

STRATEGI PEMASARAN JAGUNG HIBRIDA DI DESA JANTI KECAMATAN PAPAR KABUPATEN KEDIRI

Ida Syamsu Roidah

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk (1). Menganalisis strategi pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kabupaten Kediri. (2). Menganalisis saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kabupaten Kediri.

Strategi pemasaran jagung hibrida Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dengan hasil perhitungan pada matriks IFAS dan EFAS dengan skor tertinggi yaitu sebesar 4,6 pada skor SO. Sehingga dalam strategi pemasaran jagung hibrida menggunakan strategi SO, maksudnya strategi yang mengoptimalkan Strengths (S) dengan memanfaatkan Opportunities (O) yang ada dalam sistem pemasaran jagung hibrida.

Strategi pemasaran jagung hibrida Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dengan hasil perhitungan pada matriks IFAS dan EFAS dengan skor tertinggi yaitu sebesar 4,6 pada skor SO. Sehingga dalam strategi pemasaran jagung hibrida menggunakan strategi SO, maksudnya strategi yang mengoptimalkan Strengths (S) dengan memanfaatkan Opportunities (O) yang ada dalam sistem pemasaran jagung hibrida. Yaitu (1) Melakukan inovasi terhadap jagung hibrida; (2) Lembaga pemerintah maupun swasta mendukung demi meningkatkan produktivitas jagung hibrida; (3) Jagung hibrida sangat cukup untuk memenuhi pasar Kabupaten Kediri; (4) Jagung hibrida mempunyai kualitas yang tidak kalah dengan Kabupaten lain; (5) Kualitas jagung hibrida harus dipertahankan; dan (6) Produksi jagung hibrida Kediri mempunyai standarisasi harga untuk ekspor.

LATAR BELAKANG

Jagung (*Zea mays L.*) merupakan salah satu tanaman sumber karbohidrat yang penting setelah padi dan gandum. Jagung banyak dikembangkan di Indonesia untuk digunakan sebagai bahan makanan, pakan ternak, dan bahan baku industri. Permintaan jagung juga meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan industri pangan dan pakan. Benih berkualitas tinggi belum banyak ditanam petani, biasanya jagung ditanam bersama komoditi lain dengan pengelolaan tanaman dan lingkungan belum dilaksanakan secara intensif, budidaya jagung memberi pendapatan yang lebih rendah daripada tanaman pangan lainnya, sehingga tidak mendorong intensifikasi. Produksi jagung dapat ditingkatkan dengan pemakaian varietas unggul bersari bebas maupun hibrida. Perkembangan dunia bisnis saat ini berjalan semakin cepat. Hal ini dikarenakan bangsa Indonesia memasuki pasar tenaga kerja yang ada tidak hanya terbatas pada daerah regional saja, tetapi sudah terbuka dan meluas secara global. Sehingga siapapun yang dinilai berkualitas dan memenuhi kriteria/persyaratan penawaran pasar kerja yang ada, maka akan dengan cepat dan mudah dapat berperan serta dan bersaing dengan baik dalam dunia usaha yang semakin

ketat serta kompetitif. Untuk menjaga eksistensi dan kontinuitas perusahaan yang bersangkutan serta dapat bersaing secara sehat dan berkualitas dengan perusahaan-perusahaan kompetitor yang sejenis, maka sangat diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas pula dengan skill dan pengetahuan yang memadai dan sesuai dengan bidang kerja yang ditekuni. Diantara skill dan pengetahuan yang paling memegang peranan penting adalah kemampuan mengambil kebijakan strategis dan teknis berkaitan dengan pemasaran/marketing produk, memasarkan produk yang berkualitas, pandai dalam merebut hati konsumen, menciptakan permintaan pasar terhadap produk yang dipasarkan, memenuhi target penjualan serta memelihara loyalitas terhadap brand/merek yang bersangkutan. Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Sehingga perlu dilakukan penelitian tentang strategi pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kecamatan papar Kabupaten Kediri.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis strategi pemasaran jagung

hibrida di Desa Janti Kabupaten Kediri. (2) Menganalisis saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kabupaten Kediri.

