

Strategi Pemasaran Produk Pestisida “Sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi, Gresik

Marketing Strategy of Pesticide Products "Sidamethrin" PT Yasida Makmur Abadi, Gresik

An Nisa Rahmania F.^{#1}, Bagus P. Yudia Kurniawan, Tanti Kustriari

[#]Jurusan Agribisnis ,Politeknik Negeri Jember Jln. Mastrip, Krajan Timur, Kec. Sumpalsari Kab. Jember

¹ahmadriskiramadani12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memberikan masukan kepada perusahaan mengenai strategi pemasaran produk pestisida “sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi Gresik. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah External Factor Evaluation (EFE), Internal Factor Evaluation (IFE), External Internal (IE), SWOT, dan Analytical Hierarchy Proses (AHP). Hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil kuisioner, antara lain: Faktor internal dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik adalah kualitas produk sidamethrin sangat terjamin, dan produk sidamethrin mudah didapat dan tersedia dengan nilai pengaruh sebesar 0,44. Kelemahan utama dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik adalah kemasan produk yang mudah rusak, dan wilayah distribusi yang terbatas dengan nilai pengaruh sebesar 0,3. Faktor eksternal dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi Gresik adalah potensi daerah dan tersedianya informasi bisnis online maupun offline yang dapat meningkatkan kegiatan promosi dengan nilai pengaruh sebesar 0,31. Ancaman utama dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik adalah munculnya inovasi produk dari pesaing, munculnya pesaing dalam proses penjualan, bahan aktif yang sama dapat memberikan keuntungan lebih, dan gencarnya promosi produk pestisida sidamethrin. pesaing dengan nilai pengaruh sebesar 0,29. Analisis IE, menunjukkan bahwa pemasaran produk pestisida sidamethrin pt Yasida Makmur Abadi, Gresik berada pada kotak I (Agresif). Analisis AHP, salah satu alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu pengembangan kualitas sumber daya manusia khususnya yang ada di lapangan.

Kata kunci — EFE, IFE, IE, AHP, Pemasaran Produk

ABSTRACT

This study is provided input to the company regarding the marketing strategy of PT Yasida Makmur Abadi's "sidamethrin" pesticide product, Gresik. The analytical tools used in this study are External Factor Evaluation (EFE), Internal Factor Evaluation (IFE), External Internal (IE), SWOT, and Analytical Hierarchy Proses (AHP). The results of the research conducted based on the results of the questionnaire, including: Internal factors in marketing sidamethrin pesticide products of PT Yasida Makmur Abadi, Gresik is that the quality of sidamethrin products is very guaranteed, and sidamethrin products are easy to obtain and available with an influence value of 0.44. The main weaknesses in marketing sidamethrin pesticide products of PT Yasida Makmur Abadi, Gresik are perishable product packaging, and limited distribution areas with an influence value of 0.3). External factors in marketing sidamethrin pesticide products of PT Yasida Makmur Abadi, Gresik is the potential area and the availability of business information online or offline that can increase promotional activities with an influence value of 0.31. The main threat in marketing sidamethrin pesticide products of PT Yasida Makmur Abadi, Gresik is the emergence of product innovations on the part of competitors, the emergence of competitors in the sales process, the same active ingredients can provide more profits, and the vigorous promotion of competitors with an influence value of 0.29. IE analysis, showing that the marketing of pt Yasida Makmur Abadi's sidamethrin pesticide product, Gresik is at square I (Aggressive). AHP analysis, an alternative strategy that can be used, namely the development of the quality of human resources, especially those in the field.

Keywords — EFE, IFE, IE, AHP, Product Marketing

 **OPEN ACCESS**

© 2022. An Nisa Rahmania F., Bagus P. Yudia Kurniawan, Tanti Kustriari



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting di negara Indonesia, karena memiliki banyak Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM). Usaha tani merupakan suatu bentuk kegiatan yang mengalokasikan sumber daya alam dan sumber daya manusia secara efektif dan efisien yang berfungsi untuk mendapatkan keuntungan tinggi pada waktu tertentu. Sarana yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha tani, yaitu dengan produksi dibidang pertani yang sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha salah satunya yaitu produk pestisida.

Pestisida merupakan suatu produk yang mengandung bahan beracun yang dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan keanekaragaman hayati, dapat menyebabkan resistensi, resurgensi, timbul hama baru, serta gangguan kesehatan manusia, dan makhluk hidup lainnya. Pengaplikasian produk pestisida rata-rata mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan terutama pada tujuh negara ASEAN (Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Myanmar, dan Singapura), peningkatan paling tinggi yaitu pada negara Malaysia dengan rata-rata penggunaan pestisida pertanian yaitu 58.774.070 ton/tahun.

