
JEKOBIS : Jurnal Ekonomi dan Bisnis

http://ejournal.ubibanyuwangi.ac.id/index.php/jurnal_jejobis

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADI DI DESA SUMBERSARI KECAMATAN SRONO KABUPATEN BANYUWANGI

Dandi Irawan¹,
Nur Prasetyo²

Fakultas Ekonomi, Universitas Bakti Indonesia, Banyuwangi

Email: dandisumbersari@gmail.com¹, nurprasetyo0975@gmail.com²

Abstrak

Beras merupakan komoditas yang memegang posisi strategis, beras juga menjadi industri yang strategis bagi perekonomian nasional. Sistem pemasaran biasanya berkisar pada kegiatan antara pemasok barang. Dalam hal ini, pemasok gabah berasal dari petani. Proses pemasaran beras/gabah dari petani akan mengalami proses yang panjang dan akan mengalami perubahan harga dari petani ke tangan konsumen melalui lembaga pemasaran yang ada. Penelitian ini, bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran padi yang efektif dan efisien agar padi yang dihasilkan oleh petani di Desa Sumbersari Kecamatan Srono dapat terserap oleh pasar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis data penelitian meliputi analisis *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)*, *SWOT analysis* serta *architecture strategic*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima strategi pemasaran yang dapat dilakukan yakni; (1) mengoptimalkan penggunaan sarana produksi; (2) memanfaatkan keunggulan wilayah (lokasi dan lahan) dan kemajuan teknologi informasi untuk memasarkan padi organik; (3) mengembangkan produksi; (4) meningkatkan promosi; dan (5) memperluas jaringan pasar.

Kata Kunci:

Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan, Analisis SWOT

Abstract

Rice is a commodity that holds a strategic position, rice is also a strategic industry for the national economy. The marketing system usually revolves around activities between suppliers of goods. In this case, grain suppliers come from farmers. The process of marketing rice/grain from farmers will experience a long process and will experience price changes from farmers to consumers through existing marketing institutions. This study aims to develop an effective and efficient rice marketing strategy so that the rice produced by farmers in Summersari Village, Srono District can be absorbed by the market. This study used descriptive qualitative method with analysis of research data includes analysis of Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE), SWOT analysis and strategic architecture. The results of the study show that there are five marketing strategies that can be carried out namely; (1) optimizing the use of production facilities; (2) take advantage of regional advantages (location and land) and advances in information technology to market organic rice; (3) developing production; (4) increase promotion; and (5) expanding the market network.

Keywords:

Marketing Strategy, Increase Sales, SWOT Analysis

Pendahuluan

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam kehidupan manusia dikarenakan sektor pertanian merupakan bagian integral dari sistem pembangunan nasional. Karena pentingnya sektor pertanian banyak penduduk dunia menggantungkan hidup keluarganya di sektor pertanian. Namun sektor pertanian khususnya di Indonesia hanya menjadi penyumbang kecil dari pendapatan *domestic bruto* Indonesia. Sektor pertanian yang banyak digeluti oleh petani Indonesia meliputi: budidaya tanaman (termasuk tanaman pangan, hortikultura, dan perkebunan) (Abidin, 2021).

Dari sudut keilmuan, semua usaha pertanian sebenarnya memiliki dasar-dasar pemikiran yang sama karena pada dasarnya usaha pertanian adalah kegiatan ekonomi yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang kita kenal sebagai agribisnis. Perubahan kemajuan pertanian merupakan suatu implementasi untuk menjadikan sektor pertanian lebih baik dan terarah, dengan melibatkan pemerintah, petani dan *stake holder* terkait. Rencana strategis ini, akan tercapai dimana pencapaian utama yaitu untuk menjaga ketersediaan bahan pangan, nabati maupun hewani bagi masyarakat.

Kemampuan produksi pangan dalam negeri yang didukung kelembagaan ketahanan pangan yang mampu menjamin pemenuhan kebutuhan pangan yang cukup ditingkat rumah tangga, baik dalam jumlah mutu, keamanan, maupun harga yang terjangkau, yang didukung oleh sumber-sumber pangan yang beragam sesuai dengan keragaman lokal (Harsanto, 2020). Masalah ketahanan pangan di Indonesia. tidak terlepas dari masalah beras, karena beras dikonsumsi oleh lebih dari 90% penduduk Indonesia.