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk: (1) Bagi organisasi swasta maupun organisasi di bidang pertanian khususnya di Desa Janti Kabupaten Kediri tentang strategi pemasaran jagung hibrida dan diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam menentukan strategi pemasaran dalam organisasi. (2) Bagi akademisi untuk memperluas wawasan ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. (3) Bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian lanjutan di bidang yang sama.

METODE PENELITIAN

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan November – Desember 2011, yaitu dengan mengadakan pengumpulan data primer dan data sekunder tingkat Kabupaten Kediri yang bersumber dari laporan, BPS dan review dari beberapa hasil penelitian khususnya pada usahatani dan pemasaran jagung hibrida di Kabupaten Kediri.

2. Jenis Penelitian dan Sumber Data

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode survey yang menggunakan kuesioner dan daftar pertanyaan kepada responden. Penelitian ini bersifat menjelaskan secara sistematis tentang data atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu.

b. Sumber Data

Data Primer yaitu suatu penelitian dengan mendapatkan data yang langsung dan konkrit serta aktual dari sumbernya.

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data ini dapat diperoleh melalui literatur, jurnal, dan sumber-sumber yang mendukung penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan sebagian atau keseluruhan unsur-unsur yang mempunyai satu ciri, beberapa ciri atau karakteristik yang sama.

b. Sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara metode acak sederhana (*Simple Random*

Sampling) yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer populasi yang mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 38 orang.

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data di lapangan menggunakan (a). Wawancara (b). Dokumentasi (c). Observasi/Pengamatan (d). Studi Kepustakaan.

5. Teknik Analisa Data

Analisa Deskripsi yaitu analisa yang diperoleh secara deskriptif dengan cara menggambarkan secara detail seluk beluk strategi pemasaran jagung hibrida. Menggunakan Analisa SWOT yaitu mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Treats*).

HASIL PENELITIAN

Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri

Berdasarkan kondisi pertanian yang ada di Kabupaten Kediri saat ini masih banyak kendala atau permasalahan dalam faktor internal maupun eksternal. Dalam hal ini faktor internal merupakan faktor-faktor yang ada di dalam tubuh usaha tani itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang terdapat atau berasal dari luar usaha pertanian yang meliputi peluang dan ancaman yang terjadi dilapangan.

Dengan dasar informasi yang dikumpulkan tersebut, maka akan dapat disusun perencanaan bisnis sesuai dengan formulasi bisnis yang telah ditentukan seperti tujuan, strategi dan kebijakan. Untuk itu pendekatan yang biasa digunakan adalah dengan menggunakan suatu analisa, yang berupa analisa SWOT. Pada dasarnya analisis SWOT ini digunakan untuk mengembangkan strategi saluran pemasaran.

a. Analisis SWOT

Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). SWOT

dipergunakan oleh suatu institusi untuk memformulasikan dan mengkoordinasikan strategi untuk merealisasikan tujuan serta kebijakan yang merupakan suatu dasar pertimbangan dalam merubah tujuan, kebijakan serta strategi yang sesuai dengan kekuatan saluran pemasaran atau paling tidak untuk mengklarifikasi suatu kekuatan potensial yang dapat dikembangkan dalam bidang strategi pemasaran jagung hibrida.

b. Strategi Pemasaran Jagung Hibrida

Strategi pemasaran jagung dengan memadukan faktor-faktor pada lingkungan eksternal Kabupaten Kediri yang berada di luar kewenangan pemerintah kabupaten untuk mengaturnya terkait peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang ada dengan kondisi lingkungan internal Kabupaten Kediri yang berada di dalam kewenangan pemerintah kabupaten untuk mengaturnya terkait kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki.

