

Strategi Pemasaran Benih Jagung Dengan Merk Khusus “Celeron”, Study Kasus Di PT. Srijaya Internasional Kediri

Heru Sasangkaadi

Magister Agribisnis, Universitas Islam Kediri

Abstrak

Strategi Pemasaran Benih Jagung dengan Merek Khusus Celeron, telah menjadi strategi pemasaran benih jagung yang dilakukan oleh PT Srijaya Internasional Kediri. Tujuan Penelitian adalah 1. Untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal pemasaran benih jagung dengan merk khusus di PT Srijaya Internasional dan 2. Untuk menentukan strategi pemasaran benih jagung yang tepat di PT Srijaya Internasional dalam meningkatkan volume penjualan benih jagung merk khusus “Celeron”. Tempat penelitian di PT Srijaya Internasional Kediri, dimulai sejak bulan Maret 2017. Metode Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan Analisis SWOT.

Hasil Analisis SWOT menunjukkan Kombinasi Strength Opportunity (SO) yang paling tinggi skornya. Strategi SO tersebut menghasilkan empat strategi yaitu (1) Kualitas benih jagung yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan benih jagung, (2) Merek Celeron sudah terdaftar sehingga bisa dipakai untuk varietas lain, (3) Harga jual kompetitif dan perluasan area pemasaran, akan meningkatkan omzet penjualan dan akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan, (4) Pola kemitraan dengan petani plasma baik, serta manajemen yang baik, Modal usaha cukup serta didukung oleh SDM berpengalaman, akan mampu memperluas jaringan pemasaran

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Merek.

Abstract

Corn Seed Marketing Strategy with Special Brand Celeron, has become corn seed marketing strategy conducted by PT Srijaya International of Kediri. The research objectives are 1. To analyze the influence of external and internal factors of marketing of corn seed with special brand in PT Srijaya International and 2. To determine the right corn seed marketing strategy at PT Srijaya Internasioanl in increasing the sales volume of corn seed of special brand "Celeron". Place of research in PT Srijaya International of Kediri, started since March 2017. Method Analysis of data used is to SWOT Analysis.

The SWOT Analysis results show the highest Strength Combination Opportunity (SO) combination. The SO Strategy produces four strategies: (1) Good quality corn seeds will meet the needs of corn seeds, (2) Brand Celeron already registered so that it can be used for other varieties, (3) Competitive selling price and expansion of marketing area will increase turnover Sales and improve the profits of the company, (4) Patterns of partnership with good plasma farmers, as well as good management, Capital enough business and supported by experienced human resources, will be able to expand the marketing network

Keywords : Strategy, Marketing, Brand.

Pendahuluan

Produk Jagung di Indonesia menempati posisi yang sentral setelah padi, hal ini karena besarnya kebutuhan akan komoditi tersebut. Bahkan di dunia pun, produk ini menjadi andalan bagi peningkatan ekonomi suatu negara. Jagung (*Zea mays* L.) merupakan salah satu tanaman pangan dunia yang terpenting, selain gandum dan padi. Penduduk beberapa daerah di Indonesia (misalnya di Madura dan Nusa Tenggara) juga menggunakan jagung sebagai bahan

pangan pokok. Jumlah penduduk yang terus bertambah, akan berdampak pada meningkatnya kebutuhan bahan pangan, seperti daging dan telur ayam serta kebutuhan lainnya.

Dengan melihat kebutuhan akan jagung dan jumlah produksi yang masih belum mencukupi dari tahun ke tahun, maka membuka peluang yang sangat besar terhadap produksi benih jagung itu sendiri. Perusahaan besar yang telah berinvestasi di Indonesia untuk memproduksi benih jagung jumlahnya

terus bertambah. Hal ini membawa dampak semakin banyak variasi produk benih jagung hibrida yang bisa dipilih oleh petani. Kualitas masing masing varietas benih jagung dengan berbagai merk dagang, tentunya tidak semuanya mampu menghasilkan produksi yang tinggi. Dalam bisnis pemasaran benih jagung, dengan adanya banyak perusahaan benih jagung, membawa konsekuensi akan ketatnya persaingan untuk memperoleh pangsa pasar.

