

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BENIH PADI UNGGUL BERSERTIFIKAT DI PROVINSI JAMBI

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES FOR CERTIFIED SUPERIOR RICE SEEDS IN JAMBI PROVINCE

¹Sophia, ²Tukidi, ³Bangun Joko Laksono

¹Program Studi Agribisnis, dan ^{2,3} Program Studi Agroteknologi Universitas Graha Karya
Jl. Gajah Mada, Teratai, Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang Hari, Jambi.
Indonesia 36611
sophiastipgk@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal dan internal, untuk menganalisis posisi produk benih padi bersertifikat serta untuk menganalisis strategi pemasaran dan distribusi benih padi unggul bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan konsep manajemen strategi pemasaran dan mengevaluasi perhitungan perubahan lingkungan internal dan eksternal, dimana data dan informasi yang terkumpul diolah dan di analisis secara kualitatif dan kuantitatif. Untuk analisis posisi produk benih padi bersertifikat menggunakan Matrik BCG. Selanjutnya untuk strategi pemasaran benih padi unggul bersertifikat menggunakan Analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kondisi lingkungan internal Balai Benih Induk Provinsi Jambi, memiliki nilai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kelemahan. Sedangkan kondisi lingkungan eksternal Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi memiliki nilai peluang yang lebih tinggi dari pada nilai ancaman. Ini berarti lingkungan internal dan eksternal Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi sudah efektif. Kemudian dilanjutkan dengan analisis posisi produk benih padi unggul bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi pada matriks BCG berada pada kuadran “Cash Cow”. Untuk strategi pemasaran benih padi bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi, posisi yang telah diketahui dalam matriks posisi SWOT. Strategi pemasaran dan distribusi benih padi unggul bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi saat ini secara ekonomis telah efisien.

Kata kunci : Faktor internal dan eksternal, matriks BCG, strategi pemasaran, distribusi, analisis SWOT.

ABSTRACT

This study aims to determine the external and internal environmental conditions, to analyze the position of certified rice seed products and to analyze the marketing and distribution strategies of certified superior rice seeds at the Jambi Province Rice Seed Center. The analysis used in this study is descriptive analysis with a marketing strategy management concept approach and evaluating the calculation of internal and external environmental changes, where the collected data and information are processed and analyzed qualitatively and quantitatively. For the analysis of the position of certified rice seed products using the BCG Matrix. Furthermore, for the marketing strategy of certified superior rice seeds using SWOT Analysis. Based on the results of the study, it was obtained that the internal environmental conditions of the Jambi Province Main Seed Center have a higher strength value compared to the weakness value. While the external environmental conditions of the Jambi Province Main Rice Seed Center have a higher opportunity value than the threat value. This means that the internal and external environments of the Jambi

Province Main Rice Seed Center are effective. Then continued with the analysis of the position of certified superior rice seed products at the Jambi Province Main Rice Seed Center in the BCG matrix is in the "Cash Cow" quadrant. For the marketing strategy of certified rice seeds at the Jambi Province Main Rice Seed Center, the position that has been known in the SWOT position matrix. The marketing and distribution strategy for certified superior rice seeds at the Jambi Province Main Rice Seed Center is currently economically efficient.

Keywords: Internal and external factors, BCG matrix, marketing strategy, distribution, and SWOT analysis.

PENDAHULUAN

Kebijakan pembangunan pertanian saat ini khususnya untuk swasembada pangan telah dituangkan dalam Program dan Kegiatan Pembangunan Pertanian Tanaman Pangan Tahun 2015-2019. Strategi yang digunakan dalam upaya peningkatan produksi pangan diwujudkan dalam Tujuh Gema Revitalisasi Pertanian yaitu: 1) Revitalisasi lahan; 2) Revitalisasi perbenihan dan perbibitan; 3) Revitalisasi infrastruktur dan sarana; 4) Revitalisasi sumber daya manusia; 5) Revitalisasi pembiayaan petani; 6) Revitalisasi kelembagaan petani; dan 7) Revitalisasi teknologi dan industri hilir (Kementrian Pertanian, 2015).