Analisis faktor internal bertujuan untuk menemukan berbagai kekuatan (*strength*) dan kelemahan-kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh Kabupaten Kediri pada berbagai aspek yang terkait dengan pengembangan pemasaran komoditi jagung. Analisis faktor eksternal bertujuan untuk menemukan berbagai peluang (*opportunities*) yang dapat diraih oleh Kabupaten Kediri pada berbagai aspek yang terkait dengan pengembangan komoditas jagung khususnya dalam pemasarannya sertamengidentifikasi ancaman-ancaman (*threats*) yang merupakan faktor penghambat di luar kewenangan pemerintah Kabupaten Kediri pada berbagai aspek yang terkait dengan pengembangan komoditi jagung khususnya dalam pemasarannya.

a. Kekuatan (*Strengths*)

1. Pengalaman Petani dalam menanam jagung hibrida di Kabupaten Kediri
2. Perolehan bahan baku jagung hibrida secara kontinyu di Kabupaten Kediri
3. Ketersediaan hasil produksi jagung hibrida
4. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh petani jagung hibrida
5. Hasil produktivitas jagung hibrida
6. Produksi jagung hibrida dapat memenuhi keinginan pasar di Kabupaten Kediri

b. Kelemahan (*Weakness*)

1. Kurangnya tenaga kerja dalam bertani jagung hibrida di Kabupaten Kediri

2. Posisi tawar sebagai penjual
 3. Keterbatasan permodalan yang dimiliki oleh petani
 4. Keterbatasan ketersediaan sarana produksi di sekitar lokasi usahatani jagung
 5. Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani
- c. Peluang (*Opportunities*)
1. Penetapan jagung sebagai komoditas unggulan Jawa Timur
 2. Tersedianya lembaga pendukung usahatani jagung
 3. Besarnya dana untuk produksi jagung hibrida Kabupaten Kediri
 4. Kualitas benih jagung hibrida mempengaruhi harga
 5. Brand Image (citra produk) jagung hibrida Kabupaten Kediri
 6. Standarisasi harga jagung hibrida untuk ekspor
- d. Ancaman (*Threats*)
1. Harga komoditi jagung yang fluktuasi
 2. Kurangnya lembaga permodalan
 3. Persaingan dengan pedagang pengumpul dari Kabupaten Tetangga untuk memperoleh komoditas jagung
 4. Tingginya biaya pungutan dalam pengangkutan
 5. Iklim yang kurang mendukung

c. Matriks Faktor Strategi Internal

Analisis lingkungan internal yang meliputi beberapa faktor strategi internal dapat dibuat dalam tabel IFAS pada strategi pemasaran jagung hibrida. Penjumlahan masing-masing komponen IFAS diperoleh masing-masing kekuatan dan kelemahan. Nilai kekuatan strategi pemasaran jagung hibrida sebesar 2,2 sedangkan nilai kelemahannya sebesar 0,45.

Berdasarkan hasil pembobotan, pemberian rating dan skoring tersebut diperoleh hasil total skor 2,65 yang berasal dari penjumlahan faktor kekuatan dan kelemahan. Nilai ini berarti kondisi internal dapat memberikan dukungan dan kesempatan kepada produsen jagung hibrida untuk meningkatkan kualitas produksinya dan memanfaatkan kekuatan dengan maksimal. Bobot, rating dan skor dari IFAS terdapat pada tabel berikut:

No	Faktor – Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	S (Strength) Kekuatan			
1	Pengalaman Petani dalam menanam jagung hibrida di Kabupaten Kediri	0,10	4,00	0,40
2	Perolehan bahan baku jagung hibrida secara kontinyu di Kabupaten Kediri	0,09	4,00	0,36
3	Ketersediaan hasil produksi jagung hibrida	0,07	4,00	0,28
4	Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh petani jagung hibrida	0,10	4,00	0,40
5	Hasil produktivitas jagung hibrida	0,10	4,00	0,40
6	Produksi jagung hibrida dapat memenuhi keinginan pasar di Kabupaten Kediri	0,09	4,00	0,36
	Jumlah Skor	0,55		2,2
	W (Weaknesses) Kelemahan			
7	Kurangnya tenaga kerja dalam bertani jagung hibrida di Kabupaten Kediri	0,10	1,00	0,10
8	Posisi tawar sebagai penjual	0,09	1,00	0,09
9	Keterbatasan permodalan yang dimiliki oleh petani	0,08	1,00	0,08
10	Keterbatasan keterse-diaan sarana produksi di sekitar lokasi usahatani jagung	0,10	1,00	0,10
11	Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani	0,08	1,00	0,08
	Jumlah Skor	0,45		0,45
	Total	1,00		2,65

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	O (Opportunities) Peluang			
1	Penetapan jagung sebagai komoditas unggulan Jawa Timur	0,09	4,00	0,36
2	Tersedianya lembaga pendukung usahatani jagung	0,11	4,00	0,44
3	Besarnya dana untuk produksi jagung hibrida Kabupaten Kediri	0,10	4,00	0,40
4	Kualitas benih jagung hibrida mempengaruhi harga	0,10	4,00	0,40
5	Brand Image (citra produk) jagung hibrida Kabupaten Kediri	0,10	4,00	0,40
6	Standarisasi harga jagung hibrida untuk ekspor	0,10	4,00	0,40
	Jumlah Skor	0,6		2,4
	T (Threath) Ancaman			
7	Harga komoditi jagung yang fluktuasi	0,07	1,00	0,07
8	Kurangnya lembaga permodalan	0,07	1,00	0,07
9	Persaingan dengan pedagang pengumpul dari Kabupaten Tetang-ga untuk memperoleh komoditas jagung	0,07	1,00	0,07
10	Tingginya biaya pungutan dalam pengangkutan	0,08	1,00	0,08
11	Iklim yang kurang mendukung	0,11	1,00	0,11
	Jumlah Skor	0,4		0,4
	Total	1,00		2,8

d. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Analisis lingkungan eksternal yang meliputi beberapa faktor strategis eksternal diatas dapat dibuat tabel EFAS dalam strategi pemasaran jagung hibrida. Penjumlahan masing-masing komponen EFAS diperoleh masing-masing nilai peluang dan ancaman. Nilai ini berarti kondisi eksternal strategi pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri sebesar 2,4 sedangkan nilai ancaman sebesar 0,4. Bobot, rating dan skor dari EFAS terdapat pada tabel berikut:

Berdasarkan hasil pembobotan, pemberian rating dan skoring tersebut, diperoleh hasil total 2,8 yang berasal dari penjumlahan faktor peluang dan ancaman. Nilai ini berarti kondisi eksternal dalam strategi pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dapat memberikan dukungan yang strategis dimana kekuatan yang ada merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kondisi pemasaran jagung hibrida di wilayah tersebut sekalipun kelemahan yang ada cukup banyak.

e. Matriks Faktor-Faktor Strategi Pemasaran

Analisis SWOT dalam penelitian ini menggunakan faktor eksternal dan internal yang dihasilkan dari analisis strategi pemasaran jagung hibrida. Serta pertimbangan peneliti sendiri, sekalipun masih

banyak kelemahannya namun setidaknya dapat memberikan gambaran strategi bagi perusahaan.

Berdasarkan matriks SWOT dapat disusun 4 strategi utama yaitu dengan memanfaatkan SO, WO, ST dan WT masing – masing memiliki karakteristik tersendiri sehingga dapat diimplimentasikan strategi hendaknya dilaksanakan bersama dan saling mendukung satu dengan lainnya.

