

Analisis Strategi Pemasaran Agens Hayati “PGPR Jakaba” Produksi Gabungan Kelompok Tani Sidorukun Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Jember

The Marketing Strategy Analysis for Biological Agencies PGPR Jakaba Joint Production of Sidorukun Farmer Groups, Rambipuji Village, Rambipuji District, Jember

Yopi Hendrawan¹, Bagus Putu Yudhia Kurniawan², R.R. Lia Chairina³

¹Mahasiswa Program Studi Magister Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

²Dosen Pascasarjana Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember
pplhendra@gmail.com

ABSTRAK

Konsumen dewasa ini menyadari pentingnya memilih produk pertanian yang organik, bebas racun dan pestisida kimia, berkelanjutan, dan ramah lingkungan untuk generasi berikutnya, usaha pembiakan agens hayati dewasa ini memiliki potensi pasar yang besar. Untuk memilih strategi pemasaran yang tepat, analisis lingkungan internal dan eksternal diperlukan. Ini dicapai melalui pelaksanaan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Selanjutnya, analisis QSPM digunakan untuk menentukan strategi pemasaran mana yang harus diprioritaskan di Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Sidorukun. Untuk pemasaran agen hayati, "PGPR JAKABA" produksi gapoktan Tani Sidorukun desa Rambipuji ini adalah strategi alternatif untuk pemasaran agen hayati yang berfungsi sebagai modal untuk memanfaatkan kemajuan teknologi pemasaran dengan meningkatkan hasil uji Laboratorium mengenai keragaman unsur dan kepadatan mikroorganisme untuk memastikan produk berkualitas tinggi dan terjamin. Dengan nilai TAS tertinggi 7,39, menangkap peluang pasar dari banyak petani dan konsumen.

Kata Kunci - Agens Hayati, Pemasaran, QSPM, SWOT

ABSTRACT

Today's consumers realize the importance of choosing agricultural products that are organic, free of chemical toxins and pesticides, sustainable and environmentally friendly for the next generation, today's biological agent breeding business has huge market potential. To choose the right marketing strategy, an analysis of the internal and external environment is necessary. This is achieved through conducting a strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) analysis. Next, QSPM analysis is used to determine which marketing strategies should be prioritized in the Sidorukun Farmer Group Association (Gapoktan). For the marketing of biological agents, "PGPR JAKABA" produced by Gapoktan Tani Sidorukun in Rambipuji village is an alternative strategy for marketing biological agents which functions as capital to take advantage of advances in marketing technology by improving laboratory test results regarding the diversity of elements and density of microorganisms to ensure high quality and guaranteed products. . with the highest TAS value of 7.39, capturing market opportunities from many farmers and consumers..

Keywords — Biological agencies, Marketing, QSPM, SWOT

1. Pendahuluan

Untuk menjaga kesehatan dan kelestarian lingkungan, masyarakat saat ini harus mengkonsumsi makanan sehat yang bebas pestisida. Indonesia memiliki 0,4% dari pangsa pasar global produk pertanian organik. Dengan luas lahan sekitar 280 ribu hektar pada tahun 2020, ada sekitar 17.948 produsen produk organik, Tidak menggunakan pestisida atau bahan kimia dalam proses budidaya tanaman adalah langkah pertama yang dilakukan sebelum beralih ke budidaya organik.

Prinsip Pengendalian Hama Terpadu (PHT) adalah metode budidaya tanaman yang menggabungkan berbagai teknologi budidaya yang ramah lingkungan untuk menghasilkan tanaman yang bebas dari bahan kimia namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Konsep PHT muncul sebagai pengganti kebijakan pengendalian OPT (Organisme Pengganggu Tanaman) secara konvensional yang berpusat pada pengendalian hama dan hanya berfokus pada pengendalian hama.

Budidaya tanaman sehat merupakan prinsip dari Pengendalian hama terpadu (PHT), prinsip ini berkembang sebagai koreksi terhadap kebijakan pengendalian OPT (Organisme Pengganggu Tanaman) dengan penggunaan pestisida berspektrum luas yang memunculkan masalah resistensi hama, resurgensi hama, timbulnya hama sekunder, resieu produk pertanian, pencemaran lingkungan dan dampaknya terhadap Kesehatan manusia.