Upaya peningkatan ketahanan pangan menemui beberapa kendala antara lain kapasitas sumber daya alam pertanian terutama lahan dan air yang terbatas dan bahkan semakin menurun. Selama kurun waktu 2000-2014, luas panen padi menyusut sebesar 1.06% per tahun. Penurunan tersebut diduga karena adanya konversi lahan yang disebabkan oleh serangan hama, kekeringan serta respon petani terhadap perubahan harga padi terhadap komoditas pangan lainnya yang lebih menguntungkan (Kementan, 2015).

Dalam usaha peningkatan produksi padi di lakukan upaya antara lain melalui penerapan Sapta usahatani secara lengkap pada para petani. Sapta usahatani meliputi : (1) penggunaan benih unggul bermutu tinggi, (2) pengairan yang baik, (3) cara bercocok tanam. (4) cara pemupukan yang baik, (5) pemberantasan hama dan penyakit, (6) penanganan pasca panen, dan (7) pemasaran hasil. Penggunaan benih padi unggul bermutu tinggi bagi petani

dalam melakukan kegiatan usahatani merupakan syarat penting dalam peningkatan hasil dan kualitas produksi.

Kendala tersebut dapat menurunkan laju pertumbuhan padi dan menimbulkan kerawanan pangan nasional. Disisi lain permintaan beras nasional diperkirakan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Sementara itu, pemerintah telah memberi gambaran tentang ketersediaan beras nasional yang terus naik. Untuk tahun 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019, produksi beras sebesar 43,940,385 Ton, 44,295,834 Ton, 46,161,736 Ton, 47,397,637 Ton, 48,633,538 Ton dan kebutuhan beras nasional diperkirakan masing-masing sebesar 42,477,171 Ton, 43,429,804 Ton, 44,624,550 Ton, 45,819,296 Ton dan 47,014,041 Ton Gabah Kering Giling (GKG).

Peningkatan produktivitas padi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan dalam mewujudkan ketahanan pangan nasional. Upaya tersebut salah satunya dengan penggunaan benih varietas unggul, benih yang terkontrol mutunya akan dapat meningkatkan produksi dan mengurangi resiko kegagalan budidaya tanaman. Benih tersebut harus melalui proses sertifikasi untuk menjaga kemurnian dan mutu benih. Secara nasional penggunaan benih bersertifikat untuk padi relatif masih kecil. Menjaga kelestarian swasembada pangan, berbagai kebijakan yang ditempuh oleh Pemerintah Pusat, Provinsi dan Kabupaten dengan cara memperbaiki mutu dan peningkatan luas areal tanaman padi pada daerah-daerah potensial (Kementrian Pertanian, 2015).

Sektor pertanian khususnya tanaman pangan sendiri berpengaruh terhadap pembangunan perekonomian masyarakat di Provinsi Jambi, saat ini pemerintah telah berupaya meningkatkan pemanfaatan lahan dengan percontaan sawah baru serta menghimbau untuk diversifikasi pangan. Hal ini dilakukan agar ketahanan pangan semakin kuat khususnya di Provinsi Jambi (BPS Provinsi Jambi, 2018).

Diketahui bahwa kabupaten kerinci pada tahun 2018 mempunyai luas panen 28.133 Ha dengan produksi 158.640 Ton dan pada posisi kedua diikuti oleh kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan luas lahan panen 19.324 Ha dan produksi sebesar 95.569 Ton. Sedangkan luas lahan dan produksi padi di Kabupaten Batang

Hari menempati posisi ke enam, yaitu dengan luas panen 8.500 Ha dan produksi 40.214 Ton.

Kabupaten Batang Hari merupakan salah satu daerah dataran rendah yang ketinggiannya berkisar 0-500 M dpl. Kabupaten Batang Hari adalah salah satu wilayah pengembangan sektor pertanian tanaman pangan khususnya komoditi padi sawah, Kabupaten Batang Hari sudah memiliki kontribusi dan memiliki potensi dalam melestarikan swasembada pangan dan meningkatkan kesejahteraan petani. Untuk luasan tanam, luas panen, produksi dan produktivitas per Kecamatan di Kabupaten Batang Hari tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi Sawah di Kabupaten Batang Hari Tahun 2022

