

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan badan statistik (2021) sektor pertanian, kehutanan dan perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi primer yang memberikan kontribusi tertinggi terhadap desa Delod Peken. Selain memberikan kontribusi tertinggi, sektor pertanian, pertumbuhan, dan perikanan juga merupakan sektor yang tetap bertahan terhadap perekonomian yang berdampak negatif pada laju pertumbuhan perekonomian (Nasution *et al.*, 2020).

Jagung merupakan salah satu komoditas pertanian strategis yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan, pakan, dan bahan baku industri di Indonesia. Sebagai tanaman pangan utama setelah padi, jagung memiliki potensi besar untuk dikembangkan guna mendukung ketahanan pangan nasional. Produksi jagung di berbagai daerah terus mengalami peningkatan seiring dengan tingginya permintaan pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional. Salah satu jenis jagung yang banyak dibudidayakan adalah jagung hibrida, yang dikenal memiliki produktivitas tinggi dan kualitas unggul

Jagung hibrida merupakan salah satu jenis Jagung yang memiliki keturunan pertama dari perkawinan silang antara tanaman jagung betina dengan tanaman jagung jantan, masing-masing keduanya memiliki sifat individu homogen dan heterozigot yang unggul dan termasuk kedalam tanaman berumur pendek.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sumber daya yang cukup potensial untuk dikembangkan, dimana potensi pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas pemasaran dan diharapkan dapat meningkatkan

pertumbuhan ekonomi. hal ini dilatar belakangi karena sebagian besar mata pencaharian penduduk bertumpu pada sektor pertanian yang terdiri dari subsektor tanaman pangan dan sub sektor perkebunan. Sub sektor pangan mempunyai peranan yang cukup besar dalam pemasaran sektor pertanian. Oleh sebab itu pembangunan disektor pangan juga terus mengalami peningkatan, dan salah satu tujuan utama pembangunan disektor ini adalah meningkatkan produksi dan mutu produksi.

Pergerakan produksi jagung, konsumsi jagung dan impor jagung di Indonesia dapat diketahui bahwa dalam periode lima tahun nilai produksi dan konsumsi cenderung mengalami kenaikan, hanya di tahun tertentu yang mengalami penurunan. Berbeda dengan pergerakan produksi dan konsumsi jagung nilai impor jagung Indonesia cenderung berfluktuatif. Pada tahun 2012 impor jagung sebesar 1.805.392 ton dan naik menjadi 3.194.419 ton pada tahun 2013. Namun pada tahun 2014 impor jagung mengalami sedikit penurunan menjadi 3.175.362 ton dan meningkat lagi menjadi 3.500.104 ton di tahun 2015. 3 Kemudian pada tahun 2016 mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 900.000 ton (BPS, 2016).

Bali merupakan salah satu provinsi yang sangat potensial untuk pengembangan usahatani jagung. Keberadaan komoditas unggulan pada suatu daerah dapat memudahkan upaya pemasaran usahatani, penentuan komoditas unggulan dirasa sangat penting karena dengan diketahuinya komoditas unggulan maka fokus pemasaran terhadap komoditas tersebut menjadi prioritas. Namun demikian hal tersebut tentunya tidak mengabaikan komoditas unggulan lainnya. Berdasarkan tabel 1.1 di bawah ini di provinsi bali khususnya di Kabupaten Tabanan jagung merupakan salah satu komoditi unggulan karena cenderung

mengalami peningkatan produksi dari tahun 2015-2019, hal ini menunjukkan jagung merupakan salah satu komoditas yang potensial untuk dikembangkan.

Kabupaten Tabanan, sebagai salah satu sentra pertanian di Bali, memiliki potensi besar dalam pengembangan jagung hibrida. Desa Delod Peken, khususnya di kawasan Tegalan, menjadi salah satu wilayah yang berkontribusi dalam produksi jagung hibrida. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, pemasaran jagung hibrida dari wilayah ini menghadapi berbagai tantangan. Masalah dalam pemasaran sering kali menjadi hambatan bagi petani dalam meningkatkan pendapatan mereka, seperti kurangnya akses ke pasar yang lebih luas, fluktuasi harga, serta minimnya dukungan teknologi pemasaran.

