasar yang dinamis, namun justru perusahaan lebih mengutamakan peluang yang sebenarnya kurang menjanjikan yaitu penjualan dalam bentuk maklon/bulky untuk perusahaan lain.

Pada indikator ancaman memiliki skor tertinggi yaitu citra produk benih dan perusahaan lokal masih lemah dengan skor 0,14. Skor tertinggi kedua yaitu persaingan dengan perusahaan yang sudah mapan dengan nilai skor 0,11 dan skor terakhir 0,09 yaitu pengaruh iklim dan agroekosistem dan munculnya kompetitor baru di lapangan.

### 3.3. Matriks IE

Pembuatan Matriks IE (Internal Eksternal) bertujuan untuk melihat posisi usaha dalam menentukan alternatif strategi bisnis yang lebih detail dan disajikan dalam 9 kolom. Parameter yang digunakan adalah hasil skor faktor Internal sebesar 2,03 dan faktor eksternal sebesar 2,13. Berikut ini adalah Gambar 1 Matriks IE (Internal Eksternal).

		SKOR TOTAL IFE		
		Kuat	Sedang	Lemah
		3.0 - 4.0	2.0 - 2.99	1.0 - 1.99
SKOR TOTAL EFE	Tinggi 3.0 - 4.0	I	II 2.03	III
	Sedang 2.0 - 2.99	IV	V	VI
	Rendah 1.0 - 1.99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks IE

Dapat diketahui bahwa pada sumbu X memiliki total skor IFE sebesar 2,03 dan pada sumbu Y memiliki skor EFE sebesar 2,13 sehingga apabila kedua titik dihubungkan maka diperoleh posisi strategi pemasaran jagung manis varietas YS 12 berada pada sel 5, yaitu menjaga dan mempertahankan (*Hold and Maintain*).

Strategi yang dapat digunakan pada kuadran ini adalah :

- Penetrasi pasar (Market penetration)
- Pengembangan pasar (Market development)
- Pengembangan produk (Product development)

### 3.4. Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor *Internal* dan eksternal dapat dijabarkan hasil matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*) alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk memasarkan benih jagung manis (*Zea mays saccharata*) varietas YS 12 yang diproduksi oleh CV. Danau Tondano Seed Expert Jember adalah sebagai berikut:

#### 3.4.1. Strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*):

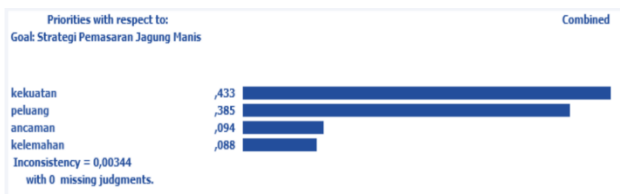
Mengoptimalkan peran tenaga pemasaran dan peningkatan volume promosi untuk memperluas jaringan pemasaran produk (W1, W3, W4, O2, O3, O4).

#### 3.4.2. Strategi ST (*Strengths - Threats*):

- Mengoptimalkan branding produk untuk menghadapi persaingan (S1, T3, T4)
- Meningkatkan produksi dan persediaan bahan baku untuk mengatasi fluktuasi ketersediaan dan harga bahan baku (S3, S4, S5, T1, T2).

### 3.5. Hasil Analisis AHP (Analytical Hierarchy Process)

Hasil analisis AHP pada komponen SWOT dengan menggunakan aplikasi *Expert Choice 11* dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.

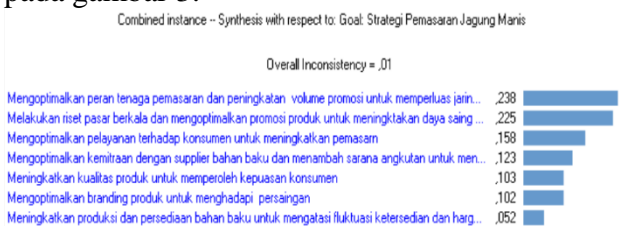


Gambar 2. Hasil Analisis AHP pada komponen SWOT

Hasil analisis untuk menentukan prioritas pada komponen SWOT memiliki nilai inkonsistensi rasio sebesar 0,15 yang mana nilai ini lebih besar dari 0,10 ( $CR = 0,03 < 0,10$ ) sehingga perhitungan dari penentuan prioritas SWOT tersebut telah konsisten.