No	Kecamatan	LP (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kw/Ha)
1	Maro sebo ulu	1.511	7.227	47,83
2	Mersam	1.435	6.776	47,22
3	Muara Tembesi	854	3.911	45,79
4	Batin XXIV	80	364	45,5
5	Maro sebo ilir	1.509	7.017	7.017
6	Muara Bulian	1.873	9.103	48,6
7	Bajubang	13	58	44,61
8	Pemayung	1.225	5.758	47
Jumlah		8.500	40.214	47,31

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Batang Hari, Tahun 2023

Di Kecamatan Pemayung terdapat instansi pemerintah yang merupakan instansi yang fokus kepada penyediaan benih padi unggul yang bersertifikat yang bernama Balai Benih Induk (BBI) Padi Provinsi Jambi. Balai Benih Induk (BBI) Padi Provinsi Jambi adalah instansi yang terletak di Kelurahan Jembatan Mas Kecamatan Pemayung Kabupaten Batang Hari yang merupakan pelaksanaan teknis perbenihan ditingkat lapangan dan merupakan bagian dari UPTD perbenihan TPH Dinas Pertanian Tanaman Pangan Hortikultura dan Perternakan Provinsi Jambi, berdasarkan peraturan Gubernur Nomor 20 Tahun 2009.

Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi berfokus kepada bidang usahanya adalah produksi dan distribusi benih padi unggul bersertifikat. Produksi yang dihasilkan oleh BBI Padi Sukajaya akan disalurkan keberbagai daerah. Maka dari itu Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi harus selalu meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan perbenihan pada musim tanam di berbagai daerah, jenis varietas yang di produksi pun juga bermacam-macam jenis. Berikut adalah varietas-varietas yang di produksi di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi dan data luas panen, produksi dan produktivitas yang ada di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi pada tahun 2022.

Tabel 2. Jenis Varietas, Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Benih Padi Unggul di BBI Padi Sukajaya Jambi Berdasarkan Varietas Benih Tahun 2022

No	Varietas	Luas (Ha)	Produksi Benih (Kg)	Produktivitas (Kg/Ha)
1.	Inpara 3	6.00	3.880	6,47
2.	Inpari 34	5.00	5.160	10,32
3.	Inpari 33	2.00	2.200	11
4.	Inpari 30	2.00	2.950	14,75
5.	Inpari 32	1.50	800	5,33
6.	PB. 42	2.50	1.430	2,72
Jumlah		1.900	16.420	

Sumber : BBI Padi Sukajaya Tahun 2023.

Benih padi unggul yang tersalurkan oleh Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi yang tertinggi pada benih padi Inpara 3 sebanyak 1.850 Kg yang disalurkan pada Kabupaten Batanghari (1.370 kg), Sarolangun (250 kg), Muaro Jambi (190 kg), Kota Jambi (10 kg), dan Tanjung Jabung Timur (30 kg).

Benih padi merupakan salah satu faktor penting yang sangat mendukung keberhasilan swasembada pangan. Namun, permintaan beras diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun, sedangkan produksi padi sering menurun. Kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan dan kesuksesan suatu instansi. Berhasil atau tidaknya kegiatan pemasaran sangat ditentukan oleh strategi pemasaran yang dijalankan sebelumnya menganalisis posisi produk tersebut dibandingkan pesaingnya.

Strategi yang paling tepat bagi suatu instansi adalah strategi yang disusun dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternalnya. Penilaian terhadap faktor-faktor dari dalam lingkungan eksternal atau internal tidaklah cukup untuk merumuskan strategi dalam upaya pengelolaan yang lebih baik dari sebelumnya. Disamping itu juga diperlukan penilaian terhadap faktor-faktor di luar instansi karena lingkungan eksternal dapat setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Dan perlu

juga menganalisis bagaimana posisi instansi dibandingkan penangkaran lain berdasarkan laju pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatifnya. Dengan mengetahui keberadaan atau posisi dalam industri perbenihan, maka akan mempermudah dalam memberikan pemilihan alternatif strategi.