Mencermati kebutuhan benih jagung hibrida bagi petani untuk meningkatkan produksi, maka sangat wajar jika produsen benih jagung berlomba untuk mengeluarkan produk terbaiknya. PT Srijaya Internasional adalah salah satu perusahaan benih jagung yang berskala nasional, terletak di kabupaten Kediri, telah merilis benih jagung hibrida dengan menggunakan varietas Bima 14 dan Bima 9.

Varietas Bima 9, telah di pasarkan ke petani dengan menggunakan merek khusus yaitu Celeron. Merek khusus Celeron akan diperuntukkan bagi program non proyek (*free market*) dengan area pemasaran di Jawa Timur. Dengan dipasarkannya merek khusus Celeron dengan varietas Bima 9, maka bagi perusahaan akan lebih aman dalam memasarkan varietas Bima 9 di proyek pemerintah atau di daerah lainnya, karena merek dagangnya berbeda.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah (1) Untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal pemasaran benih jagung dengan merk khusus Celeron di PT Srijaya Internasional. (2) Untuk menentukan strategi pemasaran benih jagung yang tepat di PT Srijaya Internasioanl dalam meningkatkan volume penjualan benih jagung merk khusus "Celeron".

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah (1) Bagi Perusahaan yaitu PT Srijaya Internasional adalah dapat menentukan kebijakan dalam pemasaran benih jagung terutama yang berkaitan dengan penentuan merk dagang agar

tidak saling berbenturan dengan produk lainnya. (2) Manfaat bagi Ilmu Pengetahuan adalah dapat sebagai referensi dan wawasan dalam penentuan strategi pemasaran produk oleh suatu perusahaan

Metode Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Srijaya Internasional yang terdapat di Desa Kencong, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Adapun hal yang mendasari Pemilihan lokasi ini dikarenakan bahwa perusahaan tersebut selama ini telah melakukan pemasaran benih jagung dengan merek khusus "Celeron", sehingga sangat tepat bila dijadikan lokasi penelitian.

Waktu penelitian adalah mulai bulan Februari 2017 sampai dengan Mei 2017.

Metode Pengambilan Sample

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah customer dan petani yang telah menggunakan benih jagung dengan merk khusus "Celeron" dari PT Srijaya International . Menurut Arikunto (1989), apabila banyaknya sample kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitian populasi, selanjutnya jika subyeknya lebih besar dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25%. Jumlah petani dan toko pertanian yang telah menggunakan atau menjual benih celeron jumlahnya sudah lebih dari 100 orang, maka dalam penelitian akan diambil 30 responden, yaitu toko pertanian 5 dan petani 25 orang.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil wawancara serta observasi di petani dan toko pertanian yang menjual benih celeron. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data penjualan produk benih jagung merk khusus "Celeron" ini di perusahaan.

Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis

SWOT, yaitu dengan mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal, sehingga Perusahaan akan mampu merumuskan suatu strategi. Faktor internal diantaranya adalah kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*), sedangkan faktor eksternal adalah peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Treats*).

Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengumpulan data dan informasi dari responden, maka banyak diperoleh masukan data yang terkait dengan faktor lingkungan internal dan eksternal. Berdasarkan data tersebut, maka akan dapat digunakan untuk merumuskan strategi bisnis benih jagung ini dengan merek celeron ke depan. Untuk itu analisa yang akan digunakan adalah dengan analisa SWOT agar bisa diperoleh strategi yang baik demi meningkatkan penjualan.

Analisis SWOT

Dengan menggunakan analisis SWOT, maka dapat diketahui aspek aspek yang timbul akibat faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal. Aspek yang ditimbulkan dari faktor lingkungan internal akan mencakup Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*), sedangkan aspek yang ditimbulkan faktor lingkungan eksternal adalah Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Treats*).

Internal Factor Strategy (IFAS)

Berdasarkan analisis data Internal di lapangan, maka diperoleh data yang meliputi :

A. Kekuatan (*Strengths*)

1 Produk berkualitas dan pelayanan baik
Benih jagung celeron adalah termasuk benih jagung Hibrida, sehingga kualitasnya di atas benih jagung lokal atau komposite, potensi produksinya bisa mencapai 13 ton/ha pipil kering. Kualitas benih akan menentukan terhadap produksi dan kemampuan benih tersebut untuk bersaing dengan benih dari perusahaan lain. Jika benih mampu tumbuh dan memproduksi secara maksimal, maka akan

menjadi modal dasar utama untuk mampu bersaing dan merebut pasar.

