

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki kerangka yang strategis bagi pembangunan nasional dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tawaran ini jelas bisa menerima sebagian besar tenaga kerja di Indonesia dan menggalang dana untuk Pemerintah pusat. Satu-satunya sektor pertanian di kawasan strategis adalah tanaman pangan yang menghasilkan peran terbesar di antara sektor pertanian lainnya. Pemerintah telah mengidentifikasi 3 komoditas nasional untuk tahun 2010-2014 yakni padi, jagung, serta kedelai (Hakimi *et al.* 2010).

Jagung (*Zea mays L.*) adalah sumber karbohidrat tunggal terpenting setelah padi dan gandum. Di Indonesia, Jagung banyak digunakan sebagai sumber makanan, ternak dan bahan pokok industri. Pertambahan penduduk serta perkembangan industri pangan dan pakan sering meningkat dan permintaan jagung pun juga ikut meningkat. Bibit unggul tidak banyak ditanam oleh petani, biasanya jagung ditanam dengan komoditas lain dengan tanaman dan pengelolaan lingkungan tidak dilakukan secara intensif, budidaya jagung memberikan pendapatan yang lebih rendah dibandingkan tanaman pangan lainnya, sehingga tidak mendorong intensifikasi (Ida Syamsu 2013). Produksi jagung nasional pada tahun 2017 sebesar 28,9 juta ton, dan pada tahun 2018 sekitar 30 juta ton (Kementrian Pertanian 2019).

Selain padi dan tembakau, jagung menjadi komoditas krusial bagi masyarakat Pulau Madura. Jagung Madura-1 dan Jagung Madura-2 diluncurkan pada tahun 2016. Varietas ini dapat menghasilkan 7 ton/hektar di Universitas Trunojoyo Madura, dengan luas tanah sejumlah 360 ribu hektar di wilayah Madura. Penemuan jagung Madura-1 dan jagung Madura-2 ini merupakan partisipasi Universitas Trunojoyo Madura dalam meningkatkan hasil produktivitas jagung dan perekonomian masyarakat. Peluncuran jagung Madura-1 dan jagung Madura-2 ini juga hasil dari pengembangan pendidikan tinggi berbasis klaster yang dikembangkan UTM mulai memberikan hasil. Jagung Madura-1 dan

jagung Madura-2 sudah menunjukkan potensi pertumbuhan melalui produksi konsisten sebesar 7 ton per hektar. Jagung Madura-1 memiliki karakter biji dengan kandungan protein yang tinggi, sedangkan jagung Madura-2 memiliki kandungan beta karoten yang tinggi, sehingga kedua varietas tersebut cukup cocok jika digunakan sebagai bahan dasar pangan dan pakan (UTM 2016).

PT. Giri Agro Raya Sejahtera adalah Industri yang bergerak di bidang pertanian yaitu benih jagung Madura-3, khususnya yaitu perusahaan yang memasarkan benih jagung Madura-3 tersebut. Perusahaan ini terdapat di kabupaten Pamekasan, benih jagung Madura-3 yang dikelola oleh perusahaan ini merupakan hasil invensi dari peneliti UTM. Tanaman jagung Madura-3 di kabupaten Bangkalan, utamanya terdapat di kecamatan Tragah. Proses pemasaran dari jagung Madura-3 hanya dari pelanggan dan petani (*word of mouth*) membuat upaya untuk memasarkan jagung Madura-3 keluar daerah belum optimal.

Perkembangan bisnis jagung Madura-3 sekarang bergerak dengan sangat lancar. Ini terkait dengan pemasaran jagung Madura-3 sudah memasuki daerah Jawa dan Sulawesi. Sehingga dengan sistem pemasaran yang seperti ini, maka membuat jagung Madura-3 bisa memiliki nilai kualitas atau masuk dalam kriteria penawaran pasar yang ada, maka akan memungkinkan beroperasi dengan cepat dan sukses di dunia bisnis yang lebih kejam dan kompetitif. Sumber daya manusia yang berkualitas dengan skill dan pengetahuan yang memadai sangat diperlukan untuk menjaga eksistensi dan kontinuitas perusahaan. Diantara keterampilan dan pengetahuan yang paling berperan penting adalah kemampuan mengambil kebijakan strategi dan teknis yang berkaitan dengan pemasaran atau pemasaran produk, memasarkan produk yang berkualitas, pandai merebut hati para konsumen, membuat permintaan pada produk yang diedarkan, mencapai target penjualan dan menjaga loyalitas terhadap *merk* yang bersangkutan. Perusahaan harus memahami nilai dan prinsip perusahaan dalam menyampaikan pesan. Hal ini sangat membantu perusahaan dalam memahami diri, dan

memanfaatkan semua peluang yang ada, dan mengidentifikasi hambatan (Studi Kasus: PT. Giri Agro Raya Sejahtera). Berikut adalah data produksi jagung Madura-3 selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1 Data penjualan Jagung Madura-3.

Tahun	Jumlah (Ton)	Daerah Penjualan
2017	2	Madura
2018	4	Madura
2019	5	Madura, Lamongan, Tuban, Sulawesi Selatan
2020	9	Madura, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sulawesi Selatan, Lampung
2021	15	Madura, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sulawesi Selatan, Lampung
2022	20	Madura, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sumatera, Sulawesi Selatan, Lampung, Nusa Tenggara Timur

Sumber: Analisis Data Primer Penulis, 2023.

Suatu perusahaan memerlukan beberapa strategi untuk mencapai dan merealisasikan rencana dan tujuan dari perusahaan tersebut. Dalam memasarkan suatu produk, perusahaan membutuhkan strategi jitu untuk memastikan produk yang ditawarkan tidak menurun (Rambe 2018). Perencanaan strategis pemasaran dengan metode SWOT merupakan gabungan antara dari lingkungan internal yaitu *Strenghts* dan *Weakneasses*, dan lingkungan eksternal *Opportunties* dan *Threats* yang diperhitungkan dalam dunia bisnis. Dalam konteks strategi pemasaran jagung Madura-3 di Kabupaten Pamekasan, faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat diidentifikasi dan dievaluasi untuk menentukan kemampuan internal yang ada untuk merumuskan strategi untuk memanfaatkan peluang yang ada dan bersama-sama mengelola ancaman (Nurrahmi *et al.* 2018). Memilih kota Pamekasan sebagai tempat penelitian dikarenakan satu-satunya perusahaan yg berbentuk PT pertama kali berdiri di daerah Madura terletak di kabupaten Pamekasan yaitu PT. Agro Giri Raya Sejahtera, PT. Agro Giri Raya Sejahtera ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pertanian yaitu produksi

pemasaran Jagung lokal daerah Madura atau disebut dengan Jagung Madura-3.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh analisis 4P (*Product, Price, Place, Promotions*) di PT. Giri Agro Raya Sejahtera?
2. Bagaimana strategi pemasaran jagung Madura-3 dengan menggunakan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*) di PT. Giri Agro Raya Sejahtera?

1.3 Tujuan

1. Untuk menganalisis 4P (*Product, Price, Place, Promotions*) di PT. Giri Agro Raya Sejahtera.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran jagung Madura-3 dengan menggunakan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*) di PT. Giri Agro Raya Sejahtera.

1.4 Manfaat

1. Perusahaan: memberikan masukan dan kotribusi terhadap perusahaan dalam bidang strategi pemasaran.
2. Penulis: mengembangkan dan memperluas wawasan, selain itu tempat dimana praktek menggunakan ilmu yang telah dipelajari dari perkuliahan.
3. Pembaca: media sarana dan informasi mengenai metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*).