Tantangan utama dalam pemasaran adalah bagaimana membangun dan mempertahankan usaha yang sehat dalam pasar dan lingkungan usaha yang cepat berubah sehingga mempengaruhi organisasi dan manajemen instansi.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diteliti adalah (1) Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal yang di hadapi Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi, (2) Bagaimana posisi produk benih padi bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi dalam matriks BCG, (3) Bagaimana strategi pemasaran dan distribusi benih padi bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Instansi Pemerintah Balai Benih Induk (BBI) Padi Suka Jaya yang terletak di Kelurahan Jembatan Mas Kecamatan Pelayung Kabupaten Batang Hari, penelitian ini mulai dari tanggal 01 Desember 2023 s/d 31 Maret 2024. Pemilihan lokasi ini dilakukan bahwa hanya BBI Padi Provinsi Jambi sebagai

satu-satunya lembaga pemerintah di Provinsi Jambi yang memiliki kewenangan atas menghasilkan benih padi unggul bersertifikat. Lingkup penelitian dibatasi pada data tahun 2024.

Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data dan metode pengambilan data yaitu data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh sendiri dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, serta dari hasil wawancara kepada responden (dengan panduan kuisioner).

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Bersumber dari pustaka dan lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan konsep manajemen strategi pemasaran dan menghitung perubahan lingkungan internal dan eksternal. Pada penelitian ini metode deskriptif yang digunakan adalah metode studi kasus, sehingga sekumpulan yang diambil akan tetap terkait dengan instansi.

Data dan informasi yang terkumpul diolah dan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008) penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang diperoleh menyangkut keadaan subjek atau fenomena yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Sedangkan deskriptif kualitatif adalah metode untuk menyelidiki objek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka maupun ukuran lain yang berupa eksak.

Analisis Lingkungan Pemasaran

Analisis lingkungan pemasaran meliputi lingkungan eksternal dan internal. Data dan informasi yang dikumpulkan untuk analisis lingkungan eksternal mencakup lingkungan makro dan mikro. Analisis lingkungan makro dilakukan untuk melihat faktor-faktor jauh atau terpisah yang dihadapi perusahaan yang dapat menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan, antara lain:

1. Lingkungan demografi, berkaitan dengan tingkat populasi dan pertumbuhan penduduk.
2. Lingkungan ekonomi, berkaitan dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi, laju inflasi dan distribusi pendapatan.
3. Lingkungan alam, meliputi letak geografis, potensi lahan pertanian dan keadaan iklim.
4. Lingkungan teknologi, berkaitan dengan perkembangan teknologi.
5. Lingkungan politik dan hukum, berkaitan dengan peraturan pemerintah.
6. Lingkungan sosial dan budaya, berkaitan dengan perubahan sosial dalam masyarakat.

Analisis lingkungan mikro dilakukan dengan melihat faktor-faktor lingkungan dekat yang dihadapi yang dapat mejadi peluang dan ancaman bagi instansi, antara lain :

1. Pemasok, berkaitan dengan sistem pengadaan input sarana produksi yang telah di sediakan oleh pemerintah.
2. Perantara pasar, meliputi jalur distribusi yang ditempuh atau lembaga distribusi yang terkait.
3. Pelanggan, berkaitan dengan profil pelanggan yang dilayani.
4. Pesaing, berkaitan dengan profil pesaing dan posisi pesaing.

Analisis lingkungan internal digunakan data dan informasi tentang pemasaran dan distribusi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, sumber daya dan sumber daya

manusianya, serta faktor keuangan dan akutansi.

Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal (IFE-EFE)

Penilaian Internal ditunjukkan untuk mengukur sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki instansi. Langkah yang ringan dalam melakukan penilaian internal adalah dengan menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*. Faktor-faktor yang diamati seperti visi, misi, dan struktur perusahaan, laporan keuangan, laporan sumber daya manusia, serta laporan kegiatan operasional dan produksi, penelitian dan pengembangan, serta laporan pemasaran dan distribusi.

Matriks *External Factor Evaluation (EFE)* mengarah kepada rumus strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial budaya, demografis, lingkungan, politik, teknologi, pemasok, pesaing, pembeli, pasar, dan kelompok kepentingan tertentu.