Beras merupakan komoditas strategi, tidak hanya sebagai komoditi pangan, tetapi dapat juga berfungsi sebagai komoditi politik. Untuk dapat memenuhi kebutuhan pangan

masyarakat yang terus meningkat karena meningkatnya jumlah penduduk dan kesejahteraan masyarakat, maka pemerintah dituntut untuk dapat menyediakan pangan nasional.

Penyediaan beras untuk memenuhi konsumsi nasional sebenarnya tidak hanya dilakukan oleh pemerintah melalui Bulog, tetapi dilakukan juga oleh perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada keuntungan milik swasta maupun pemerintah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2022, produksi padi di Indonesia mencapai 55,7 juta ton. Provinsi Jawa Timur menjadi produsen nomor satu di Indonesia dengan produksi sebanyak 9.686.750 ton pada tahun 2022.

Menurut Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2021), menyebutkan bahwa untuk menambah pasokan pangan nasional dengan menargetkan lahan penghasil padi menjadi lahan pertanian produktif. Sementara data Badan Litbang Pertanian tahun 2020 menyatakan hasil pemetaan bahwa luas lahan di Banyuwangi sekitar 120 ribu hektar dengan jumlah produksi 788.982 ton. Di Kecamatan Srono sendiri luas lahan pertanian seluas 8.948 hektar dimana luas Kecamatan Srono memiliki luas lahan pertanian paling besar di Banyuwangi.

Kecamatan Srono utamanya desa Summersari merupakan desa yang mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani yang memproduksi dan digunakan sebagai komoditas utama.. Tingginya produksi padi dan luas wilayah panen padi di desa Summersari tidak menjadi tolak ukur kesejahteraan petani, karena petani mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panen padinya saat musim panen raya tiba.

Hal tersebut, diakibatkan oleh melimpahnya hasil panen yang menjadikan harga padi di pasaran menjadi rendah. Hal ini, dimanfaatkan oleh sebagian pedagang untuk membeli gabah dari petani dalam skala besar

sebelum diolah menjadi beras. Mengingat petani memiliki kebutuhan mendesak yang harus dibayarkan usai panen, hal ini juga disebabkan oleh minimnya petani yang memiliki sarana penanganan pasca panen yang memadai.

Faktor penting dalam memperlancar teknik pemasaran dari produsen ke konsumen adalah pemilihan saluran pemasaran yang tepat sehingga diperlukan analisis efisiensi pemasaran yang baik. Dengan demikian, dibutuhkan suatu strategi pemasaran karena semakin maraknya pertumbuhan usaha dalam sektor pertanian yang berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat.

Keadaan ini, tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam menerapkan strategi pemasaran mereka. Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan padi di Desa Sumpersari Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

Metode

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yakni penelitian yang bersifat penjelasan yang ada dan rentang pola pengamatan menggunakan waktu tertentu. Penelitian deskriptif hanya akan melukiskan keadaan objek atau permasalahannya dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum (Marzuki, 2001).

Sedangkan menurut (Moleong, 2006) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Bruno, 2009). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh petani di Desa Sumpersari sebanyak 320 orang. Sampel adalah bagian populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui sampling (Nursalam, 2016).

Sampel pada penelitian ini adalah sebagian petani di Desa Sumpersari sebanyak 178 orang. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan besar sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Nursalam, 2016):

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan:

n = Besar Sampel

N = Besar populasi

d = tingkat kesalahan yang dipilih (d=0,05)

Sehingga total sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin yaitu 178 responden. Teknik Sampling adalah proses menyeleksi porsi dari populasi untuk dapat mewakili populasi. Teknik sampling merupakan cara-cara yang ditempuh dalam pengambilan sampel, agar memperoleh sampel yang benar-benar sesuai dengan keseluruhan subjek penelitian (Nursalam, 2016).

Pada penelitian ini sampling yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling. proportional simple random sampling* yaitu pengambilan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam anggota populasi.