PT Yasida Makmur Abadi, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pertanian yang mengelola serta memajemen segala kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran produk-produk pertanian. Produk-produk yang dipasarkan oleh PT Yasida Makmur Abadi seperti pupuk, obat-obatan, dan sarana pertanian lainnya. Produk pertanian yang berupa pestisida dapat dibagi menjadi beberapa fungsi dan kegunaan seperti insektisida, herbisida, dan fungisida. Produk pestisida dapat digunakan sesuai dengan fungsi dan jenis tanaman yang terserang penyakit, salah satu contoh produk pestisida yang digunakan adalah insektisida "Sidamethrin" dengan bahan aktif *sipermetrin 50 g/l* yang di produksi oleh PT Petrosida Gresik.

FSN Analysis (Fast, Slow and Non-moving) merupakan cara pengelompokan persediaan berdasarkan kecepatan pergerakan barang [1]. Cara melihat pergerakan barang dapat dilakukan berdasarkan *Turn Over Ratio (TOR)* persediaan tersebut, yaitu dengan

melihat tingkat perputaran persediaan selama satu tahun [2]

Identifikasi dan evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajer, karyawan, stakeholder sangatlah dibutuhkan dalam perumusan strategi pemasaran yang akan digunakan oleh perusahaan guna memajukan pemasaran produknya. Hal ini juga berbanding lurus dari penelitian yang dilakukan di PT Yasida Makmur Abadi, yaitu perumusan "Strategi Pemasaran Produk "Sidamethrin" yang melibatkan banyak stakeholder dalam mendapatkan informasi tentang kendala pemasaran produk yang ada di lapang. Hasil dari penelitian ini yang nantinya akan dirumuskan menggunakan alat analisis Matriks *Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)*, dan *Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)*, penciptaan strategi yang akan menggunakan alat analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*) dan menggunakan alat analisis IE (*Internal Eksternal*), yang terakhir menggunakan alat analisis AHP (*Analytical Hierarchy Proses*) yang berfungsi dalam pengambilan keputusan dari strategi pemasaran produk "sidamethrin" yang akan digunakan oleh pihak PT Yasida Makmur Abadi, Gresik.

2. Metode Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja yaitu di PT Yasida Makmur Abadi dan stakeholder PT Yasida Makmur Abadi. Penelitian tentang strategi pemasaran produk pestisida "sidamethrin" PT Yasida Makmur Abadi, Gresik dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan July 2022. Tujuannya untuk menentukan prioritas strategi pemasaran produk pestisida yang dapat digunakan oleh pihak PT Yasida Makmur Abadi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi [3]. Pada penelitian ini menggunakan purpose sampling dengan pertimbangan keahlian responden. Anggota responden yang akan diwawancara, yaitu :

- Direktur Utama di PT Yasida Makmur Abadi, Gresik,
- Direktur Operasional di PT Yasida Makmur Abadi, Gresik,



- c. Akademisi pihak Politeknik Negeri Jember
- d. Distributor yang ada di area Jember – Bondowoso
- e. Ketua Gapoktan yang ada di area Jember – Bondowoso

Analisis perencanaan yang dapat dilakukan pada usahanya memiliki tiga tahapan, yaitu tahapan input, tahapan pencocokan atau analisis, dan tahapan keputusan. Menurut Suslinawati, tahapan input dilakukan dengan menggunakan metode matrik EFE dan IFE, pada tahapan ini hasil yang akan disajikan dalam bentuk informasi yang berfungsi sebagai masukan untuk ke tahapan berikutnya [4]. Tahapan pencocokan dilakukan dengan menggunakan analisis IE dan SWOT. Tahapan terakhir, yaitu tahap keputusan dengan menggunakan analisis AHP (*Analytical Hierarki Process*) yang berfungsi sebagai pengambilan keputusan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hal pertama yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi lapang untuk mendapatkan data terkait faktor-faktor internal yang ada di PT Yasida Makmur Abadi, selanjutnya data terkait faktor-faktor eksternal yang ada di lapang dengan melibatkan Distributor area Jember–Bondowoso, Ketua Gapoktan area Jember-Bondowoso. Responden dalam penelitian terdapat 12 populasi, yaitu 6 pihak Distributor area Jember-Bondowoso, 2 pihak Ketua Gapoktan area Jember-Bondowoso, 2 pihak PT Yasida Makmur Abadi (Direktur Utama dan Direktur Operasional), dan 3 pihak Akademisi.