Matriks IFE dan EFE diolah dengan menggunakan beberapa langkah-langkah seperti yang dipaparkan dibawah ini :

- a. Identifikasi faktor Internal dan Eksternal

$$\text{Tingkat Pertumbuhan Pasar (2018) (dalam \%)} = \frac{\text{Penjualan (2018)} - \text{Penjualan (2017)}}{\text{Penjualan (2017)}} \times 100\%$$

Selain itu juga dari data penjualan instansi dan kelompok pesaing akan diperoleh besarnya pangsa pasar relatif masing-masing pesaing. Pangsa pasar

$$\text{Pangsa Pasar Relatif (persen)} = \frac{\text{pangsa pasar instansi}}{\text{Pangsa pasar pesaing utama}}$$

Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasari pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

- b. Penentuan bobot
- c. Penentuan peringkat (*Rating*)

Analisis Posisi

Analisis posisi dilakukan dengan menggunakan matriks BCG. Matriks BCG atau BCG Matrix adalah alat analisis bisnis yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam mempertimbangkan peluang pertumbuhan dengan perencanaan strategi jangka panjang dan meninjau portofolio. Analisis matriks portofolio digunakan untuk membandingkan situasi perkiraan dari perusahaan dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang sama. Karena matriks ini dikembangkan oleh pendiri *Boston Consulting Group* maka matriks ini dinamakan matriks BCG.

Matriks BCG adalah suatu diagram yang memiliki dua sumbu, yaitu pertumbuhan pasar dan pangsa pasar, yang berdasarkan tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatifnya. Data yang digunakan untuk menghitung tingkat pertumbuhan pasar adalah tingkat penjualan dua tahun terakhir dari instansi. Dari data tersebut akan dihitung tingkat pertumbuhan pasar dengan cara :

relatif diukur dengan membandingkan pangsa pasar yang dimiliki instansi dengan pangsa pasar pesaing utamanya. Adapun rumus yang digunakan adalah :

Penyusunan strategi yang diterapkan berdasarkan matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 8. Data yang digunakan dalam analisis SWOT dibahas melalui tahapan sebagai berikut :

1. Tentukan faktor-faktor eksternal, faktor-faktor ancaman, faktor-faktor kekuatan dan faktor-faktor kelemahan dalam instansi.

2. Sesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi SO.
3. Sesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi WO.
4. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi ST.
5. Sesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan WT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal yang dihadapi BBI Padi Provinsi Jambi.

Lingkungan internal merupakan suatu kondisi yang ada di dalam perusahaan. Faktor internal perusahaan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi arah dan tindakan perusahaan yang berasal dari intern perusahaan. Analisis internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan.

Untuk melihat kondisi internal di Balai Benih Induk (BBI) Padi Provinsi Jambi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kondisi Faktor Internal di Daerah Penelitian Tahun 2024.

Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor (Rating x bobot)
Kekuatan			
a. Menghasilkan produk benih padi berkualitas	4	0.2	0.8
b. Terjalin kerjasama yang baik dengan petani penangkar	3	0.1	0.3
c. Merk produk sama dengan nama perusahaan			
d. Pengawasan mutu secara ketat dari proses produksi sampai tahap akhir bersertifikat benih oleh BPSB	3	0.1	0.3
	4	0.2	0.8
Total Skor Kekuatan	14	0,6	2.2
Kelemahan			
a. Produk tidak dapat disimpan terlalu lama	-4	0.2	-0.8
b. Keterbatasan jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan	-2	0.1	-0.2
c. Kurangnya promosi atas produk benih bersertifikat			
	-4	0.2	-0.8
Total Skor Kelemahan	-10	0.5	-1.8
Total Kekuatan – kelemahan		1	
Selisih kekuatan – kelemahan		0.4	

Sumber : Data Hasil Olahan Data Primer, 2024

Lingkungan eksternal meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang dan ancaman bagi instansi. Analisis lingkungan eksternal memberi kesempatan untuk mengantisipasi

peluang dan membuat rencana untuk melakukan tanggapan pilihan terhadap peluang ini.

Untuk melihat kondisi lingkungan Jambi dapat dilihat pada Tabel 4. eksternal Balai Benih Induk Provinsi

Tabel 4. Kondisi Faktor Eksternal di Daerah Penelitian, 2020.

Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor (Rating x bobot)
Peluang			
a. Minat petani terhadap produk benih padi bersertifikat masih rendah.	4	0.2	0.8
b. Penelitian serta pengembangan tentang varietas unggul masih terus dilakukan.	4	0.2	0.8
c. Pertambahan jumlah penduduk	3	0.1	0.3
Total Skor Peluang	11	0,5	1.9
Ancaman			
a. Persaingan industri dalam benih bersertifikat	-3	0.3	-0.9
b. Kecenderungan situasi keamanan yang tidak mendukung.	-1	0.1	-0.1
c. Penetapan harga maksimum oleh pemerintah yang sering kali berubah-ubah.	-1	0.1	-0.1
Total Skor Kekuatan	-5	0.5	-1.1
Total Peluang – Ancaman			1
Selisih Peluang – Ancaman			0.8

Sumber : Data Hasil Olahan Data Primer, 2024

Analisis Posisi Produk benih Padi Bersertifikat di BBI Padi Sukajaya Jambi Dengan Menggunakan Kualitas BCG.

Matriks portofolio ini berdasarkan pada laju pertumbuhan pasar sasaran dan pangsa pasar relatif dibandingkan pesaing terdekat, data yang digunakan adalah data

volume penjualan produk benih padi bersertifikat BBI Provinsi Jambi. Keterbatasan data yang diperoleh menyebabkan data ini diasumsikan mewakili data benih bersertifikat, data tersebut dihitung tingkat pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, dan pangsa pasar relatif dari BBI Provinsi Jambi.

Tabel 5. Laju Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar dan Pangsa Pasar Relatif

No	Uraian	Pertumbuhan Pasar 2017-2018 (%)	Pangsa Pasar (2018)	Pangsa Pasar Relatif
1	BBI Provinsi Jambi	2,25	43,55	1,06
2	BBI Lubuk Minturun Padang	1,63	41,21	0,95
Jumlah		3.88 1,94	84,76 42,38	2,01 1,00

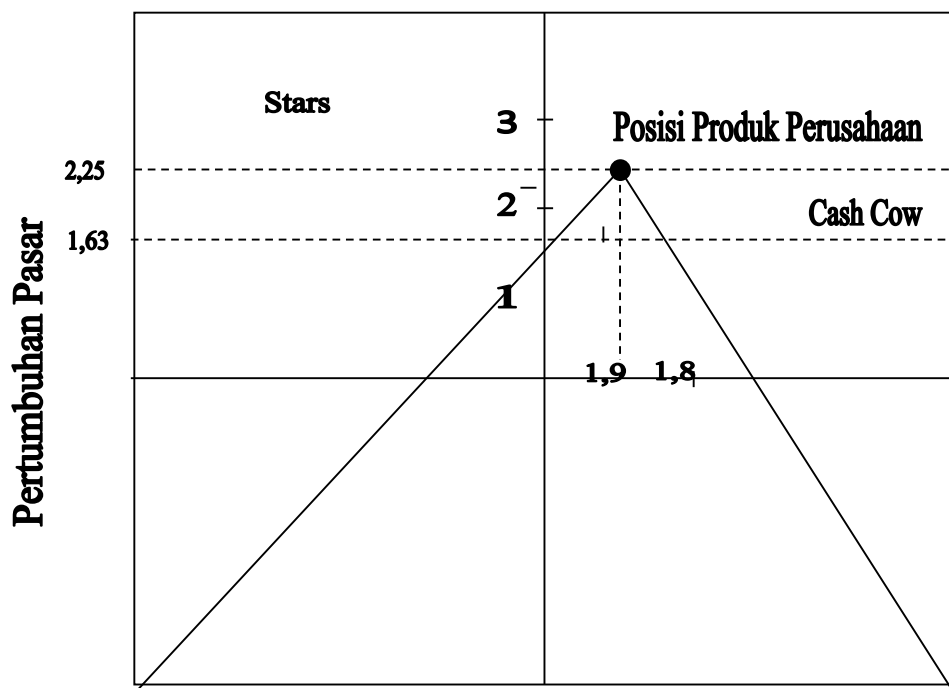
Sumber : Direktorat Perbenihan Tanaman Pangan, 2024.