Berdasarkan rumusan variabel – variabel maka dapat dilihat matris SWOT strategi pemasaran jagung hibrida serta dapat disusun 4 strategi utama SO, ST, WO, WT sebagai berikut:

Alternatif strategi untuk pemasaran berdasarkan matriks strategi SO yaitu melakukan inovasi terhadap jagung hibrida yang berkualitas di Kabupaten Kediri. Seharusnya lembaga pemerintah dan swasta khususnya dinas pertanian di Kabupaten Kediri mengadakan suatu program untuk meningkatkan produktivitas jagung hibrida serta cukup untuk memenuhi kebutuhan pasar Kabupaten Kediri. Selain itu petani jagung hibrida harus memperhatikan kualitas agar mampu bersaing dengan Kabupaten lainnya serta produksi jagung hibrida Kediri harus mempunyai standarisasi harga untuk di ekspor.

Matrik SWOT

Eksternal 	Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		1. Pengalaman Petani dalam menanam jagung hibrida di Kabupaten Kediri 2. Perolehan bahan baku jagung hibrida secara kontinyu di Kabupaten Kediri 3. Ketersediaan hasil produksi jagung hibrida 4. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh petani jagung hibrida 5. Hasil produktivitas jagung hibrida 6. Produksi jagung hibrida dapat memenuhi keinginan pasar di Kabupaten Kediri	1. Kurangnya tenaga kerja dalam bertani jagung hibrida di Kabupaten Kediri 2. Posisi tawar sebagai penjual 3. Keterbatasan permodalan yang dimiliki oleh petani 4. Keterbatasan ketersediaan sarana produksi di sekitar lokasi usahatani jagung 5. Rendahnya kualitas jagung hasil produksi petani
	Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	1. Penetapan jagung sebagai komoditas unggulan Jawa Timur 2. Tersedianya lembaga pendukung usahatani jagung 3. Besarnya dana untuk produksi jagung hibrida Kabupaten Kediri 4. Kualitas benih jagung hibrida mempengaruhi harga 5. Brand Image (citra produk) jagung hibrida Kabupaten Kediri 6. Standarisasi harga jagung hibrida untuk ekspor	1. Melakukan inovasi terhadap jagung hibrida 2. Lembaga pemerintah maupun swasta mendukung demi meningkatkan produktivitas jagung hibrida 3. Jagung hibrida sangat cukup untuk memenuhi pasar Kabupaten Kediri 4. Jagung hibrida mempunyai kualitas yang tidak kalah dengan Kabupaten lain 5. Kualitas jagung hibrida harus dipertahankan 6. Produksi jagung hibrida Kediri mempunyai standarisasi harga untuk ekspor	1. Ditambah tenaga kerja untuk petani jagung hibrida, sehingga tercipta komomditas unggulan 2. Harus menguntungkan petani dan penjual jagung hibrida 3. Harus diminimalkan dana produksi jagung hibrida 4. Harus ditingkatkan kualitas jagung hibrida 5. Sarana produksi jagung hibrida diperluas, sehingga brand image terpercaya
	Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
	1. Harga komoditi jagung yang fluktuasi 2. Kurangnya lembaga permodalan 3. Persaingan dengan pedagang pengumpul dari Kabupaten Tetangga untuk memperoleh komoditas jagung 4. Tingginya biaya pungutan dalam pengangkutan 5. Iklim yang kurang mendukung	1. Dengan inovasi petani dapat mempertahankan harga jagung hibrida 2. Ketersediaan bahan baku jagung hibrida Kabupaten Kediri mencukupi 3. Kabupaten Kediri meningkatkan kualitas jagung hibrida 4. Petani harus meminimalkan biaya produksi jagung hibrida 5. Cara penanaman jagung hibrida harus disesuaikan dengan tata cara yang benar, sehingga tahan terhadap iklim 6. Lebih ditingkatkan lagi hasil produksi jagung hibrida, agar memenuhi keinginan pasar diluar kab. Kediri	1. Produksi jagung hibrida harus dikendalikan 2. Harga yang dipatok oleh produsen harus lebih mahal dan diperhatikan kualitas produknya 3. diimbangi dengan banyaknya produk jagung hibrida dan jarak yang ditempuh 4. Menanam jagung hibrida jangan mendekati musim penghujan 5. Ditambah lembaga permodalan, agar petani dapat meminjam modal dengan bunga rendah