### 3.6. Hasil analisis AHP (*Analitycal Hierarchy Process*) alternatif strategi

Hasil analisis AHP strategi pemasaran Jagung Manis Varietas YS 12 dengan menggunakan *Expert Choice 11* dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Hasil analisis AHP

Hasil analisis AHP alternatif strategi memiliki rasio inkonsistensi sebesar 0,01 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,10 ( $CR=0,01 < 0,10$ ) yang berarti nilai tersebut sudah konsisten berarti jawaban responden telah konsisten sehingga solusi yang dihasilkan dapat optimal.

Hasil analisis AHP terhadap Strategi Pemasaran Jagung Manis (*Zea Mays Saacharate*) Varietas YS 12 Produksi CV. Danau Tondano Seed Expert Jember meliputi 7 alternatif yaitu :

- Strategi SO 1 : Meningkatkan kualitas produk untuk memperoleh kepuasan konsumen (S1, S2, S3, O1, O4).
- Strategi SO 2 : Mengoptimalkan pelayanan terhadap konsumen untuk meningkatkan pemasaran (S4, O2, O3, O4).

- Strategi WO 1 : Mengoptimalkan peran tenaga pemasaran dan peningkatan volume promosi untuk memperluas jaringan pemasaran produk (W1, W3, W4, O2, O3, O4).
- Strategi ST 1 : Mengoptimalkan branding produk untuk menghadapi persaingan (S1, T3, T4).
- Strategi ST 2 dan Strategi WT 1: Meningkatkan produksi dan persediaan bahan baku untuk mengatasi fluktuasi ketersediaan dan harga bahan baku (S3, S4, S5, T1, T2).
- Strategi WT 1 : Melakukan riset pasar berkala dan mengoptimalkan promosi produk untuk meningkatkan daya saing pasar (W1, W2, W4, T3, T4).
- Strategi WT 2 : Mengoptimalkan kemitraan dengan supplier bahan baku dan menambah sarana angkutan untuk mengantisipasi fluktuasi harga bahan baku dan efektivitas pengiriman (W3, T1).

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- Pemilihan prioritas strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan benih jagung mansi varietas YS 12 adalah:
  - Mengoptimalkan peran tenaga pemasaran dan peningkatan volume promosi untuk memperluas jaringan pemasaran produk.
  - Mengoptimalkan branding produk untuk menghadapi persaingan.
  - Meningkatkan produksi dan persediaan bahan baku untuk mengatasi fluktuasi ketersediaan dan harga bahan baku.
- Faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran benih jagung manis varietas YS 12 di CV. Danau Tondano Seed Expert Jember adalah indikator kelengkapan legalitas benih. Hal ini dikarenakan legalitas merupakan faktor utama suatu benih bisa dijual dan diedarkan secara luas di wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Faktor Eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran benih jagung manis varietas YS 12 di CV. Danau Tondano Seed Expert

Jember adalah pasar yang masih terbuka luas dan permintaan pasar yang masih terus berkembang.

- c. Strategi pemasaran produk benih jagung manis varietas YS 12 di CV. Danau Tondano Seed Expert Jember memiliki posisi nilai pada kuadran V yaitu menjaga dan mempertahankan (*Hold and Maintain*) adalah strategi yang tepat untuk dijadikan alternatif strategi utama dalam hal pengambilan keputusan perusahaan dalam memasarkan produk tersebut.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada CV. Danau Tondano Seed Expert Jember dan para responden karena telah memberikan kesempatan untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini hingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.

## Daftar Pustaka

- [1] H. J. Nadapdap, "Dinamika Produktivitas Padi , Jagung , dan Kedelai di Pulau Jawa , Indonesia," *J. Penelit. Pertan. Terap.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–10, 2016, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/140220-ID-none.pdf>.
- [2] A. Wahyudin, R. Ruminta, and S. A. Nursaripah, "Pertumbuhan dan hasil tanaman jagung (*Zea mays* L.) toleran herbisida akibat pemberian berbagai dosis herbisida kalium glifosat," *Kultivasi*, vol. 15, no. 2, pp. 86–91, 2017, doi: 10.24198/kultivasi.v15i2.11867.
- [3] Eko, C. J. (2018). *The Potency Test Six Varieties of Sweet Corn (Zea mays saccharata Sturt) on Lowland Pamekasan Regency*. 6(1), 92–100. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/131339>
- [4] Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- [5] Wahyudin, A., Ruminta, R., & Nursaripah, S. A. (2017). Pertumbuhan dan hasil tanaman jagung (*Zea mays* L.) toleran herbisida akibat pemberian berbagai dosis herbisida kalium glifosat. *Kultivasi*, 15(2), 86–91. <https://doi.org/10.24198/kultivasi.v15i2.11867>