Salah satu prinsip PHT ialah dengan penggunaan Agens hayati dalam pengendalian hama penyakit yang sudah banyak diproduksi okeh pos pelayanan agens hayati (PPAH). PPAH sendiri anggotanya banyak berasal dari kelompok tani, yang mampu menyiapkan memperbanyak, menerapkan, mengembangkan dan menyebarluaskan sarana produksi ramah lingkungan yang mendukung penerapan prinsip-prinsip PHT.

Bisnis pembiakan agensi hayati saat ini memiliki potensi pasar yang besar karena pembeli produk pertanian menyadari pentingnya memilih produk pertanian yang organik, bebas dari pestisida dan kontaminan racun, ramah lingkungan, dan berkelanjutan untuk generasi berikutnya. Namun demikian, pertumbuhan

pesat dalam pembiakan agens hayati menghadirkan beberapa tantangan. Beberapa di antaranya adalah bahaya yang signifikan dari proses produksi, banyaknya persaingan dari jenis organik hingga pestisida kimia dan biologi, dan kurangnya kepercayaan petani.

Usaha tani PPAH adalah salah satu unit usaha ekonomi di gapoktan Sidorukun yang berkomitmen untuk menanam tanaman sehat dengan menerapkan prinsip-prinsip PHT (pengendalian hama & penyakit terpadu). Mereka berkomitmen untuk memproduksi beras tanpa pestisida kimia sebagai bentuk usaha baru dalam kegiatan gapoktan dan juga memberikan solusi keamanan pangan bagi masyarakat (pengabdian masyarakat). Usaha tani mampu menghasilkan beberapa jenis PPAH dengan kualitas terbaik, mengembalikan kesuburan tanah dan menjadikannya lebih ramah lingkungan, dan mengontrol perkembangan OPT.

Produksi APH oleh PPAH Usaha Tani Gapoktan Sidorukun sangat penting untuk digunakan oleh kelompok tani dalam usaha tani padi. Kualitas dan kontinuitas sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan petani dan konsumen. Namun, karena produksi tradisional, manajemen konvensional, dan belum adanya hasil laboratorium mengenai jenis APH pada produk unggulan, PGPR mol akarnya, produk ini kalah saing dengan produk yang telah diperjualbelikan di kios-kios pertanian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan usaha Agens hayati "PGPR JAKABA" produksi Gapoktan Sidorukun. Merumuskan alternatif strategi yang bisa dilakukan dalam pengembangan usaha. Selanjutnya mendorong strategi prioritas dalam pengembangan usaha agens hayati.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan expert. Desain penelitian ini berkaitan dengan Analisis Strategi Pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" yang diproduksi oleh Gapoktan Sidorukun yang beralamatkan di Desa Rambipuji Kabupaten Jember. Untuk tahap input, matriks IFE dan EFE digunakan,



sedangkan untuk tahap pencocokan, matriks IE dan SWOT digunakan, dan QSPM digunakan untuk tahap keputusan. Selain itu, perhitungannya dilakukan dengan Microsoft Excel, alat bantu software komputer. Penelitian ini berfokus pada analisis strategi pemasaran agen hayati. Dengan mempertimbangkan bahwa Gapoktan Sidorukun adalah perusahaan Agens Hayati dan Beras Bebas Pestisida. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023 sampai dengan bulan Juni 2023. Penelitian ini hanya membahas faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan internal perusahaan mencakup pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, proses, tenaga kerja), sedangkan eksternal perusahaan mencakup pelanggan/konsumen, persaingan antar perusahaan dan ancaman perusahaan baru. Penelitian ini tidak membahas mengenai keuangan dan sistem produksi pada perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data Sumber Data Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa responden yang mengetahui tentang strategi pemasaran Agens hayati. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel expert system yaitu dengan melakukan wawancara langsung pada responden pakar dan membagikan kuesioner. Serta mengumpulkan beberapa dokumentasi untuk mendapatkan data primer dan sekunder yang dibutuhkan.