Pelayanan terhadap customer mencakup distribusi yang tepat waktu, tepat harga, jumlah serta adanya layanan komplain, merupakan solusi terhadap permasalahan yang mungkin terjadi, dengan demikian distributor akan semakin semangat untuk meningkatkan volume penjualan.

2 Merek celeron sudah terdaftar hak patennya

Pendaftaran merek celeron akan berdampak pada keamanan dan kenyamanan dalam proses pemasaran benih. Hal ini juga dapat menjadi nilai tambah terhadap kredibilitas produk ini serta perusahaan yang memproduksi benih celeron. Selain itu, merek celeron masih dapat dipergunakan untuk diisi packingnya dengan varietas lain. Keuntungan penggunaan satu merek dagang untuk beberapa varietas adalah bisa memudahkan petani atau konsumen untuk mengenali produk tersebut serta hemat dalam hal biaya pendaftaran merek. Selanjutnya tinggal memberi variasi pada merek tersebut, seperti Celeron 1, celeron 2 dan seterusnya.

3 Modal yang cukup

Kekuatan sumber pendanaan perusahaan memberikan dampak yang cukup luas terhadap pengembangan dan operasional. Permodalan yang sifatnya investasi yang berupa gedung perkantoran, pabrik, lahan produksi (meskipun tidak luas) dan dana segar menjadi kekuatan dari PT Srijaya International

4 Sumber daya manusia yang berpengalaman

Karyawan perusahaan baik yang ada di bidang produksi maupun marketing, relatif mempunyai pengalaman yang cukup baik dibidangnya. Pemberian fasilitas pengembangan SDM yang berupa training dan akses teknologi informasi dapat menambah kualitas karyawan yang akhirnya memperkuat posisi kompetensi karyawan perusahaan

5 Harga kompetitif

Pengaruh harga jual produk terhadap penjualan sangat berbanding lurus, dimana jika produk dijual dengan harga yang bisa bersaing dengan produk pesaing, maka konsumen akan tertarik, apalagi masih di *support* dengan beberapa program penjualan.

6 Kemitraan dengan petani plasma dan distributor baik

Pola kemitraan antara perusahaan dan petani plasma, diterapkan guna memberikan dukungan produksi yang berupa lahan produksi. Pola kemitraan dapat berjalan dengan dikarenakan sistem yang diterapkan yaitu kerjasama yang saling menguntungkan. Harga beli perusahaan terhadap hasil panen jagung produksi relatif bagus, disamping itu juga adanya bantuan permodalan tanam dari perusahaan, akan sangat membantu petani dalam melakukan penanaman benih jagung produksi.

7 Sistem manajemen perusahaan yang baik

Komitmen perusahaan untuk selalu meningkatkan mutu dan berinovasi, diaplikasikan dengan sistem manajemen yang baik, artinya bahwa perusahaan akan terus berupaya untuk menghasilkan kualitas produk yang unggul serta terus berinovasi terhadap kemajuan teknologi.

B. Kelemahan (*Weakness*)

1 Benih jagung ada masa kadaluarsa

Benih jagung merupakan produk "hidup", artinya bahwa benih jagung jika disimpan atau umurnya terlalu lama dalam penyimpan maka daya tumbuhnya akan menurun. Rata rata batas umur kadaluarsa sejak di proses adalah sembilan bulan.

2 Distributor hanya ada satu, volumenya terbatas

Pemilihan jumlah distributor benih jagung celeron masih terbatas hanya satu distributor, hal ini juga menyesuaikan dengan pangsa pasar yang masih terbatas, tetapi ke depan memungkan untuk dilakukan penambahan distributor sesuai kebutuhan.

3 Sistem penjemuran mengandalkan sinar matahari

Pengeringan jagung hasil panen dari lahan produksi, selama ini masih mengandalkan sinar matahari. Faktor efisiensi menjadi utama dalam menentukan langkah ini. Tetapi secara bertahap, perusahaan sudah mengadakan mesin dryer dengan bahan bakar solar, meskipun penggunaan dryer dipergunakan saat musim penghujan saja.