Berdasarkan hasil faktor-faktor eksternal dan internal yang didapat dari observasi lapang, kemudian dilakukan penyusunan kuesioner untuk mendapatkan bobot tingkat kepentingan pada setiap faktor, sehingga memudahkan dalam penyusunan alternatif strategi, penyusunan struktur hierarki strategi pemasaran produk pestisida “Sidamethrin”. Hasil dari penyusunan struktur hierarki digunakan untuk mendapatkan prioritas strategi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak PT Yasida Makmur Abadi dalam mengembangkan pemasaran produk pestisida “Sidamethrin”.

3.1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan kuesioner pada faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hasil perhitungan skor nilai pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Perhitungan Faktor Internal

No	Faktor Internal	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan (S)				
1	Kualitas produk sidamethrin 50 EC sangat terjamin	0.11	4	0.44
2	Produk sidamethrin 50 EC yang mudah diperoleh dan tersedia	0.11	4	0.44
3	Harga produk sidamethrin 50 EC yang sangat terjangkau	0.10	3.5	0.34
4	Pemasaran produk yang dilakukan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan	0.10	3.5	0.34
5	Citra perusahaan yang baik	0.10	3.5	0.34
6	Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan	0.10	3.5	0.34
7	Pemberian potongan harga pada nominal pembelian tertentu	0.10	3.5	0.34



8	Tercapainya target penjualan	0.10	3.5	0.34
Total Skor Kekuatan (S)				2.89
Kelemahan (W)				
1	Teknik pemasaran yang digunakan tradisional	0.07	2.5	0.17
2	Segmentasi pasar yang terbatas	0.08	3	0.25
3	Kemasan produk yang mudah rusak	0.03	1	0.3
4	Wilayah distribusi produk yang terbatas	0.03	1	0.3
Total Skor Kelemahan (W)				0.47
TOTAL		1.00		3.36

Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal, Kekuatan utama dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik yaitu kualitas produk sidamethrin sangat terjamin, dan produk sidamethrin yang mudah diperoleh dan tersedia dengan nilai pengaruh 0.44. Kelemahan utama dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik yaitu kemasan produk yang mudah rusak, dan wilayah distribusi produk yang terbatas dengan nilai pengaruh 0.3.

Tabel 2. Perhitungan Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1	Permintaan pasar yang tinggi	0.07	3.13	0.22
2	Memperluas pasar yang digunakan dalam sasaran pemasaran	0.08	3.63	0.29
3	Kebijakan perusahaan yang mendorong dan mensupport	0.08	3.63	0.29

dalam penjualan produk				
4	Wilayah pemasaran yang berpeluang	0.08	3.75	0.31
5	Ketersediaan informasi usaha secara online atau offline yang dapat meningkatkan kegiatan promosi	0.08	3.75	0.31
6	Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan	0.07	3.38	0.25
7	Tingkat daya beli konsumen yang tinggi	0.07	3.00	0.20
Total Skor Peluang (O)				1.87
Ancaman (T)				
1	Munculnya inovasi produk dari pihak kompetitor	0.08	3.63	0.29
2	Munculnya kompetitor yang ada di lapang	0.08	3.63	0.29
3	Bahan aktif (dasar) yang sama memberikan keuntungan lebih kepada kompetitor	0.08	3.63	0.29
4	Harga produk yang ditawarkan sama dengan kompetitor	0.07	3.38	0.25
5	Permintaan pasar yang menurun akibat perubahan iklim dan gejala cuaca	0.07	3.00	0.20
6	Promosi pesaing yang gencar	0.08	3.63	0.29
Total Skor Ancaman (T)				1.62
Total		1.00		3.49

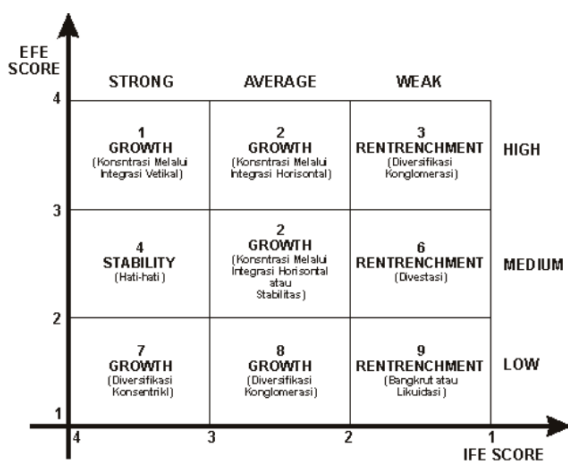
Berdasarkan hasil perhitungan faktor eksternal, Peluang utama dalam pemasaran



produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik yaitu wilayah yang berpotensi dan ketersediaan informasi usaha secara online atau offline yang dapat meningkatkan kegiatan promosi dengan nilai pengaruh 0.31. Ancaman utama dalam pemasaran produk pestisida sidamethrin PT Yasida Makmur Abadi, Gresik yaitu . munculnya inovasi produk dari pihak kompetitor, munculnya kompetitor yang ada di lapang, bahan aktif (dasar) yang sama memberikan keuntungan lebih pada kompetitor dan promosi pesaing yang gencar dengan nilai pengaruh 0.29.