Tabel 1.1 Jagung Hibrida Kota tabanan .

Tahun	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
2015	3.909	27.426	7.016
2016	3.718	18.636	5.012
2017	3.318	16.144	4.865
2018	3.923	18.015	4.592
2019	6.904	46.308	6.707

Sumber : BPS tahun 2023

Hasil produksi jagung di Kabupaten Tabanan Tahun 2015 hingga tahun 2019 fluktuatif. Selama dua tahun terakhir (Tahun 2018-2019), hasil produksi jagung di Kabupaten Tabanan mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2016 dan tahun 2017 hasil produksi jagung mengalami penurunan. Pada tahun 2019, hasil produksi jagung di Kabupaten Tabanan sebanyak 46.308 ton pipilan kering. Hasil tersebut meningkat sebesar 1,5 kali lebih besar dari tahun 2018. Sedangkan luas panen jagung pada tahun 2019 sebesar 6.904 hektar. Produktivitas jagung pada tahun 2019 terhitung sebesar 6,707 ton/ha. Produktivitas tersebut meningkat

dibandingkan tahun 2018. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 Kabupaten Tabanan mengalami peningkatan hasil produksi paling tinggi selama kurun waktu lima tahun terakhir.

Strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan produksi jagung hibrida di Desa Delod Peken. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran jagung hibrida, serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk jagung hibrida dari wilayah ini.

Desa Delod Peken adalah salah satu desa yang berada di kecamatan Tabanan, kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Usahatani jagung hibrida merupakan komoditas tanaman cocok di kembangkan di Desa Delod Peken dengan tanah yang subur dan kebutuhan humus yang mencukupi, serta tingkat produksi pada sektor pertanian yang cukup menguntungkan. Namun dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kendala umum yang dihadapi petani dalam Usahatani adalah lahan sawah tadah hujan, yaitu iklim. Dan hal yang sama dihadapi petani dalam pengelolaan usahatani adalah pengusahaan teknologi produksi jagung yang masih minim, ketersediaan air yang masih terbatas. Serta kendala lain pada pemasaran jagung hibrida :

1. Ketersedian barang yang bersifat musiman.
2. Adanya rantai pemasaran yang Panjang.
3. Minimnya informasi jaringan pasar
4. Produk yang mudah rusak

Berdasarkan hal tersebut penulis mengambil judul ini untuk mengetahui dan mempelajari lebih jauh tentang Strategi Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Delod Peken, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Strategi pemasaran jagung hibrida yang digunakan saat ini belum diketahui efektivitasnya dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan petani di sawah Tegalan, Desa Delod Peken.
2. Terdapat berbagai hambatan dalam pemasaran jagung hibrida, seperti keterbatasan akses pasar, rantai distribusi yang panjang, ketersediaan barang yang musiman, dan minimnya informasi jaringan pasar, yang berpotensi menghambat kelancaran pemasaran.
3. Belum adanya strategi pemasaran yang terstruktur dan inovatif yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan pemasaran jagung hibrida di wilayah penelitian, sehingga diperlukan rekomendasi strategi yang tepat dan berkelanjutan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun Permasalahan yang di temui dalam lapangan yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran jagung hibrida yang saat ini diterapkan oleh petani di sawah Tegalan, Desa Delod Peken?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam pemasaran jagung hibrida di sawah Tegalan, Desa Delod Peken?
3. strategi apa yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk jagung hibrida Desa Delod Peken?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk menganalisis :

1. Menganalisis strategi pemasaran jagung hibrida yang saat ini diterapkan oleh petani di sawah Tegalan, Desa Delod Peken.
2. Mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pemasaran jagung hibrida di sawah Tegalan, Desa Delod Peken.