4 Kapasitas gudang penyimpanan yang terbatas

Kapasitas gudang yang masih belum mampu memuat hasil panen dalam jumlah besar, menjadi kelemahan dari sisi produksi. Kapasitas gudang yang ada baru sekitar 100 ton per musim, padahal jika panen besar mampu menghasilkan 200 – 300 ton glondong jagung.

5. Sumber benih induk tergantung dari pemulia

Varietas BIMA 9 sebagai varietas utama dalam packing benih jagung merek celeron ini adalah salah satu varietas yang dimiliki oleh Balai Penelitian Serealia (Balitsereal) Maros, sehingga sumber benih induk harus mengambil dari Balitsereal Maros. Faktor ketersediaan stock sumber benih induk akan menjadi kendala dalam proses produksi dalam jumlah besar.

External Factor Strategy (EFAS)

Faktor faktor eksternal meliputi faktor lingkungan di luar perusahaan, yang terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Treath*). Peluang adalah berupa kesempatan untuk tumbuh dan berkembangnya perusahaan yang bisa dimanfaatkan. Ancaman adalah adanya kondisi yang harus dihindari oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun faktor faktor peluang dan ancaman tersebut adalah :

A. Peluang (*Opportunity*)

1 Kebutuhan benih jagung terus meningkat

Seiring dengan meningkatnya permintaan jagung pipil kering, maka akan

berdampak pada peningkatan luas tanam oleh petani, sehingga menyebabkan meningkat pula kebutuhan benih jagung di tingkat petani. Peluang kebutuhan benih jagung disaat musim tanam tiba, terjadi setiap tahun.

2. Harga jagung pipil dan benih jagung yang stabil

Harga jagung pipil kering diatas BEP, yaitu Rp 3.500 – Rp 4.000/kg pipil kering di tingkat petani, adalah faktor penentu terhadap ketertarikan petani untuk menanam jagung. Pemerintah terus menjaga kondisi baik ini dengan mengurangi import jagung pipil. Peluang yang sangat bagus akan meningkatkan gairah petani untuk menanam jagung di setiap tahunnya.

3. Perluasan jangkauan pemasaran distributor yang meningkat

Peluang pasar yang semakin melebar menyebabkan permintaan benih jagung semakin meluas. Distributor secara perlahan, dalam tiap tahunnya menambah jumlah out let toko pertanian, sehingga benih celeron bisa terjangkau oleh petani.

4. Keuntungan bisnis benih jagung yang bagus

Perhitungan produksi dan pemasaran benih jagung celeron, menurut perusahaan dapat memberikan keuntungan yang bagus bagi perusahaan, sehingga kualitas dan produksinya akan terus ditingkatkan.

5. Merek celeron bisa digunakan untuk varietas lain

Strategi pemasaran dengan menggunakan satu merek untuk beberapa varietas, merupakan langkah yang efektif dan efisien guna meningkatkan omzet penjualan.

B. Ancaman (*Treath*)

1 Persaingan mendapatkan petani plasma

Situasi pesaingan untuk mendapatkan lahan produksi di tingkat petani sangat besar. Hal ini terjadi di Jawa Timur, terutama di wilayah Kediri dan sekitarnya. Di Kediri saja terdapat dua perusahaan besar benih jagung.

Persaingan terjadi terutama dalam penentuan harga beli, fasilitas modal pinjaman tanam dan tingkat produksi yang dihasilkan.

2 Kenaikan operasional produksi

Biaya operasional meliputi gaji karyawan, operasional di pabrik dan marketing setiap tahunnya terus meningkat. Kenaikan UMR dan pembelian jagung panen dari petani mitra, akan pasti terjadi tiap tahunnya, sedangkan kenaikan operasional di pabrik (meliputi listrik, solar dan lainnya) serta di marketing meskipun naik tapi masih bisa ditekan dengan adanya program efisien dari manajemen perusahaan

3 Program promosi dari kompetitor yang sangat besar

Persaingan terhadap dampak dari kegiatan promosi oleh perusahaan lain, berdampak secara tidak langsung pada omzet penjualan benih celeron. Promosi yang besar dengan diimbangi program discount, akan menarik konsumen untuk membeli produk pesaing.