Analisa Data

Dalam penelitian ini dapat yang telah terkumpul dianalisis dengan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) yang meringkas dan mengevaluasi faktor kunci internal berupa kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional dalam suatu usaha. Matriks ini dapat dijadikan landasan untuk

mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan diantara bidang-bidang ini. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) membuat perencanaan strategi dengan meringkas dan mengevaluasi faktor kunci eksternal perusahaan (David, 2009). Dalam penelitian ini, matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (*Strengths-Weaknesses- Opportunities-Threats-SWOT*) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran padi organik di Desa Summersari, yang dituangkan dalam bentuk matriks SWOT. Data yang dikumpulkan adalah dari serangkaian permasalahan yang sedang dihadapi baik dari sektor internal maupun eksternal kemudian dirumuskan serta diformulasikan menjadi sebuah keputusan yang strategic dan mampu memberikan pengaruh bagi pengembangan sumberdayanya.

Strategi SWOT dibagi menjadi empat strategi, yaitu: strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Strategi SO merupakan strategi dimana memanfaatkan peluang dengan memakai kekuatan yang dimilikinya. Strategi WO yaitu memanfaatkan peluang dengan mengatasi kelemahannya. Strategi ST yaitu mengatasi ancamannya dengan menggunakan kekuatan internal yang dimilikinya. Strategi WT yaitu meminimalisir kelemahan dengan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal (Manik R T, Adrianto W D, 2013).

Setelah melakukan analisis matriks SWOT dan menghasilkan strategi-strategi untuk penjualan padi di Desa Summersari, maka langkah selanjutnya adalah melakukan rancangan arsitektur strategi. Rancangan arsitektur strategi berfungsi untuk melihat dan memetakan strategi- strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT berdasarkan prioritas dan waktu pelaksanaan dari strategi tersebut yang telah disepakati dengan stakeholder (Fauzi, 2013).

Arsitektur strategik merupakan gambaran rancangan yang bermanfaat untuk merumuskan strategi ke dalam sebuah roadmap untuk meraih visi dan misi perusahaan. Arsitektur strategik dipilih

sebagai alat analisis dengan alasan bentuk ini lebih mudah untuk dipahami karena strategi yang akan dijalankan, dijabarkan dalam bentuk gambar (Yoshida, 2006).

Hasil dan Pembahasan

Dalam Penelitian ini, data umum akan menyajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, usia dan pengetahuan yang diperoleh dari data primer penelitian. Diperoleh hasil sebagai berikut;

Pendidikan Responden

Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Desa Summersari.

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Satuan	Persentase
SD	48	Jiwa	27%
SMP	77	Jiwa	43,3%
SMA	45	Jiwa	25,2%
PENDIDIKAN TINGGI	8	Jiwa	4,5%
Jumlah	178		100%

Sumber: Data Primer, tahun 2022

Umur Responden

Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur Desa Summersari

Umur	Jumlah	Satuan	persentase
25-35	27	Jiwa	15,2%
36-45	59	Jiwa	33,3%
46-55	76	Jiwa	42,3%
56-65	16	Jiwa	9,2%
Jumlah	178		100%

Sumber: Data Primer, tahun 2022

Luas Lahan Responden

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Luas Lahan Desa Sumpersari

Luas Lahan (Ha)	Klasifikasi	Jml	persentase
0,25-0,50	Kecil	25	14%
0,51-0,75	Sedang	85	47,8%
0,76-1,00	Besar	68	38,2%
Jumlah	178	178	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2022

Analisis Matrix IFE Dan EFE

Tabel 4. Matriks IFE dan EFE

		IFE		
		KUAT (3,0-4,0)	SEDANG (2,0-2,99)	LEMAH (1,00-1,99)
EFE	TINGGI (3,0-4,0)	1	2	3
	SEDANG (2,0-2,99)	4	5	6
	RENDAH (1,0-1,99)	7	8	9

- Tumbuh dan Kembangkan
- Jaga dan Petahankan
- Jual dan Divestasi

Analisis *Matrix Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Responden memberikan penilaian bobot dan peringkat terhadap masing-masing faktor internal. Analisis kekuatan memiliki nilai sebesar 2,952 dengan skor tertinggi yaitu 1) ketua kelompok tani aktif; 2) petani aktif mengikuti pelatihan.