Pada Tabel 5 terlihat hasil penghitungan dari laju pertumbuhan pasar, pangsa pasar 2024, serta pangsa pasar relatif. Terlihat bahwa laju pertumbuhan pasar di BBI Provinsi Jambi lebih tinggi yaitu sebesar 2,25% dibandingkan dengan

BBI Lubuk Minturun Padang yang hanya sebesar 1,63% . Untuk pangsa pasar BBI Provinsi Jambi juga memiliki nilai lebih tinggi sebesar 43,55% dibandingkan dengan BBI Lubuk Minturun Padang sebesar 41,21%.

Berdasarkan nilai pasar relatif dan nilai tingkat pertumbuhan pasar diatas, maka posisi produk benih padi bersertifikat BBI Provinsi Jambi pada

matriks BCG berada pada kuadran “Cash Cow” (Sapi Perah) seperti pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kuadran Matriks BCG

Pada kuadran ini unit usaha yang bergerak dalam pasar dengan memiliki pangsa pasar yang tinggi namun prospek pertumbuhan kedepan akan sangat terbatas, pada kuadran ini, produk atau unit bisnis yang merupakan pemimpin pasar, menghasilkan pendapatan yang lebih banyak dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Pendapatan yang didapat biasanya digunakan untuk pendanaan penelitian dan pengembangan produk-produk baru yang masih berada di *question marks* (tanda tanya). Untuk itu, maka disarankan untuk mempertahankan produktivitas dan kualitas.

Analisis Strategi Pemasaran dan Distribusi benih Padi Bersertifikat di BBI Provinsi Jambi

Strategi pemasaran adalah analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis :

penetapan tujuan pemasaran, perkembangan, pelaksanaan serta pengolahan, strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.

Dari hasil matriks SWOT diatas diperoleh bahwa nilai total skor pembobotan dan pemasaran benih padi bersertifikat oleh BBI Provinsi Jambi adalah untuk faktor internal bernilai 0,4 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 0,8 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Pemasaran benih padi bersertifikat di BBI Sukajaya Jambi berada di Kuadran I artinya pemasaran benih padi di BBI Provinsi Jambi yakni menguntungkan dan mempunyai peluang

secara maksimal. Adapun strategi yang digunakan pada kuadran I ini adalah strategi agresif. Setelah mengetahui hasil diatas maka perlu dilakukan analisis dengan menyusun faktor-faktor strategis

dengan matriks SWOT. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis (SO, ST, WO, WT). seperti terlihat pada Tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. Hasil Penyusunan Alternatif Strategi Pemasaran berdasarkan Matriks SWOT.

IFAS EFAS	Strengths (S) - Menghasilkan produk benih padi berkualitas. - Terjalin kerjasama yang baik dengan petani penangkar. - Merk perusahaan sama dengan nama perusahaan. - Pengawasan mutu secara ketat dari proses produksi sampai tahap akhir secara sertifikasi benih oleh BPSB.	Weakness (W) - Produk tidak dapat disimpan terlalu lama - Keterbatasan jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan - Kurangnya promosi atas produk benih bersertifikat
Opportunities (O) - Minat petani terhadap produk benih padi bersertifikat masih rendah. - Penelitian pengembangan tentang varietas unggul masih terus dilakukan. - Penambahan jumlah penduduk.	Strategi (SO) - Meningkatkan kualitas benih padi. - Meningkatkan kerja sama dengan petani penangkar, penyalur serta instansi pemerintah yang berkaitan dengan perbenihan. - Memperluas wilayah pemasaran guna memenuhi kebutuhan benih padi.	Strategi (WO) - Mengoptimalkan kapasitas produksi dengan sumber daya yang ada. - Melakukan pengembangan terhadap mesin dan peralatan teknologi yang canggih. - Melakukan sosialisasi (penyuluhan) kepada petani konsumen untuk menggunakan benih padi bersertifikat.
Threats (T) - Persaingan industri dalam benih bersertifikat - Kecenderungan situasi keamanan yang tidak mendukung. - Penetapan harga maksimum oleh pemerintah yang seringkali berubah-ubah.	Strategi (ST) - Meningkatkan mutu produk dan pelayanan untuk menarik minat petani konsumen.	Strategi WT - Meningkatkan program promosi secara efektif dan efisien guna mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.