Alternatif strategi S-T untuk ancaman bisa dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari inovasi petani dengan mempertahankan

harga jagung hibrida, kemudian ketersediaan bahan baku benih jagung hibrida harus mencukupi seluruh Kabupaten Kediri dan harus ditingkatkan lagi kualitas jagung hibrida. dalam strategi ini petani harus pandai – pandai dalam mengatur biaya produksi jagung hibrida seminimal mungkin dan cara pemilihan benih jagung hibrida harus disesuaikan dengan daerah Kabupaten Kediri, sehingga tahan terhadap iklim dan hama.

Dalam meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang dapat dilakukan dengan memasarkan hasil produksi ke daerah lain yang memiliki harga jual yang lebih tinggi daripada dipasarkan di daerah lokal. Tenaga kerja ditambah dalam hal petani jagung hibrida serta menguntungkan bagi petani dan penjual jagung hibrida di Kabupaten Kediri. Serta meminimalkan dana produksi jagung hibrida dan ditingkatkan kualitas jagung hibrida khususnya Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri.

Strategi WT dilakukan dalam keadaan dimana petani jagung hibrida dituntut untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yaitu dengan cara mengendalikan produksi jagung hibrida dan mematok harga dari petani lebih mahal serta kualitas jagung hibrida sangat bagus. Selain itu produktivitas jagung hibrida harus lebih banyak tiap tahunnya dengan pengangkutan pemasaran dengan jarak yang jauh, jadi tidak akan rugi dari produsen. Dan menanam jagung hibrida jangan mendekati pada musim penghujan, ini diharapkan agar kualitas jagung saat panen dapat terjaga dengan baik

Setelah memperoleh nilai skor dari faktor Strength (S), Weaknessess (W), Opportunities (O) dan Threat (T). Kemudian kita dapat menyusun matriks IFAS dan EFAS yang digunakan untuk menentukan strategi mana yang akan dipilih yaitu sebagai berikut:

Dari hasil perhitungan pada matriks IFAS dan EFAS ada skor yang tertinggi terdapat pada skor SO, yaitu dengan jumlah sebesar 4,6. Strategi yang akan dipilih adalah strategi yang mengoptimalkan *Strengths* (S), dengan memanfaatkan *Opportunities* (O) yang ada di sistem pemasaran jagung hibrida.

SO	WO
Skor (S) + Skor (O) 2,2 + 2,4 = 4,6	Skor (W) + Skor (O) 0,45 + 2,4 = 2,85
ST	WT
Skor (S) + Skor (T) 2,2 + 0,4 = 2,6	Skor (W) + Skor (T) 0,45 + 0,4 = 0,85

Sistem Pemasaran Benih Jagung Hibrida

Pasar adalah tempat dimana bertemunya permintaan dan penawaran. Pemasaran merupakan kegiatan terakhir dari

proses produksi, sehingga baik buruknya sistem pemasaran yang dilakukan berpengaruh nyata pada tingkat keuntungan yang dicapai. Keuntungan petani yang diperoleh tergantung dari proses pemasaran jagung hibrida disamping faktor lainnya seperti biaya pengangkutan dan saluran pemasaran yang digunakan. Jika proses pemasaran dilakukan dengan baik, maka keuntungan yang diterima petani relatif lebih tinggi daripada saat proses pemasaran yang tidak lancar. Pemasaran tidak akan berhasil apabila produsen atau penjual hanya memperhatikan kepentingan atau tujuannya saja. Sebaliknya pemasarn tidak akan mendatangkan hasil yang memadai dari produsen, jika hanya memperhatikan kepentingan konsumen tanpa memperhatikan tujuan perusahaan dan efisiensi penggunaan faktor-faktor produksi. Adanya peningkatan pendapatan masyarakat merupakan faktor yang mempengaruhi perubahan konsumsi masyarakat. Semakin meningkat pendapatan masyarakat akan berdampak pada peningkatan konsumsi terhadap suatu barang termasuk jagung hibrida. pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatnya pendapatan keluarga akan terjadi peningkatan permintaan barang.