1.5 Maafaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang agribisnis, khususnya mengenai strategi pemasaran hasil pertanian. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi tambahan bagi akademisi dan peneliti lainnya dalam mengkaji topik serupa, terutama yang berfokus pada strategi pemasaran komoditas jagung hibrida. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah terkait pemasaran agribisnis dan memberikan landasan teoritis yang dapat digunakan dalam penelitian lanjutan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi petani di sawah Tegalan, Desa Delod Peken, sebagai panduan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan pendapatan mereka. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan penting dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pemasaran hasil pertanian, khususnya jagung hibrida, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi pelaku usaha agribisnis dengan memberikan gambaran tentang peluang dan tantangan pemasaran jagung hibrida, sehingga dapat digunakan untuk pengembangan usaha mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Jagung Hibrida (*Zea mays* L)

Jagung hibrida (*Zea mays* L.) merupakan salah satu tanaman pangan dunia yang terpenting, selain gandum dan padi. Berdasarkan temuan-temuan genetik, antropologi, dan arkeologi diketahui bahwa daerah asal jagung adalah Amerika Tengah. Jagung merupakan tanaman semusim (*annualcrop*). Satu hidupnya diselesaikan dalam 80-150 hari. Paruh pertama dari siklus merupakan tahap pertumbuhan vegetatif dan paruh kedua untuk tahap pertumbuhan generatif. tinggi tanaman jagung sangat bervariasi, umumnya berketinggian antara 1 meter sampai 3 meter.

Tinggi tanaman bisa diukur dari permukaan tanah hingga ruas teratas sebelum bunga jantan. Jagung memiliki bunga jantan dan bunga betina yang terpisah (*diklin*) dalam satu tanaman. Bunga jantan tumbuh dibagian puncak tanaman, berupa karangan bunga sedangkan bunga betina tersusun dalam tongkol (Anonim, 2012) Jagung merupakan tanaman pangan yang tumbuh melalui benih.

Menurut Adisarwanto dan Yustina (2008), benih memberi andil besar dalam usaha peningkatan produksi tanaman, disamping faktor-faktor produksi lainnya. Penggunaan benih bermutu varietas unggul akan mempengaruhi tingkat produksi yang akan dicapai. Jagung mempunyai akar serabut dengan berbagai macam akar, yaitu

1. Akar seminal
2. Akar adventif, dan

3. Akar udara atau penyangga (Prahasta, 2009).

Akar seminal adalah akar yang berkembang dari radikula dan embrio. Pertumbuhan akar seminal akan melambat setelah plumula muncul ke permukaan tanah dan pertumbuhan akar seminal akan berhenti pada fase V3. Akar 7 adventif adalah akar yang semula berkembang dari buku di ujung mesokotil, kemudian set akar adventif berkembang dari tiap buku secara berurutan dan terus ke atas antara 7-10 buku, semuanya di bawah permukaan tanah. Akar adventif berkembang menjadi serabut akar tebal. Akar seminal hanya sedikit berperan dalam siklus hidup jagung.

Akar adventif berperan dalam pengambilan air dan hara. Bobot total akar jagung terdiri atas 52% akar adventif seminal dan 48% akar nodal. Akar kait atau penyangga adalah akar adventif yang muncul pada dua atau Berbagai buku di atas permukaan tanah. Fungsi dari akar penyangga adalah menjaga tanaman agar tetap tegak dan mengatasi rebah batang. Akar ini juga membantu penyerapan hara dan air (Prahasta, 2009). Tinggi batang jagung berkisar antara 150 sampai dengan 250 cm yang terbunkus oleh pelepah daun yang berselang-seling berasal dari setiap buku. Ruasruas bagian atas berbentuk silindris, sedangkan bagian bawah agak bulat pipih. Tunas batang yang telah berkembang menghasilkan tajuk bunga betina. Percabangan (batang liar) pada jagung umumnya terbentuk pada pangkal batang. Suhu berpengaruh pada pertumbuhan tanaman, demikian juga terhadap tanaman jagung. Suhu optimum untuk pertumbuhan tanaman jagung rata-rata 26°C sampai 30°C dan pH tanah 5.7 – 6.8. Agar dapat tumbuh dengan baik, tanaman jagung memerlukan temperatur rata-rata antara 14 -30°C, dengan curah hujan

sekitar 600 mm –1 200 mm per tahun yang didistribusikan rata selama musim tanam.