4 Produksi benih sangat tergantung situasi alam

Produksi pertanian terutama benih jagung tidak terlepas dari adanya pengaruh lingkungan sekitarnya. Pada musim penghujan, biasanya menyebabkan rendahnya kualitas dan volume produksi benih jagung. Lahan yang diperlukan untuk penanaman yang sangat luas, tidak memungkinkan produksi benih jagung dilakukan dengan menggunakan fasilitas *green house*.

5 Terus bertambah produsen benih jagung hibrida

Ancaman yang muncul dari adanya peluang bisnis benih jagung yang bagus adalah selalu munculnya perusahaan benih jagung baru. Perusahaan yang baru biasanya sudah mempunyai modal dan strategi khusus agar bisa bersaing.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, setidaknya bisa diperoleh empat strategi yang memungkinkan untuk diperhatikan, yaitu :

1. Strategi SO, skor 5.50

- SO1 : Kualitas benih jagung yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan benih jagung
- SO2 : Merek Celeron sudah terdaftar sehingga bisa dipakai untuk varietas lain
- SO3 : Harga jual kompetitif dan perluasan area pemasaran, akan meningkatkan omzet penjualan dan akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan
- SO4 : Pola kemitraan dengan petani plasma baik, serta manajemen yang baik, Modal usaha cukup serta didukung oleh SDM berpengalaman, akan mampu memperluas jaringan pemasaran

2. Strategi WO, skor 3,07

- WO1 : Memanfaatkan peluang kebutuhan benih dan harga jagung baik, untuk meningkatkan penjualan agar benih tidak sampai kadaluarsa
- WO2 : Memperluas jangkauan dan jumlah distributor untuk pemasaran.
- WO3 : Peluang harga penjualan benih jagung yang baik dan penambahan distributor, maka akan dapat menghindari masalah penyimpanan benih
- WO4 : Keuntungan perusahaan yang diperoleh, harus bisa digunakan untuk investasi benih sumber, bisa membeli varietas baru dari pemulia.

3. Strategi ST, skor 3.16

- ST1 : Persaingan mendapatkan petani plasma dapat diatasi dengan menambah harga beli perusahaan, pembayaran tunai, memberikan pinjaman biaya tanam dan menjalin hubungan baik dengan petani plasma
- ST2 : Kenaikan biaya operasional dapat diatasi dengan program peningkatan efisiensi biaya operasional tanpa mengurangi kualitas kerja
- ST3 : Sistem manajemen yang baik, modal usaha cukup serta harga beli yang kompetitif, akan dapat

mengimbangi adanya persaingan dari perusahaan lain.

- ST4 : Ketergantungan produksi terhadap situasi alam, akan bisa dieliminir dengan pola tanam.

4. Strategi WT, skor 0,37

- WT1 : Meningkatkan hubungan kemitraan yang baik dengan petani plasma, distributor, serta efisiensi biaya operasional dan terus meningkatkan kualitas benih
- WT2 : Menjalin kerjasama dengan pemulia (*breeader*) dan menambah jaringan pemasaran dengan menambah jumlah distributor

Pembahasan

Hasil analisis SWOT secara kuantitatif, diperoleh skor tertinggi pada strategi kombinasi Strength – Opportunity (SO), yaitu 5.50. Mencermati skor strategi SO paling tinggi ini, maka perusahaan dapat melakukan perencanaan untuk mengimplementasikannya pada kebijakan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran benih jagung dengan merek khusus Celeron.

Strategi SO pertama adalah Kualitas benih jagung yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan benih jagung. Kualitas benih mulai dari daya tumbuh, vigor, pertumbuhan tanaman dan Produksi akan menentukan diterima apa tidaknya benih jagung tersebut oleh petani. Benih jagung dengan daya tumbuh baik dan produksi yang tinggi serta mempunyai rendemen tinggi pula, maka dengan mudah menggeser benih yang lainnya. Beberapa point tersebut menjadi syarat utama benih jagung tersebut akan dapat di jual apa tidak. Benih jagung celeron telah melalui uji kualitas (Quality Control) yang baik, sehingga petani dapat menerima kehadiran benih jagung merek celeron ini. Hal ini telah terbukti dengan meningkatnya penjualan benih jagung celeron dari tahun ke tahun. Berikut data penjualan benih celeron mulai tahun 2014 – 2017.