Sumber : Rangkuti (1999)

Keempat berbagai kemungkinan strategi diatas yang berupa strategi SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WT (*Weakness-Threats*), dan

WO (*Weakness-Opportunities*) tidak digunakan seluruhnya dalam pemasaran benih padi bersertifikat di daerah penelitian, melainkan disesuaikan dengan

posisi yang telah diketahui dalam matriks posisi SWOT. Di daerah penelitian posisi BBI Sukajaya Jambi dalam pemasaran benih padi bersertifikat berada pada kuadran I sehingga strategi yang tepat digunakan dalam posisi ini yaitu strategi agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, sehingga strategi-strategi yang tepat digunakan dalam pemasaran benih padi bersertifikat di daerah penelitian adalah SO (*Strengths-Opportunities*) yang meliputi :

- a. BBI Provinsi Jambi dapat meningkatkan kualitas benih padi.
- b. BBI Provinsi Jambi dapat bekerja sama dengan petani penangkar, penyalur serta instansi pemerintah di daerah lainnya yang berkaitan dengan perbenihan.

BBI Provinsi Jambi dapat memperluas wilayah pemasaran guna memenuhi kebutuhan benih padi agar dapat menambah jumlah pembeli/pelanggan.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Kondisi lingkungan internal Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi, memiliki nilai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kelemahan. Sedangkan kondisi lingkungan eksternal Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi memiliki nilai peluang yang lebih tinggi dari pada nilai ancaman. Ini berarti lingkungan internal dan eksternal Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi sudah efektif.

Posisi produk benih padi unggul bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi pada matriks BCG berada pada kuadran “Cash Cow” (Sapi Perah). Memiliki pangsa pasar yang tinggi. Pada kuadran ini, produk atau unit bisnis yang merupakan pemimpin pasar dengan input yang lebih besar dari output. Pendapatan yang didapat digunakan untuk pendanaan penelitian dan pengembangan produk-

produk baru yang masih berada di Question Marks (tanda tanya).

Strategi Pemasaran benih Padi Bersertifikat di Balai Benih Induk Padi Provinsi Jambi, posisi yang telah diketahui dalam matriks posisi SWOT. Di daerah penelitian posisi BBI Provinsi Jambi dalam pemasaran benih padi bersertifikat berada pada kuadran I yakni strategi agresif.

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari, Sofjan. 2002. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Sreategi*. Raja Grapindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. 2018. Provinsi jambi. <http://Provinsijambi.bps.go.id> (diunduh pada tanggal 18 januari 2020, pukul 07.59 WIB).
- BPTP Jambi. 2011. *Agro Inovasi Benih Unggul. Provinsi Jambi*.
- Dinas Pertanian Kabupaten Batanghari. 2018. *Tentang Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi padi sawah tahun 2018*. Kabupaten Batanghari.
- Glueck, William F. and Lawrence R, Jauch. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Kementrian Pertanian. 2015. *Simulasi Kebijakan Terkait Perberasan di Indonesia. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Keenam Jilid 1. *Terjemahan*. Intermedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Penerbit Prenhallindo. Jakarta.
- Liliana. 2000. *Analisis Manajemen Strategi Pemasaran Benih Padi (Studi Kasus: PT. Sang Hyang Seri Cabang Lampung)*. Skripsi. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial

- Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Pusdatin (pusat datadan informasi kementerian pertahanan) . 2014. Proyeksi Ketersediaan Beras Nasional Tahun 2015-2019.
- Rangkuti, Freddy. 1999. Analisis SWOT Teknik Membedakan Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Ratnasari, Winda. 2002. *Analisis Strategi Pemasaran Benih Padi Bersertifikat pada PT. Pertanian Wijaya Jawa Barat*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sadjad, Syamsul. 2014. *Dari Benih Kepada Benih*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Soetopo, Lita. 1993. *Teknologih Benih. Rajawali Pers*. Jakarta.
- Tjiptono, fandi. 2000. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996. *Tentang Pagan*.