2.1.2 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian upaya terencana dan sistematis yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran, seperti meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran adalah proses analitis, kreatif, dan sistematis dalam mengidentifikasi peluang dan tantangan pasar, mengembangkan produk yang sesuai, menetapkan harga yang kompetitif, memilih saluran distribusi yang efektif, dan merancang promosi yang menarik. Strategi ini berfokus pada menciptakan nilai bagi konsumen dan meningkatkan daya saing perusahaan.

1. Produk

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2020), produk adalah elemen inti dari strategi pemasaran yang harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam agribisnis, jagung hibrida sebagai produk harus memiliki keunggulan kompetitif, seperti kualitas fisik yang unggul dan daya tahan yang lebih baik. Diversifikasi produk juga penting untuk memberikan nilai tambah, seperti memproduksi jagung olahan untuk kebutuhan industri.

2. Harga

Stanton, Etzel, dan Walker (2021) menyatakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan langsung, sementara elemen lainnya memerlukan biaya. Strategi penetapan harga yang efektif harus mempertimbangkan biaya produksi, daya beli

konsumen, dan harga kompetitor. Dalam pemasaran jagung hibrida, fluktuasi harga sering kali menjadi tantangan utama, sehingga diperlukan pemahaman mendalam tentang perilaku pasar untuk menetapkan harga yang kompetitif.

3. Tempat (Distribusi)

Menurut Coughlan et al. (2014), distribusi adalah elemen kunci dalam pemasaran yang mencakup semua aktivitas yang diperlukan untuk mengantarkan produk dari produsen ke konsumen. Sistem distribusi yang efektif dapat meningkatkan efisiensi logistik dan memastikan produk tersedia di pasar tepat waktu. Dalam konteks jagung hibrida, distribusi dapat dilakukan melalui pengepul, koperasi, atau platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

4. Promosi

Menurut Shimp dan Andrews (2018), promosi adalah aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi, menginformasikan, dan meyakinkan konsumen agar membeli produk. Promosi dalam pemasaran jagung hibrida dapat dilakukan melalui kampanye lokal, kerja sama dengan lembaga pertanian, atau penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi ini penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang kualitas dan manfaat produk.

Ada beberapa Aspek aspek Tambahan dalam Strategi Pemasaran yaitu sebagai berikut:

a. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang memiliki

kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang serupa. Dalam agribisnis, segmentasi pasar membantu petani menargetkan segmen tertentu, seperti industri pakan ternak atau konsumen rumah tangga.

b. *Positioning*

Trout dan Rivkin (2001) menyatakan bahwa positioning adalah proses menciptakan persepsi yang unik dan unggul dalam benak konsumen terhadap suatu produk dibandingkan pesaing. Untuk jagung hibrida, positioning dapat dilakukan dengan menonjolkan kualitas produk dan manfaat ekonomisnya bagi konsumen.

c. *Penggunaan Teknologi*

Menurut Day (2014), teknologi dapat memperkuat strategi pemasaran dengan mempercepat distribusi informasi dan memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks jagung hibrida, teknologi dapat digunakan untuk memasarkan produk melalui platform digital dan memonitor tren pasar secara real-time.

d. *Kemitraan dan Jaringan*

Menurut Porter (1998), kemitraan strategis dapat menciptakan sinergi antara petani, pemerintah, dan pelaku pasar dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berkelanjutan. Kemitraan ini juga dapat membantu mengatasi kendala distribusi dan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

2.1.3 Aspek Ekonomi Jagung Hibrida

Aspek ekonomi merupakan aspek yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. dalam hal ini aspek ekonomi terdiri atas pendapatan, kebutuhan pokok dan pemilihan harta benda merupakan cermin dari tingkat hidup seseorang yang dapat di ukur dengan keadaan ekonomi yang bersangkutan. sehubungan dengan hal ini Mubyarto (2015) mengatakan bahwa tingkat kesejahteraan dapat di ukur dengan aspek ekonomi yaitu jumlah pendapatan, jumlah barang yang di miliki atau di kuasai secara kebebasan untuk menentukan barang atau usaha apa yang di lakukan untuk meningkatkan kepuasan hidupnya.