Tabel Penjualan benih jagung merek Celeron

Tahun	Volume (kg)
2014	10.000
2015	25.000
2016	35.000
2017	25.000
Jumlah	95.000

Sumber : Data Penjualan PT Srijaya Internasional

Penjualan dimulai sejak tahun 2014 – 2017, selama 3,5 tahun, telah mampu menjual sebanyak 95.000 kg, atau rerata per tahun 27.100 kg. Penjualan selama Januari – Mei 2017, telah mencapai 25.000 kg, dengan target penjualan tahun 2017 adalah 50.000 kg.

Pertumbuhan tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang sangat besar terhadap kualitas produk, pola distribusi dan terutama jaminan merek tunggal dari produsen. Jaminan pemberian satu merek kepada satu distributor, akan memberikan jaminan keamanan terhadap keberlangsungan produk tersebut pada satu distributor itu, dengan demikian maka dari sisi distributor, tidak ada keraguan lagi dalam menjual benih jagung celeron.

Kondisi penjualan benih jagung sekarang di tinjau dari sisi merek dagang, maka hanya merek dagang yang sudah lama dan terkenal saja yang lancar. Jika dikaji dari sisi distributor atau penjual benih, kurang memberikan dampak keuntungan yang berarti, karena semua toko pertanian pasti akan menjual benih tersebut, sehingga harga jual akan bersaing dan keuntungan menjadi lebih sedikit. Dengan demikian harga sangat ditentukan oleh mekanisme pasar. Keuntungan bukan lagi menjadi hal prioritas utama, tetapi hanya karena terdesak akan keinginan untuk melengkapi varian produk agar konsumen tidak kecewa.

Strategi SO kedua adalah Merek Celeron sudah terdaftar sehingga bisa dipakai untuk varietas lain. Kepemilikan merek yang sah ini, menjadi kekuatan modal pemasaran yang sangat strategis. Merek celeron bisa dipakai untuk beberapa varietas jagung hibrida yang akan dipasarkan, dengan demikian

menjadi sangat fleksibel, artinya bahwa jika ada sumber benih (varietas baru) yang mempunyai produksi tinggi dan kualitas bagus, maka perusahaan dapat menjual varietas tersebut dengan merek celeron 1,2,3 dan seterusnya sebagai merek dagang, seperti Celeron 1 dengan varietas A, Celeron 2 dengan varietas B demikian seterusnya. Jika dihitung dari sisi biaya, maka sangat hemat karena bisa mengurangi biaya untuk pendaftaran merek.

Strategi SO ketiga yaitu Harga jual kompetitif dan perluasan area pemasaran, akan meningkatkan omzet penjualan dan akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan. Kekuatan SO ketiga ini adalah bagian dari bauran pemasaran suatu produk barang dan jasa. Harga jual Celeron di toko, berada pada level menengah dibandingkan dengan produk kompetitor. Posisi harga di level menengah inilah salah satu faktor yang mampu mendorong grafik penjualan terus naik. Harga Eceran Tertinggi yang terjangkau oleh konsumen akan menarik minat untuk membeli benih tersebut. Hal ini ditunjukkan pada Tabel 4.5. yaitu trend penjualan benih celeron yang terus naik .

Dengan adanya faktor harga jual yang kompetitif ini, maka mampu dilakukan perluasan pasar sampai pada titik sentra produksi. Perluasan pasar terutama di sentra produksi juga telah mendorong naiknya omzet penjualan benih celeron. Ketersediaan benih celeron di toko toko pertanian saat musim tanam sangat membantu bagi petani untuk membelinya, sehingga mereka tidak perlu jauh dan membutuhkan waktu lama serta menghemat biaya transportasi untuk membeli benih celeron. Distribusi benih yang cepat pada titik penjualan di petani sangat menentukan kesiapan benih tersebut saat musim tanam. Kecepatan distribusi akan berpengaruh terhadap ketersediaan benih di toko toko pertanian, bahkan satu bulan sebelum musim tanam tiba, maka benih sudah harus ada di toko pertanian.