Teknik Analisa yang dibutuhkan menggunakan SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* dengan menggunakan tiga tahap pelaksanaan analisis data [1].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Hasil dari identifikasi Faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" Produksi Gapoktan Sidorukun Desa Rambipuji Jember dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> Memiliki hasil uji Laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati Kualitas produk bagus dan terjamin Bahan baku yang melimpah Stok Produksi tidak terputus/ kontinuitas tinggi SDM berpengalaman Pelayanan baik Memiliki tempat produksi yang permanen dan menetap 	<ul style="list-style-type: none"> Belum memiliki NIB dan P-irt Pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara konvensional Alat produksi sederhana dan konvensional Kemitraan belum optimal Minimnya modal Ketergantungan pada program pemerintah Administrasi masih sederhana

Sumber: Data Primer 2023

Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> Kebijakan pemerintah dalam Pertanian berkelanjutan Perkembangan penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk Lahan pertanian luas Potensi sumber daya lokal komoditas pertanian di Jember Jumlah petani banyak Dampak negatif pupuk dan pestisida kimia 	<ul style="list-style-type: none"> Banyak kompetitor Kualitas produk kompetitor bermodal besar dirasa lebih baik Rendahnya minat petani Kepercayaan terhadap manfaat produk rendah karena efeknya lama Standar pengaplikasian rumit Efektivitas Mikroba hayati rendah pada cuaca ekstrem

Sumber: Data Primer 2023

3.2. Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Table matriks *internal faktor evaluation (IFE)*

No	Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Memiliki hasil uji laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba	4.00	0.11	3.20	0.35
2	Kualitas produk bagus dan terjamin	4.00	0.11	3.20	0.35



No	Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
3	Bahan baku yang melimpah	3.80	0.11	3.80	0.39
4	Stok Produksi tidak terputus	4.00	0.11	3.40	0.37
5	SDM berpengalaman	4.00	0.11	2.80	0.30
6	Pelayanan baik	4.00	0.11	2.40	0.26
7	Memiliki tempat produksi yang permanen dan menetap	4.00	0.11	4.00	0.43
No	Kelemahan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Belum memiliki NIB dan P-irt	1.20	0.03	3.80	0.12
2	Pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara konvensional	1.20	0.03	3.60	0.12
3	Alat produksi sederhana dan konvensional	2.00	0.05	2.80	0.15
4	Kemitraan belum optimal	1.20	0.03	3.20	0.10
5	Minimnya modal	1.20	0.03	3.60	0.12
6	Ketergantungan pada program pemerintah	1.20	0.03	3.00	0.10
7	Administrasi masih sederhana	1.20	0.03	3.60	0.12
Total		37.00	1.00		3.27

Sumber : Data Primer 2023

Dari tabel 2 dapat dilihat Total skor pada faktor internal yaitu sebesar 3,27 yang berarti bahwa posisi faktor internal strategi pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" Produksi Gapoktan Sidorukun Desa Rambipuji Jember dalam kategori kuat.

3.3. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

No	Peluang	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Kebijakan pemerintah dalam Pertanian berkelanjutan	4.00	0.10	3.00	0.30
2	Perkembangan penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk	4.00	0.10	3.20	0.32
3	Lahan pertanian luas	3.00	0.08	3.80	0.29
4	Potensi sumber daya lokal komoditas pertanian di Jember	3.60	0.09	3.00	0.27
5	Jumlah petani banyak	3.00	0.08	3.80	0.29
6	Dampak negatif pupuk dan pestisida kimia	3.00	0.08	3.80	0.29
No	Ancaman	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Banyak kompetitor	2.80	0.07	2.20	0.15
2	Kualitas produk kompetitor bermodal besar dirasa lebih baik	2.80	0.07	3.00	0.21
3	Rendahnya minat petani	3.60	0.09	3.00	0.27
4	Kepercayaan terhadap manfaat produk rendah karena efeknya lama	2.80	0.07	2.60	0.18
5	Standart pengaplikasian rumit	3.60	0.09	2.00	0.18
6	Efektifitas Mikroba hayati rendah pada cuaca extrem	3.60	0.09	3.00	0.27
Total		39.08	1.00		3.03

Sumber : Data Primer 2023

Pada tabel 3 bisa dilihat Total skor keseluruhan pada peluang dan ancaman yaitu sebesar 3,03 yang berarti bahwa posisi faktor



eksternal strategi pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" Produksi Gapoktan Sidorukun Desa Rambipuji Jember dalam kategori tinggi.

3.4. Matriks Internal External (IE)

Pembuatan matriks *Internal External* (IE) bertujuan untuk melihat posisi usaha dalam menentukan alternatif strategi bisnis yang lebih detail dan disajikan dalam 9 kolom. Parameter yang digunakan adalah hasil skor internal sebesar 3,27 dan faktor eksternal sebesar 3,03. Berikut ini adalah Gambar 1 Matriks IE.