Sedangkan analisis kelemahan memiliki nilai sebesar 0,458 dengan skor tertinggi yaitu ketergantungan dengan tengkulak dan penggunaan teknologi yang masih sederhana. Analisis IFE (kekuatan dan kelemahan) memiliki nilai tertimbang sebesar 3,41, artinya kategori kuat dan masuk kuadran I yakni tumbuh dan kembang, artinya pemasaran padi telah mampu memanfaatkan kekuatan untuk meminimumkan kelemahan.

Tabel 5. Matriks IFE Pemasaran Padi Desa Sumpersari Srono, Banyuwangi

Faktor Kunci Internal			
Kekuatan	Rata-rata Bobot	Rata-rata Peringkat	Skor
Ketua kelompok tani aktif	0,112	4,00	0,448
Petani aktif mengikuti pelatihan	0,113	4,00	0,452
Lokasi usaha (budidaya) yang strategis	0,109	4,00	0,436
Lahan milik sendiri	0,106	3,40	0,360

Pengetahuan SDM (petani) yang baik tentang budidaya padi	0,111	4,00	0,444
Kesesuaian lahan dengan komoditas padi	0,107	3,40	0,364
Sarana produksi tersedia	0,112	4,00	0,448
Total	0,770		2,952
Kelemahan			
Modal terbatas	0,053	2,00	0,106
Minimnya informasi pasar yang diterima petani	0,048	2,00	0,096
Teknologi sederhana	0,064	2,00	0,128
ketergantungan dengan tengkulak	0,064	2,00	0,128
Total	0,229		0,458

Matriks EFE diperoleh melalui penilaian responden mengenai sejauh mana faktor-faktor eksternal berpengaruh terhadap strategi pemasaran padi di Desa Sumbersari. Analisis peluang memiliki nilai sebesar 2,198 dengan skor tertinggi yaitu pentingnya hidup sehat dan tersedianya bibit yang bersertifikat 0,460 dan ancaman sebesar 0,674 dengan skor tertinggi ancaman rentan terhadap serangan hama 0,170.

Nilai tertimbang EFE sebesar 2,838, artinya kategori sedang dan masuk kuadran II yakni petani belum mampu memanfaatkan peluang dalam memasarkan padi. Tabel matriks EFE ditunjukkan tabel 6.

Tabel 6. Matriks EFE Pemasaran Padi Desa Sumbersari Srono, Banyuwangi

Faktor Kunci Eksternal			
Peluang	Rata-rata Bobot	Rata-rata Rating	Skor
Meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat	0,113	4,00	0,452
Pentingnya hidup sehat	0,115	4,00	0,460
Tersedianya bibit yang bersertifikat	0,115	4,00	0,460
Kemajuan teknologi informasi	0,110	3,40	0,374
Tingkat adopsi inovasi teknologi oleh petani	0,113	4,00	0,452
Total	0,566		2,198
Ancaman			
Adanya produk pengganti	0,060	2,00	0,120
Alih fungsi lahan	0,070	2,20	0,154
Adanya peredaran padi palsu	0,050	2,00	0,100
Perubahan cuaca	0,065	2,00	0,130
Rentan terhadap serangan hama	0,074	2,30	0,170
Total	0,319		0,674

Analisis SWOT Pemasaran Padi Desa Sumpersari Srono Banyuwangi, sebagai berikut:

Faktor Internal dan Faktor Eksternal

STRENGTHS (S)

1. Memiliki ketua kelompok yang aktif
2. Petani aktif mengikuti pelatihan
3. Lokasi usaha (budidaya) yang strategis
4. Lahan milik sendiri
5. Pengetahuan (SDM) yang baik tentang budidaya padi
6. Kesesuaian lahan dengan komoditas padi
7. Sarana produksi tersedia

WEAKNESSES (W)

1. Modal terbatas
2. Minimnya informasi pasar yang diterima petani
3. Teknologi sederhana
4. Ketergantungan dengan tengkulak

OPPORTUNITIES (O)

1. Meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat
2. Pentingnya hidup sehat
3. Tersedianya bibit yang bersertifikat
4. Kemajuan teknologi informasi
5. Tingkat adopsi inovasi teknologi oleh petani

STRATEGI S-O

1. Memperluas jaringan pasar (S1, S2, S3, S7, O1, O2)
2. Memanfaatkan keunggulan wilayah (lokasi dan lahan) dan kemajuan teknologi informasi untuk memasarkan padi (S3, S4, S5, S6, O4)