Kegiatan-kegiatan dalam usaha pemasaran tidak hanya memindahkan barang/jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen saja dengan sistem penjualan, tetapi banyak kegiatan lain yang juga dijalankan dalam kegiatan pemasaran. Penjualan hanyalah salah satu dari berbagai fungsi pemasaran, apabila pemasar melakukan pekerjaan dengan baik untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan produk dan menetapkan harga yang tepat, mendistribusikan dan mempromosikannya secara efektif, maka akan sangat mudah menjual barang-barang tersebut.

Tingkat harga jagung yang berlaku di Kabupaten Kediri adalah berkisar Rp 2.250 – Rp 2.500 per Kg. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas jagung hibrida yang rendah akibat kadar air jagung yang cukup tinggi langsung berakibat pada anjloknya harga. Umumnya jagung hasil produksi di Kabupaten Kediri dipasarkan langsung ke pedagang pengumpul kabupaten, seiring dengan meningkatnya persaingan diantara pedagang pengumpul kabupaten dalam memperoleh pasokan jagung. Pedagang-pedagang tersebut memanfaatkan jasa kolektor untuk langsung

ke lokasi usahatani atau ke rumah-rumah petani untuk melakukan pembelian.

Setiap hari perusahaan tersebut meminta jagung hibrida pipil kering dalam jumlah besar. Setiap hari pengumpul melakukan pengiriman dengan jasa transportasi berupa kendaraan truk gandeng, karena besarnya jumlah jagung hibrida yang dikirim harus disesuaikan dengan permintaan konsumen untuk tujuan konsumen Kabupaten Kediri dan biaya yang dikeluarkan oleh pengumpul sebesar Rp 1.500/Kg, sedangkan untuk tujuan konsumen Kabupaten Blitar sebesar Rp 2.000/Kg. Setelah barang diterima konsumen maka pengumpul baru akan menerima pembayaran atas jagung hibrida yang telah dikirimkannya.

Sedangkan untuk proses pemindahan barang dari tempat produsen (petani) ke tempat konsumen akhir melalui beberapa lembaga pemasaran yang ikut terlibat di dalamnya, sehingga hal ini mengakibatkan terbentuknya saluran pemasaran jagung hibrida. Dari hasil penelitian menunjukkan ada 2 saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri sebagai berikut:

Saluran pemasaran I

Petani → Tengkulak → Pengumpul →
Konsumen (Kediri)

Saluran pemasaran II

Petani → Tengkulak → Pengumpul →
Konsumen (Blitar)

Pada saluran pemasaran I dan pemasaran II, terdapat dua cara yang dilakukan petani responden dalam menjual hasil panen yaitu dengan sistem harga rupiah per kilogram dan dengan sistem tebasan. Kebanyakan petani responden lebih memilih menjual hasil panen dengan sistem rupiah per kilogram, sedangkan yang lainnya memilih menjual hasil panennya dengan sistem tebasan. Hal ini dikarenakan petani ingin cepat mendapatkan uang, baik untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari maupun untuk mempersiapkan usaha tani berikutnya. Tengkulak adalah pedagang yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak melakukan pembelian dengan cara mendatangi petani secara langsung, sehingga pembelian dilakukan dengan sistem harga per kilogram dan sistem tebasan. Sedangkan untuk sistem tebasan tengkulak biasanya menetapkan harga hasil panen per luas 100 Ru atau 0,143 Ha, harga antara petani yang satu dengan petani lain tidak sama. Hal ini dikarenakan tergantung pada kualitas dan kuantitas jagung hibrida yang dihasilkan oleh