Dalam aspek ekonomi, yaitu bagaimana menghasilkan pendapatan dari proses produksi pertanian tanaman (jagung). Dengan meminimalisir kerusakan lingkungan akibat aktivitas pertanian sehingga pendapatan petani berkelanjutan. Jagung Hibrida memiliki tingkat produksi yang tinggi mencapai 8-10 ton/ha.

Harga jagung di patok sekitar RP 4.300 per kg. Terpantau dari oktober 2019, harga jagung siap panen bertahan di angka RP 3.000 per 1 kg. Namun sejak pertengahan Agustus 2020 hingga kini harga jagung secara bertahap merangkak naik dari angka RP 3.000 – RP 4.300 kg. hal itu di picu oleh melimpahnya pasokan jagung dan terjadinya pergantian musim dari musim kemarau ke musim hujan. baik. Tanaman jagung membutuhkan cahaya matahari secara langsung bukan di tempat-tempat terlindung karena dapat mengurangi hasil (AAK, 2007).

Jagung Hibrida sebagai pangan pokok di gunakan sebagai stok pangan utama di saping umbian dan kacang-kacangan. untuk mempertahankan keberlanjutan pangan dan kehidupan rumah tangga petani, maka petani bisa memiliki sumber pendapatan non Jagung seperti : ternak (unggas, dan ternak : 9 babi, kambing,

domba) karena dengan memiliki berbagai sumber penghasilan inilah maka, terjadi subsidi silang diantara sumber pendapatan sehingga jagung hibrida tetap menjadi stok pengaman pangan petani. Sebaliknya dengan keberhasilan usahatani jagung hibrida, ikut membantu mengurangi beban biaya yang semestinya di keluarkan petani untuk memenuhi kebutuhan pangan

2.1.4 Aspek Teknis Jagung Hibrida

Pada umumnya tanaman jagung dapat tumbuh di berbagai kondisi lingkungan. Namun untuk hasil yang maksimum, ada beberapa syarat tumbuh tanaman jagung. Yaitu beriklim subtropics atau tropis dan di daerah terletak antara 0-500 LU hingga 0-400 C., curah hujan ideal adalah 85-200 mm/bulan dan harus merata, suhu optimum yang baik adalah 21-34 C. Agar produksi jagung hibrida memuaskan, selain harus di tanam di daerah yang beriklim cocok tanah juga mempunyai peranan penting. Beberapa jenis tanah yang cocok untuk tanaman jagung di Indonesia adalah memiliki tekstur tanah yang gembur (lakukan proses pembajakan agar tekstur tanah gembur), mengandung cukup kandungan unsur hara, PH tanah 5,5-7,5 (apabila PH tanah asam atau <5,5 sebaiknya taburkan dolomit/kapur pertanian, jenis tanah yang dapat di toleran di tanami jagung adalah andosol, latosol dengan syarat PH harus memadai untuk di tanami, memiliki ketersediaan air yang cukup, kemiringan tanah kurang dari 8%

Dari aspek teknis, teknologi juga diperlukan untuk mendukung pengembangan jagung antara lain adalah varietas hibrida, teknologi budidaya yang efisien dengan pendekatan pengelolaan tanaman terpadu dan teknologi pascapanen untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk (Dapartemen Pertanian, 2005:5)

Jagung merupakan salah satu tanaman pangan dunia yang terpenting setelah padi dan gandum. Jagung termasuk komoditas strategis dalam pembangunan pertanian dan perekonomian Indonesia. Mengingat komoditas ini mempunyai fungsi multiguna baik untuk industri makanan ternak yang akan terus berkembang (Dapartemen, 2005:1) Permintaan jagung sangat bergantung pada musim tanam sehingga tanpa system penyimpanan yang baik bisa dipastikan akan terjadi penawaran berlebihan di saat panen raya dan permintaan kekurangan pada saat antara panen atau gangguan cuaca buruk dan gangguan serangga hama dan penyakit.