Jangkaun pemasaran dari distributor PT FAST, telah menjangkau 15 kabupaten di Propinsi Jawa Timur. Sedangkan kalau dihitung dari jumlah outletnya sudah mencapai 30 outlet.

Potensi toko pertanian yang sangat besar ini, memberikan dorongan bagi penjualan benih celeron untuk mengambil peluang potensi kebutuhan benih jagung hibrida yang sangat tinggi. Berikut ini adalah data sentra produksi jagung di Jawa Timur sebagai bahan kajian untuk menentukan lokasi penjualan benih jagung Celeron.

Tabel Data Sentra Produksi Jagung Propinsi Jawa Timur

No	Kabupaten	Luas (Ha)	Produktivitas (Kw/Ha)
1	Sumenep	135.558	26,53
2	Tuban	83.473	51,73
3	Probolinggo	68.474	46,52
4	Sampang	64.694	16,79
5	Bangkalan	59.203	21,54
6	Jember	57.118	67,38
7	Malang	56.088	54,64
8	Lamongan	53.130	49,26
9	Situbondo	54.924	54,94
10	Kediri	49.398	60,75
11	Blitar	48.180	56,77
12	Pasuruan	44.537	48,46
	Jawa Timur	1.199.544	48,03

Sumber : Data Diolah, Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jawa Timur, 2015

Dari Informasi data tersebut, maka telah dibangun outlet outlet penjualan benih jagung oleh distributor PT FAST seperti di Jember, Probolinggo, Malang, Situbondo, Kediri, Blitar, Tuban dan Pasuruan. Jika dihitung luas tanam jagung nya, maka delapan kabupaten tersebut sudah mencapai 462,2 Hektar atau sekitar 38,35 persent dari total luas tanam Jawa Timur yaitu 1.199.544 hektar. Artinya bahwa, peluang pemasaran benih jagung celeron sudah mampu menjangkau luas area 462,2 hektar atau setara dengan 6.900 ton per tahun. Potensi besar tersebut adalah peluang terhadap pemasaran benih jagung celeron ke depan.

Strategi SO keempat yaitu Pola kemitraan dengan petani plasma baik, serta manajemen yang baik, Modal usaha cukup serta didukung oleh SDM berpengalaman, akan mampu memperluas jaringan pemasaran.

Pola kemitraan disini adalah kemitraan perusahaan dengan petani produksi benih. Kerjasama yang selama ini telah berjalan dengan sistem perusahaan memberikan benih induk kepada petani atau kelompok tani yang

mempunyai lahan yang mencukupi dan mudah diakses oleh kendaraan. Perusahaan juga memberikan bantuan pinjaman dana untuk olah tanah dan tanam, yang nanti dipotong saat panen. Kemudian perusahaan akan menugaskan petugas lapangnya untuk melakukan pembiasaan kepada petani dan mengawasi/kontrol tanamannya, sehingga tanaman dapat tumbuh dan menghasilkan sesuai harapan. Harga beli dan kondisi hasil panen ditentukan di awal, sehingga memberikan kepastian bagi petani dalam melakukan kerjasama.

Manajemen perusahaan dilakukan secara transparan dan berdasarkan pada produktivitas karyawan. Sehingga karyawan akan merasa tenang bekerja dan hasil kerjanya akan mendapatkan penghargaan yang sesuai dari perusahaan.

Modal usaha berupa barang tidak bergerak berupa aset tanah, bangunan kantor, pabrik dan gudang, sedangkan aset bergerak berupa mesin produksi, kendaraan dan alat alat pertanian. Disamping itu perusahaan juga mempunyai modal dana untuk kegiatan operasional yang mencukupi, baik yang berasal dari dana pemilik maupun dari hasil penjualan benih jagung.

Sumber Daya Manusia (SDM) perusahaan sebagian besar sudah mempunyai pengalaman dalam bekerja di produksi benih jagung, pemasaran benih dan juga administrasi perusahaan. Potensi SDM yang berpengalaman diharapkan akan memberikan kekuatan untuk mendorong omzet penjualan benih jagung hibrida celeron.