		SKOR TOTAL IFE		
		Kuat 3,0 – 4,0	Sedang 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99
SKOR TOTAL EFE	Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
	Sedang 2,0 – 2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Gambar matriks IE

Berdasarkan Gambar 1, diperoleh posisi strategi pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" berada pada sel 1 yaitu tumbuh dan

membangun (*growth and build*). Strategi yang dapat digunakan pada kuadran ini adalah:

3.4.1. Penetrasi Pasar

Strategi penetrasi pasar dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan Agens Hayati "PGPR JAKABA" pada pasar yang sudah ada. Penetrasi pasar meliputi promosi Agens Hayati "PGPR JAKABA" dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace, penambahan jaringan pemasaran dan konsisten mengelola media sosial dan e-commerce dan edukasi pasar secara intensif [2].

3.4.2. Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar meliputi pemasaran produk Agens Hayati "PGPR JAKABA" ke gapoktan atau poktan sekecamatan Rambipuji. Pengembangan pasar juga dapat dilakukan dengan menasar komoditi hortikultura

3.5. Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. [3] Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor internal dan eksternal maka dirumuskan alternatif-alternatif dengan menggunakan analisis SWOT yang dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Hasil matriks SWOT

IFE	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki hasil uji Laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati Kualitas produk bagus dan terjamin Bahan baku yang melimpah Stok Produksi tidak terputus SDM berpengalaman Pelayanan baik Memiliki tempat produksi yang permanen dan menetap 	<ol style="list-style-type: none"> Belum memiliki NIB dan P-irt Pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara konvensional Alat produksi sederhana dan konvensional Kemitraan belum optimal Minimnya modal Ketergantungan pada program pemerintah Administrasi masih sederhana
EFE		
Peluang (<i>opportunity</i>)	Strategi S - O	Strategi W - O
<ol style="list-style-type: none"> Kebijakan pemerintah dalam Pertanian berkelanjutan Perkembangan penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk Lahan pertanian luas Potensi sumber daya lokal komoditas pertanian di Jember Jumlah petani banyak Dampak negatif pupuk dan pestisida kimia 	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki hasil uji Laboratorium menjadikan produk berkualitas dan terjamin, dapat menjadi modal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi pemasaran (S1, S2, O2) SDM yang berpengalaman dan bahan baku yang berlimpah merupakan modal/kekuatan produksi terus-menerus dalam tujuan menangkap peluang pasar berupa jumlah petani/konsumen yang banyak dengan lahan pertanian luas (S3, S4, S5, O3, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> Mengakses permodalan dari program pemerintah yang mendukung pertanian berkelanjutan, mengurus NIB dan P-irt serta mengganti alat-alat produksi yang konvensional (W1, W3, W5, O1)
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi S - T	Strategi W - T
<ol style="list-style-type: none"> Banyak kompetitor Kualitas produk kompetitor bermodal besar dirasa lebih baik Rendahnya minat petani Kepercayaan terhadap manfaat produk rendah karena efeknya lama Standar pengaplikasian rumit Efektivitas Mikroba hayati rendah pada cuaca ekstrem 	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki hasil uji laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati, dengan produksi yang tidak terputus digunakan dalam berkompetensi/bersaing dengan banyaknya kompetitor berkualitas karena dukungan modal besar (S1, S4, T1, T2) Kualitas produk bagus dan terjamin sebagai modal meningkatkan minat petani karena mudah diaplikasikan dengan hasil yang cepat dan signifikan (S2, T3, T4, T5) 	<ol style="list-style-type: none"> Mengurus NIB dan P-irt untuk segera bersaing di pasar digital dengan membuat program digital marketing di akun media sosial untuk bersaing dengan banyak kompetitor bermodal besar (W1, W2, T1, T2)

Berdasarkan tabel alternatif strategi SWOT pada tabel 4 maka formulasi strategi yang dapat dilakukan untuk pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" adalah sebagai berikut:

3.5.1. Strategi S-O

Meningkatkan hasil uji Laboratorium berupa keragaman unsur dan kerapatan

mikroorganisme untuk mempertahankan produk berkualitas dan terjamin, dapat menjadi modal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi pemasaran (S1, S2, O2). Mempertahankan dan meningkatkan SDM yang berpengalaman dengan mengikuti pelatihan teknis dan menjaga kelestarian bahan baku yang berlimpah, karena merupakan modal/kekuatan untuk meningkatkan



produksi secara terus-menerus dalam menangkap peluang pasar berupa jumlah petani/konsumen yang banyak dengan lahan pertanian luas (S3, S4, S5, O3, O5). [4]

3.5.2. Strategi W-O

Meningkatkan akses permodalan dari program pemerintah yang mendukung pertanian berkelanjutan, untuk meningkatkan legalitas produk seperti mengurus NIB dan P-irt serta mengganti alat-alat produksi yang konvensional (W1, W3, W5, O1).

