

Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Benih Jagung Manis (*Zea mays saccharata*) Varietas YS 12 Produksi CV. Danau Tondano Seed Expert Jember

Hasanuddin¹, Ridwan Iskandar², R.Alamsyah Sutantio²

¹Mahasiswa Program Studi Magister Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

²Dosen Program Studi Magister Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

Email : mashasanjember@gmail.com

ABSTRAK

Jagung manis merupakan produk yang saat ini terus mengalami peningkatan permintaan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Telah banyak varietas jagung manis hibrida yang ada di pasar Indonesia. Salah satu perusahaan yang mengembangkan jagung manis adalah CV. Danau Tondano Seed Expert Jember yang berkedudukan di wilayah Kabupaten Jember. Perusahaan ini merupakan perusahaan lokal Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017 dan memiliki fokus bisnis pada pengembangan jagung manis (*sweet corn*), jagung pakan (*Field corn*), dan juga jagung ketan (*Waxy corn*). Salah satu Varietas jagung manis yang dimiliki oleh CV. Danau Tondano Seed Expert Jember adalah varietas YS 12 yang sudah dilepas oleh Kementerian Pertanian RI dengan nomor : 27/Kpts/PV.240/D/I/2023. Pada tahap awal CV. Danau Tondano Seed Expert Jember merencanakan akan memproduksi dan menjual benih jagung varietas YS 12 sebanyak 2 ton, sehingga perusahaan ini memerlukan perencanaan strategi pemasaran untuk produk tersebut. Terdapat banyak macam alat analisis yang dapat digunakan untuk menemukan dan merencanakan strategi pemasaran, salah satunya adalah analisis SWOT untuk tahap awal kemudian dilanjutkan dengan metode AHP untuk menarik kesimpulan strategi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT menunjukkan perusahaan ini memperoleh posisi strategi pemasaran Jagung Manis Varietas YS 12 pada sel/kuadran V, yaitu menjaga dan mempertahankan (*Hold and Maintan*), serta hasil analisis AHP didapat beberapa strategi prioritas untuk pemasaran benih jagung manis Varietas YS 12 yaitu : Mengoptimalkan peran tenaga pemasaran dan peningkatan volume promosi untuk memperluas jaringan pemasaran produk, mengoptimalkan branding produk untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan produksi dan persediaan bahan baku untuk mengatasi fluktuasi ketersediaan dan harga bahan baku.

Kata kunci : AHP, jagung manis, pemasaran, SWOT, YS 12