STRATEGI W-O

1. Mengoptimalkan penggunaan sarana produksi dengan modal yang tersedia (W1, O4, O5)
2. Memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk mengakses informasi pasar (W2, W4, O4)

THREATS (T)

1. Adanya produk pengganti
2. Alih fungsi lahan

3. Adanya peredaran bibit padi palsu
4. Perubahan cuaca
5. Rentan terhadap serangan hama

STRATEGI S-T

1. Meningkatkan promosi padi (S5, S6, S7, T1, T2, T4)
2. Mengembangkan produksi untuk memperoleh produktivitas yang lebih tinggi (S6, S7, T3, T4, T5)

Strategi W-T

1. Memberikan penyuluhan tentang manfaat dari padi yang berkualitas (W1, W2, W3, T3)

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian menggunakan analisis matriks SWOT diperoleh empat strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh petani padi di Desa Sumpersari Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi yakni;

1. Memperluas jaringan pemasaran, dengan memperluas jaringan pasar, diharapkan petani padi dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dibanding hanya menjual pada satu tengkulak saja. Dalam hal ini petani dituntut untuk menjadi lebih kreatif dan rajin mencari informasi pasar.

2. Mengoptimalkan penggunaan sarana produksi dengan modal yang tersedia, Keterbatasan modal yang dimiliki petani, menuntut petani untuk dapat memaksimalkan penggunaan sarana produksi yang ada dalam melakukan budidaya padi organik.

3. Meningkatkan promosi padi agar padi yang dihasilkan oleh petani di Desa Sumpersari lebih dikenal lagi oleh para pelaku pasar.

4. Mengembangkan produksi untuk memperoleh produktivitas yang lebih tinggi. Jika produktivitas padi yang dimiliki petani meningkat, maka diharapkan penjualan petani juga akan mengalami peningkatan sehingga petani memperoleh keuntungan yang lebih banyak.

Saran

Setelah melihat hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka diharapkan :

1. Petani perlu mencari informasi tingkat konsumen agar posisi petani dalam tawar-menawar lebih kuat.
2. Setiap lembaga pemasaran sebaiknya melakukan kerjasama dalam hal pembelian dan penjualan beras berdasarkan pada ikatan langganan, keuntungan yang diperoleh petani dan lembaga pemasaran dapat ditingkatkan secara terus-menerus sehingga pemasaran beras dapat dipertahankan dengan melakukan penjualan secara berkelompok untuk memperoleh posisi tawar yang lebih baik.

Daftar Referensi

- Abidin, M. Z. (2021). Pemulihan ekonomi nasional pada masa pandemi covid-19: Analisis produktivitas tenaga kerja sektor pertanian. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 6(2), 117–138.
- Bruno, L. (2009). Teknik Pengumpulan Data Menurut Sugiono. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- David, F. . (2009). *Manajemen Strategis* (In P. Wuriati (ed.); 12th ed.,). Salemba Empat
- Fauzi, D. (2013). *Strategi Pengembangan Agribisnis Kentang Merah di Kabupaten Solok*. [https://doi.org/https://doi.org/10.18196/agr.2129](https://doi.org/10.18196/agr.2129)
- Harsanto, B. (2020). Inovasi Internet of Things pada Sektor Pertanian: Pendekatan Analisis Scientometrics. *Informatika Pertanian*, 29(2), 111 – 122.
- Indonesia, B.-S. (2020). Statistik Indonesia 2020: Statistical Yearbook of Indonesia 2020. *Indonesia: BPS Statistik Indonesia*.
- Manik R T, Adrianto W D, S. A. (2013). Kajian Pengembangan Kawasan Agropojitan Seroja Kabupaten Lumajang. *Jurnal Tata Kota Dan Daerah*, 5(1), 65–75.
- Marzuki. (2001). *Metodologi Riset*. BPFE Universitas Islam Indonesia
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Nursalam. (2016). Metode Penelitian & Fallis, A. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Yoshida, D. T. (2006). *Arsitektur strategik: sebuah solusi meraih kemenangan dalam dunia yang senantiasa berubah*. Elex Media Komputindo.