3.5.3. Strategi S-T

Mempertahankan hasil uji laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati, dengan terus berproduksi yang tidak terputus, berkompetensi/bersaing dengan banyaknya kompetitor berkualitas karena dukungan modal besar (S1, S4, T1, T2). Meningkatkan kualitas produk dan terjamin sebagai modal mempertahankan minat petani karena mudah diaplikasikan dengan hasil yang cepat dan signifikan (S2, T3, T4, T5).

3.5.4. Strategi W-T

Mengurus NIB dan P-irt untuk segera bersaing di pasar digital dengan membuat program digital marketing di akun media sosial dalam usaha untuk meningkatkan persaingan dengan banyak kompetitor bermodal besar (W1, W2, T1, T2).

3.6. Hasil Perhitungan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

QSPM adalah alat pendukung strategi untuk mengevaluasi objektif sejumlah strategi alternatif berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya [5]. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dari *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* dengan tujuan untuk menentukan keputusan strategi pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA", diperoleh hasil perhitungan QSPM yang dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil analisis QSPM

Faktor Utama	Relatif	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
KEKUATAN													
Memiliki hasil uji Laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati	0.11	4	0.44	4	0.44	4	0.44	4	0.44	3	0.33	4	0.44
Kualitas produk bagus dan terjamin	0.11	3	0.33	4	0.44	4	0.44	4	0.44	3	0.33	4	0.44
Bahan baku yang melimpah	0.10	4	0.4	3.5	0.35	3	0.3	4	0.4	3	0.3	4	0.4
Stok Produksi tidak terputus	0.11	3	0.33	4	0.44	3	0.33	3	0.33	4	0.44	4	0.44
SDM berpengalaman	0.11	4	0.44	4	0.44	4	0.44	3	0.33	4	0.44	3	0.33
Pelayanan baik	0.11	3	0.33	4	0.44	3	0.33	4	0.44	4	0.44	3	0.33
Memiliki tempat produksi yang permanen dan menetap	0.11	4	0.44	3.5	0.385	4	0.44	4	0.44	4	0.44	4	0.44
KELEMAHAN													
Belum memiliki NIB dan P-irt	0.03	3	0.09	3.5	0.105	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12
Pemasaran produk lebih banyak	0.03	4	0.12	4	0.12	4	0.12	4	0.12	3	0.09	3	0.09



dilakukan secara konvensional													
Alat produksi sederhana dan konvensional	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.2	4	0.2	3	0.15	3	0.15
Kemitraan belum optimal	0.03	4	0.12	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.12
Minimnya modal	0.03	3	0.09	3	0.09	4	0.12	3	0.09	3	0.09	4	0.12
Ketergantungan pada program pemerintah	0.03	4	0.12	3.5	0.105	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.12
Administrasi masih sederhana	0.03	3	0.09	3	0.09	4	0.12	3	0.09	3	0.09	4	0.12
PELUANG													
Kebijakan pemerintah dalam Pertanian berkelanjutan	0.10	4	0.4	4	0.4	3.5	0.35	3.5	0.35	3.5	0.35	4	0.4
Perkembangan penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk	0.10	3	0.3	3.5	0.35	4	0.4	3	0.3	3	0.3	4	0.4
Lahan pertanian luas	0.08	3	0.24	3	0.24	4	0.32	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Potensi sumber daya lokal komoditas pertanian di Jember	0.09	3	0.27	4	0.36	4	0.36	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Jumlah petani banyak	0.08	4	0.32	3.5	0.28	3.5	0.28	4	0.32	4	0.32	4	0.32
Dampak negatif pupuk dan pestisida kimia	0.08	3	0.24	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24	4	0.32
ANCAMAN													
Banyak kompetitor	0.07	3	0.21	4	0.28	3	0.21	4	0.28	4	0.28	3	0.21
Kualitas produk kompetitor bermodal besar dirasa lebih baik	0.07	4	0.28	4	0.28	3	0.21	4	0.28	4	0.28	3	0.21
Rendahnya minat petani	0.09	3	0.27	3.5	0.315	3	0.27	3	0.27	3	0.27	4	0.36
Kepercayaan terhadap manfaat produk rendah karena efeknya lama	0.07	3	0.21	3.5	0.245	3	0.21	3	0.21	3	0.21	4	0.28
Standar pengaplikasian rumit	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Efektivitas Mikroba hayati rendah pada cuaca ekstrem	0.09	4	0.36	4	0.36	4	0.36	4	0.36	4	0.36	4	0.36
Total			6.86		7.385		7.14		7.06		6.83		7.3
Urutan			5		1		3		4		6		2