Sumber kekuatan yang ada di strategi keempat ini memungkinkan perusahaan terutama bagian pemasaran untuk melakukan perluasan area penjualan benih. Perluasan area penjualan benih dapat dilakukan dengan menambah distributor terutama di luar Jawa Timur, agar tidak terjadi gesekan dengan distributor yang sudah ada. Menghindari gesekan antar kios pertanian dalam menjual produk sangat penting, terutama untuk menghindari saling adu harga jual, jika harga jual sudah rusak, maka berakibat pada menurunnya

keuntungan penjual dan akhirnya semangat atau minat penjual untuk menjual produk tersebut akan menurun dan bahkan tidak akan mau menjual lagi.

Kesimpulan

Penggunaan analisis SWOT dalam kajian untuk penerapan strategi pemasaran benih jagung dengan menggunakan merek khusus Celeron ini, akan memudahkan perusahaan dalam menentukan kebijakannya, sehingga dapat menghasilkan sebuah strategi yang efektif dan efisien dalam mencapai target pemasaran benih jagung tersebut.

Faktor Internal dan Eksternal merupakan gambaran yang sangat komprehensif dan realistis yang dihadapi oleh perusahaan. Dengan memperhatikan faktor faktor tersebut, terdapat 22 komponen yang dihasilkan dengan mengkombinasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treaths*). Strategi kombinasi antara kekuatan dengan peluang (SO), kekuatan dengan ancaman (ST), kelemahan dengan peluang (WO) dan kelemahan dengan ancaman (WT), menghasilkan empat belas kombinasi strategi.

Kombinasi Strategi yang mempunyai nilai skor tertinggi ditunjukkan oleh Strategi Kekuatan dan Peluang (SO) dengan nilai skor 5,50. Strategi inilah yang dapat digunakan oleh perusahaan PT Srijaya Internasional dalam upaya untuk mencapai target penjualan. Strategi SO tersebut adalah :

1. Kualitas benih jagung yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan benih jagung
2. Merek Celeron sudah terdaftar sehingga bisa dipakai untuk varietas lain
3. Harga jual kompetitif dan perluasan area pemasaran, akan meningkatkan omzet penjualan dan akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan
4. Pola kemitraan dengan petani plasma baik, serta manajemen yang baik, Modal usaha cukup serta didukung oleh SDM berpengalaman, akan mampu memperluas jaringan pemasaran

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsim, 1989, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Bina Aksara, Jakarta
- Assauri, Sofjan, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- BPS, 2016, *Luas Panen Jagung Menurut Provinsi (ha), 1993–2015*, <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/53#subjekViewTab3|accordion-daftar-subjek1>, diakses tanggal 21 Februari 2016.
- David, Fred, R, 2011, *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek dan Psikologi Konsumen*, Graha Ilmu, Jakarta
- Grant, 1999, *Strategi peran penting dalam mengisi tujuan manajemen*. Handoko T. Hani (2002), *Manajemen*; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas Yogyakarta : BPFE.
- Haryanto, Budiman, 2010, *Sukses Bertanam Jagung Komoditas Yang Menjanjikan*, Pustaka baru Press, Bandung.
- Hubeis, Musa, 2014, *Manajemen Strategik*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Huda, Mitachul, 2016, *Strategi Peningkatan Efisiensi Pemasaran Ikan Laut Segar dari Pelabuhan Perikanan Brondong*, Sekolah Pascasarjana Institue Pertanian Bogor, Bogor.
- Purwono dan Hartono, R, 2011, *Bertanam Jagung Unggul*, Penebar Swadaya, Jakarta
- Rangkuti, Freddy, 2004, *the power of brand*, PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2014, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Rukmana, R, 2008, Usaha Tani Jagung, Kansius, Yogyakarta.
- Setiawa, Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, 1999, Manajemen Strategi, FE-UI, Jakarta.
- Siagian P, Sondang, 2004, Manajemen Stratejik, Bumi Aksara, Jakarta.
- Suarni dan Yuhni, ----, Jagung Sebagai Sumber Pangan Fungsional, Balai Penelitian Tanaman Serealia, Maros.
- Septiawan B, 2016, Pertumbuhan Produksi, Ekspor, Impor, Konsumsi dan Cadangan Jagung Indonesia, dalam https://www.academia.edu/9756070/Pertumbuhan_Produksi_Ekspor_Impor_Konsumsi_dan_Cadangan_Jagung_Indonesia, diakses tanggal 20 Februari 2016.