

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan daerah yang kaya akan sumber daya alamnya termasuk kaya akan hasil panen tanaman pertaniannya. Indonesia juga terkenal dengan sebutan negara agraris karena sebagian besar masyarakat Indonesia mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian atau bercocok tanam. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 2018 mencatat 30,46% atau 33.487.806 pekerja di Indonesia bekerja di bidang pertanian. Sektor pertanian menjadi salah satu dari ketiga lapangan pekerjaan yaitu sektor perdagangan dan industri yang memiliki tenaga kerja terbanyak di Indonesia. Hasil pertanian Indonesia meliputi berbagai macam tumbuhan komoditas ekspor yaitu padi, jagung, kedelai, sayur-sayuran, aneka cabai, ubi, dan singkong. Berdasarkan data tersebut pekerjaan di bidang pertanian cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan peminatan yang cukup besar tersebut membuat perdagangan di industri pertanian mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Perdagangan di industri pertanian meliputi berbagai produk pertanian. Salah satunya yaitu komoditas jagung di Indonesia. Jagung merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia dan menjadi salah satu kebutuhan pangan utama bagi masyarakat Indonesia serta nilai permintaannya cukup tinggi. Berdasarkan hitungan Direktorat Jenderal Tanaman Pangan (Ditjen TP) Kementan, produksi jagung dalam 5 tahun terakhir meningkat rata-rata 12,49% per tahun. Hal tersebut berarti pada tahun 2018 produksi jagung di Indonesia mencapai 30 juta ton pipilan kering (PK). Hal ini juga didukung oleh data luas panen per tahun yang rata-rata meningkat 11,06% dan produktivitas rata-rata meningkat 1,42% (ARAM I, BPS 2018). Sementara dari sisi kebutuhan, berdasarkan data dari Badan Ketahanan Pangan (BKP) Kementan, kebutuhan jagung tahun ini diperkirakan sebesar 15,5 juta ton PK yang terdiri dari pakan ternak sebesar 7,76 juta ton PK, peternak mandiri

2,52 juta ton PK, untuk benih 120 ribu ton PK, dan industri pangan 4,76 juta ton PK. Berdasarkan data tersebut para pengusaha di bidang pertanian khususnya di pembenihan jagung mengalami persaingan pasar yang cukup ketat. Hal tersebut membuat persaingan pasar tidak bisa dihindarkan. Banyaknya produk yang sejenis akhirnya membuat para kompetitor berlomba-lomba dalam memasarkan dan mengunggulkan produknya masing-masing. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau badan usaha untuk mengenalkan produknya ke konsumen untuk kebutuhan pasar demi keberlanjutan dari perusahaan dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan sendiri. Permasalahan yang timbul akibat kurang tepatnya pemasaran yang dilakukan juga mengakibatkan banyak masalah yang terjadi bagi perusahaan, tidak sedikit perusahaan yang mengalami kebangkrutan karena hal ini. Dalam segi pemasaran, produsen harus memikirkan strategi pemasaran yang sesuai dengan produk dan kondisi pasar saat ini sehingga mampu bersaing dengan para kompetitor lainnya dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Dan hal ini lah yang dilakukan oleh PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI).

PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pertanian khususnya pembenihan jagung hibrida. PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) termasuk unit bisnis yang dimiliki oleh Indophil Asia Equities Inc Filipina di Indonesia. PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) berdiri pada tahun 2002 yang berada di Manado Sulawesi Utara, kemudian pada tahun 2003 PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) dipindahkan operasinya di Jember Jawa Timur. Unit bisnis ini dipindahkan ke Jember Jawa Timur karena daerah ini merupakan salah satu sentra agribisnis yang menjanjikan di Indonesia. Sejak saat itu juga perusahaan mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga menjadi salah satu pemain penuh jagung hibrida terkemuka di Indonesia. Sampai saat ini PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) mempunyai tiga *production line* fasilitas pemrosesan benih jagung yang canggih dan mampu memproduksi 20 ribu ton benih jagung per tahunnya. Namun seiring berjalannya waktu, roda perputaran perusahaan pun terus berputar, banyak bermunculan perusahaan lain yang menjual

produk yang sejenis dengan PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) sehingga membuat penjualan perusahaan mengalami penurunan. Bahkan pada tahun 2018 perusahaan mengalami penurunan penjualan hingga 25% atau 5 ribu ton benih jagung dari jumlah produksi per tahunnya. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan kurang luasnya distribusi produk dan semakin banyaknya produk yang sejenis dengan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan evaluasi dan perbaikan manajemen, kemudian merencanakan dan membuat alternatif strategi pemasaran baru yang efektif dan efisien agar mampu bersaing dengan kompetitor lain dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pembuatan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan dengan analisis QSPM. Dengan analisis SWOT perusahaan dapat menganalisa lingkungan internal dan eksternal PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI), sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancamannya (*threats*) sebagai dasar keputusan untuk merumuskan strategi prioritas pemasaran secara tepat yang nantinya dapat diterapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran benih jagung hibrida PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) di Kabupaten Jember?
- b. Apakah alternatif strategi yang sesuai untuk diterapkan pada pemasaran benih jagung hibrida PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) di Kabupaten Jember ?

- c. Apakah yang menjadi strategi prioritas pemasaran benih jagung hibrida PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) di Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disusun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis apa yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran benih jagung hibrida PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) di Kabupaten Jember.
- b. Untuk merekomendasikan alternatif strategi yang sesuai untuk diterapkan pada pemasaran benih jagung hibrida PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) di Kabupaten Jember.
- c. Untuk merekomendasikan strategi prioritas pemasaran benih jagung hibrida PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka dapat dijelaskan manfaat penelitian ini yaitu:

- a. Bagi Perusahaan
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengevaluasi dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai pada PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) Kabupaten Jember agar dapat bersaing dengan kompotitor lain yang sejenis sehingga meningkatkan volume penjualannya.
- b. Bagi Program Studi Manajemen Agroindustri
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pustaka yang ada di perpustakaan Politeknik Negeri Jember mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan analisis QSPM.

c. Bagi Masyarakat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wadah pembelajaran, menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang strategi pemasaran sehingga dapat diterapkan dalam perkuliahan dan di lapangan serta menjadi salah satu referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