Berdasarkan hasil analisis QSPM diperoleh strategi prioritas dari kuesioner yang telah diberikan kepada 2 pakar yaitu Dosen Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember dan Koordinator Wilayah Kerja UPT Proteksi TPH-Tanggul, Jember. Beberapa alternatif strategi dari matriks SWOT selanjutnya dihitung menggunakan analisis QSPM yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Peringkat Alternatif Strategi Pemasaran Agens Hayati "PGPR JAKABA" Produksi Gapoktan Sidorukun sebagai berikut:

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Mempertahankan dan meningkatkan SDM yang berpengalaman dengan mengikuti pelatihan teknis dan menjaga kelestarian bahan baku yang berlimpah, karena merupakan modal/kekuatan untuk meningkatkan produksi secara terus-menerus dalam menangkap peluang pasar berupa jumlah petani/konsumen yang banyak dengan lahan pertanian luas (S3, S4, S5, O3, O5).	7,39	1
2	Mengurus NIB dan P-irt untuk segera bersaing di pasar digital dengan membuat program digital marketing di akun media sosial dalam usaha untuk meningkatkan persaingan dengan banyak kompetitor bermodal besar (W1, W2, T1, T2).	7,30	2
3	Meningkatkan akses permodalan dari program pemerintah yang mendukung pertanian berkelanjutan, untuk meningkatkan legalitas produk seperti mengurus NIB dan P-irt serta mengganti alat-alat produksi yang konvensional (W1, W3, W5, O1).	7,14	3
4	Mempertahankan hasil uji laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati, dengan terus berproduksi yang tidak terputus, berkompetensi/bersaing dengan banyaknya kompetitor	7,06	4

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
5	berkualitas karena dukungan modal besar (S1, S4, T1, T2). Meningkatkan hasil uji Laboratorium berupa keragaman unsur dan kepadatan mikroorganisme untuk mempertahankan produk berkualitas dan terjamin, dapat menjadi modal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi pemasaran (S1, S2, O2).	6,86	5
6	Meningkatkan kualitas produk dan terjamin sebagai modal mempertahankan minat petani karena mudah diaplikasikan dengan hasil yang cepat dan signifikan (S2, T3, T4, T5).	6,83	6

Sumber: Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa strategi alternatif yang paling menarik adalah strategi yang berada pada peringkat 1 dengan nilai TAS sebesar 7,390 yaitu strategi mempertahankan dan meningkatkan SDM yang berpengalaman dengan mengikuti pelatihan teknis dan menjaga kelestarian bahan baku yang berlimpah, karena merupakan modal/kekuatan untuk meningkatkan produksi secara terus-menerus dalam menangkap peluang pasar berupa jumlah petani/konsumen yang banyak dengan lahan pertanian luas (S3, S4, S5, O3, O5). Prioritas strategi ini menjadi pertimbangan utama untuk strategi pemasaran Agens hayati "PGPR Jakaba" karena mempertahankan dan meningkatkan SDM yang berpengalaman dengan mengikuti pelatihan teknis/sarasehan/temu tani dll. meningkatkan daya saing, kualitas, kemampuan, keahlian pengurus gapoktan untuk terus menciptakan/mengadopsi teknologi-teknologi pengembangan Agens hayati dan menjaga kelestarian lingkungan. Mempertahankan dan menjaga kelestarian bahan baku seperti halnya tanaman rumput gajah dan putri malu yang kebanyakan tumbuh di persawahan gapoktan, mempertahankan kuantitas dan keberlangsungan populasinya supaya tidak menghambat produksi, tentunya dengan ketersediaan sumber daya/bahan baku yang lain berupa limbah kedelai, dedak, tetes gula dsb. Hal ini terus



dipertahankan dan ditingkatkan agar dapat memenuhi permintaan pasar/animo pasar, mengingat jumlah petani yang banyak dan areal persawahan yang cukup luas.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis Faktor internal dan faktor eksternal yang dapat menentukan pemasaran Agens hayati "PGPR Jakaba" produksi Gapoktan Sidorukun sebagai berikut:

- a. Faktor internal kekuatan (*strength*) yaitu memiliki hasil uji Laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba, kualitas produk bagus dan terjamin, bahan baku yang melimpah, stok produksi tidak terputus, SDM berpengalaman, pelayanan baik, memiliki tempat produksi yang permanen dan menetap.
- b. Faktor internal kelemahan (*weakness*) yaitu belum memiliki NIB dan P-irt, pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara konvensional, alat produksi sederhana dan konvensional, kemitraan belum optimal, minimnya modal, ketergantungan pada program pemerintah, administrasi masih sederhana.
- c. Faktor eksternal peluang (*opportunity*) yaitu kebijakan pemerintah dalam pertanian berkelanjutan, perkembangan penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk, lahan pertanian luas, potensi sumber daya lokal komoditas pertanian di Jember, jumlah petani banyak, dampak negatif pupuk dan pestisida kimia.
- d. Faktor eksternal ancaman (*threat*) yaitu banyak kompetitor, kualitas produk kompetitor bermodal besar dirasa lebih baik, rendahnya minat petani, kepercayaan terhadap manfaat produk rendah karena efeknya lama, standart pengaplikasian rumit, efektifitas Mikroba hayati rendah pada cuaca ekstrem.

Formulasi alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk pemasaran adalah Meningkatkan hasil uji Laboratorium berupa keragaman unsur dan kerapatan mikroorganisme untuk mempertahankan produk berkualitas dan terjamin, dapat menjadi modal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi

pemasaran. Mempertahankan dan meningkatkan SDM yang berpengalaman dengan mengikuti pelatihan teknis dan menjaga kelestarian bahan baku yang berlimpah, karena merupakan modal/kekuatan untuk meningkatkan produksi secara terus-menerus dalam menangkap peluang pasar berupa jumlah petani/konsumen yang banyak dengan lahan pertanian luas. Meningkatkan akses permodalan dari program pemerintah yang mendukung pertanian berkelanjutan, untuk meningkatkan legalitas produk seperti mengurus NIB dan P-irt serta mengganti alat-alat produksi yang konvensional. Mempertahankan hasil uji laboratorium 3 unsur hara dan jenis mikroba hayati, dengan terus berproduksi yang tidak terputus, berkompetensi/bersaing dengan banyaknya kompetitor berkualitas karena dukungan modal besar. Meningkatkan kualitas produk dan terjamin sebagai modal mempertahankan minat petani karena mudah diaplikasikan dengan hasil yang cepat dan signifikan. Mengurus NIB dan P-irt untuk segera bersaing di pasar digital dengan membuat program digital marketing di akun media sosial dalam usaha untuk meningkatkan persaingan dengan banyak kompetitor bermodal besar.

Untuk pemasaran produksi Gapoktan Sidorukun oleh Agen Hayati "PGPR JAKABA", prioritasnya adalah mempertahankan dan meningkatkan tenaga kerja yang berpengalaman dengan mengikuti pelatihan teknis dan menjaga kelestarian bahan baku yang sangat banyak, karena mereka merupakan modal dan kekuatan untuk meningkatkan produksi secara terus-menerus dalam menangkap peluang pasar berupa banyak petani dan konsumen dengan lahan pertanian yang luas dengan nilai TAS tertinggi yaitu sebesar 7,39.

Daftar Pustaka

- [1] Dicki Prayudi. 2020. Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa *Wedding Organizer*: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship Vol. 9 No. 2 Juni 2020 hal. 224 – 240.
- [2] Assauri, Sofyan, 2008, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan, Penerbit : Raja Grafindo, Jakarta. Sofyan, 2008, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan, raja Grafindo, Jakarta



- [3] Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia
- Pustaka USunyoto, D. 2013. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS. Jakarta
- [4] Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, Imam Santoso. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang)*. Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri 5(1): 46-53 (2016) ISSN 2252-7877 (Print) ISSN 2549-3892
- [5] David, Fred R. 2016, *Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12, Jilid I, Terjemahan oleh Dono Sunardi, Jakarta: Salemba Empat. Kotler, Philip. 2004. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.