petani tersebut. Tengkulak melakukan pengiriman jagung hibrida ke pengumpul dengan jasa truk baik milik sendiri maupun sistem sewa, setiap kali tengkulak mengirim jagung hibrida dapat membawa antara 4 sampai 8 ton jagung. Biaya transportasi yang harus ditanggung oleh tengkulak untuk mengangkut jagung hibrida dari petani ke pengumpul rata-rata sebesar Rp 1.500/Kg atas sewa truk. Pengumpul akan melakukan pembayaran secara langsung apabila telah menerima jagung hibrida yang dikirimkan oleh tengkulak.

Pengumpul adalah pedagang perantara (lembaga pemasaran) yang membeli jagung hibrida dari tengkulak untuk dipasarkan langsung kepada konsumen akhir.

Perusahaan pakan ternak dan perusahaan makanan ringan merupakan konsumen akhir dari jagung hibrida pipil kering.

KESIMPULAN

1. Strategi pemasaran jagung hibrida Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dengan hasil perhitungan pada matriks IFAS dan EFAS dengan skor tertinggi yaitu sebesar 4,6 pada skor SO. Sehingga dalam strategi pemasaran jagung hibrida menggunakan strategi SO, maksudnya strategi yang mengoptimalkan *Strengths* (S) dengan memanfaatkan *Opportunities* (O) yang ada dalam sistem pemasaran jagung hibrida.
2. Saluran pemasaran jagung hibrida ada 2 saluran pemasaran di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri sebagai berikut:

Saluran pemasaran I

Petani → Tengkulak → Pengumpul →
Konsumen (Kediri)

Saluran pemasaran II

Petani → Tengkulak → Pengumpul →
Konsumen (Blitar)

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip. 2005. **Marketing Management**. Prentice Hall: New Jersey
- Maulana, Doddy. 2009. **Analisis Lingkungan Bisnis Dalam Rangka Penetapan Strategi Perusahaan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Di Kota Malang**. Jurnal Administrasi dan Bisnis hal 27-36, Volume 3, Nomor 1, Juli 2009, ISSN 1987-726X

- Neuman, w laurence. 2000. **Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches.** Boston: Allyn and Bocon
- Pearce II, John.A and Richard.B. Robinson, Jr. 2005. **Formulation, Implementation and Control of Competitive Strategy.** Nineth edition. Richard D. Irwin, Inc: New York
- _____. 1997. **Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian.** Terjemahan Agus Maulana, Bina Rupa Aksara: Jakarta
- Porter, Michael, E. 1986. **Competitive Strategy.** The Free Press: New York
- Prawitasari, Yati S. 2010. **Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing.** Universitas Diponegoro: Semarang
- Putranto, Syamriadi A. 2008. **Evaluasi Gabung Beberapa Varietas Jagung (*Zea mays* L.) Dengan Metode Silang Varietas.** Universitas Sumatera Utara: Medan
- Singarimbun, Masri. 1995. **Metode Penelitian Survey.** LP3ES: Jakarta
- Sudiyono. 2001. **Pemasaran Pertanian.** UMM Press: Malang
- Sugiyono. 2000. **Metode penelitian Bisnis.** CV. Alfabeta: Bandung
- Suwarsono. 1994. **Manajemen Strategik: Konsep, Alat Analisa dan Konteks.** UUP AMP YKPN: Yogyakarta
- Swasta, Basu dan Irawan. 1990. **Manajemen Pemasaran Modern.** Liberty: Yogyakarta
- Umar, Husein. 1996. **Pokok-Pokok Materi Statistik 2: Statistik Interaktif.** Bumi Aksara: Jakarta
- Winardi, O. 1982. **Manajemen Pemasaran.** Sinar Baru: Bandung