3.2. Matriks Internal Eksternal

Hasil perhitungan nilai faktor internal (IFE) yaitu sebesar 3.36 dan nilai faktor eksternal yaitu sebesar 3.49, selanjutnya dilakukan analisis matriks *Internal Eksternal* (IE) yang dapat di lihat pada Gambar 1.



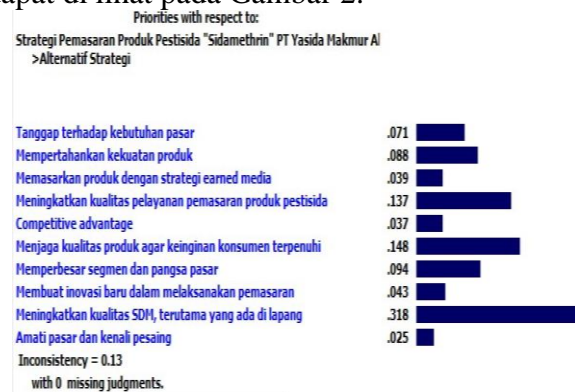
Gambar 1. Matriks Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada nilai antar kedua faktor, yaitu faktor internal (IFE), dan faktor eksternal (EFE) yang dapat dilihat pada Gambar 20, artinya pemasaran produk pestisida “sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi menepati pada posisi *Growth* (Konsentrasi melalui integrase vertical). Berdasarkan hal ini juga, PT Yasida Makmur Abadi bisa memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dalam memasarkan produk pestisida “sidamethrin”. Hal-hal yang dapat dilakukan oleh PT Yasida Makmur Abadi, Gresik terhadap pemasaran produk pestisida “sidamethrin” yaitu

dengan penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

3.3. Analisis AHP

Berdasarkan hasil kuesioner komponen alternatif strategi, Perbandingan yang ada ada pada alternatif strategi yaitu dengan dilakukan perbandingan secara berpasangan antar komponen alternatif strategi. Hasil perbandingan dapat di lihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik prioritas alternative strategi pemasaran produk pestisida “sidamethrin”

Berdasarkan Gambar 2 dapat disimpulkan bahwasanya prioritas strategi utama yang dapat digunakan untuk pemasaran produk pestisida “sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi, Gresik yang didapatkan dari kombinasi dara expert yaitu meningkatkan kualitas SDM, terutama yang ada di lapang dengan nilai 0.318, dan prioritas strategi terakhir yang dapat digunakan untuk pemasaran produk pestisida “sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi, Gresik amati pasar dan kenali pesaing dengan nilai 0.25.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan terhadap Strategi Pemasaran Produk Pestisida “Sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi, Gresik, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Perusahaan yang ada dalam dunia pemasaran dengan barang jualan yang sama harus pintar-pintas dalam membaca peluang yang ada, agar barang yang di jual dapat memenuhi target yang telah ditetapkan.
- Prioritas strategi pada pemasaran pestisida “sidamethrin” PT Yasida Makmur Abadi, Gresik yaitu dengan meningkatkan

kualitas SDM, terutama yang ada di lapang dengan nilai 0.318.

Hasil penentuan prioritas strategi didapatkan dari hasil strategi WT atau strategi yang didapatkan dari kelemahan yang ada pada perusahaan dan ancaman yang ada di luar perusahaan.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada perusahaan PT Yasida Makmur Abadi, Gresik dan stekholder PT Yasida Makmur Abadi, Gresik sebagai responden yang telah meluangkan waktu mengisi kuesioner dan memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini, sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Brinda, D.G. 2014. Inventory Management. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 3(1), 8163-8176.
- [2] Devarajan, D., dan Jayamohan, M.S. 2016. Stock Control in a Chemical firm: Combined FSN and XYZ Analysis. *Procedia Technology*, 24, 562-567.
- [3] Sugiono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- [4] Suslinawati, M. Masyhuri dan M, Soedjono. 2001. Analisis Permintaan berdasarkan Jenis dan Strata Pendapatan di Kalimantan Selatan. *Jurnal Agroekonomi Vol. VIII No. 1 Juni 2001*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