2.1.5 Faktor Internal dan Eksternal dalam Pemasaran Jagung Hibrida

Pemasaran jagung hibrida sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat dikategorikan menjadi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor ini saling terkait dengan analisis SWOT, yang bertujuan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi posisi produk di pasar. Kedua faktor ini, baik internal maupun eksternal, perlu dianalisis secara komprehensif untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka mencapai keberhasilan dalam pemasaran jagung hibrida. Oleh karena itu, analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat untuk menggali dan memahami faktor-faktor ini lebih dalam, serta untuk mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang harus diambil.

1. Faktor Internal

Faktor internal dalam pemasaran jagung hibrida mencakup berbagai elemen yang berasal dari dalam organisasi atau usaha tani itu sendiri. Faktor-faktor ini bisa menjadi kekuatan (*strengths*) yang mendukung keberhasilan pemasaran

atau kelemahan (*weaknesses*) yang menjadi hambatan dalam mencapai tujuan pemasaran.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Salah satu kekuatan utama dari usaha tani jagung hibrida adalah sebagai berikut

- 1) ketersediaan lahan subur yang mendukung pertumbuhan tanaman jagung dengan optimal. Lahan yang subur memungkinkan jagung hibrida tumbuh dengan produktivitas yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan hasil panen dan daya saing produk di pasar. Hal ini juga berhubungan dengan kualitas produk, di mana jagung hibrida yang diproduksi dari lahan subur biasanya memiliki kualitas yang lebih baik. Selain itu,
- 2) akses terhadap varietas unggul menjadi kekuatan tersendiri bagi petani jagung hibrida. Jagung hibrida dikenal memiliki produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan varietas jagung lokal, yang dapat meningkatkan hasil pertanian dalam jangka panjang. Kemampuan untuk mengakses benih berkualitas ini memungkinkan petani untuk menghasilkan jagung yang lebih produktif, tahan terhadap hama, dan memiliki ketahanan terhadap berbagai kondisi cuaca yang ekstrem.
- 3) Kelompok tani yang aktif juga menjadi faktor kekuatan penting. Menurut Suryanto (2017), keberadaan kelompok tani yang terorganisir dapat meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran, karena kelompok tani sering kali memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi pasar, pelatihan teknis, dan dukungan dari berbagai pihak,

seperti pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat. Kolaborasi antar petani juga memungkinkan mereka untuk melakukan pemasaran secara kolektif, sehingga lebih mudah memperoleh harga yang kompetitif di pasar.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Namun, terdapat beberapa kelemahan dalam usaha tani jagung hibrida yang perlu diperhatikan.

- 1) Keterbatasan modal menjadi salah satu hambatan terbesar bagi petani untuk melakukan ekspansi produksi atau meningkatkan kualitas hasil pertanian. Tanpa dukungan modal yang memadai, petani sering kali kesulitan dalam membeli peralatan pertanian yang lebih efisien, benih unggul, serta input lainnya yang dibutuhkan untuk meningkatkan hasil produksi. Selain itu,
- 2) minimnya pengetahuan tentang teknologi pemasaran dapat menjadi kelemahan yang signifikan. Banyak petani yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, yang sering kali mengakibatkan hasil produk yang tidak maksimal karena kurangnya pengetahuan tentang saluran distribusi modern, pemasaran digital, dan cara mengelola hubungan dengan pembeli potensial. Teknologi pemasaran yang efisien dan pemahaman tentang analisis pasar dapat meningkatkan daya saing produk secara signifikan.
- 3) Kendala infrastruktur, seperti jalan yang rusak atau keterbatasan sarana transportasi, juga menjadi kelemahan yang membatasi kemampuan petani untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Tanpa infrastruktur

yang memadai, biaya distribusi akan lebih tinggi, dan produk mungkin tidak sampai ke pasar dengan kualitas yang baik, terutama jika produk tersebut mudah rusak.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup kondisi yang berada di luar kendali langsung petani, tetapi dapat memengaruhi kesuksesan usaha tani. Faktor-faktor eksternal ini dapat berupa peluang yang dapat dimanfaatkan, maupun ancaman yang dapat menghambat pemasaran jagung hibrida.

a. Peluang (*Opportunities*)

Salah satu peluang besar dalam pemasaran jagung hibrida adalah sebagai berikut

- 1) meningkatnya permintaan jagung sebagai bahan baku industri. Seiring dengan berkembangnya industri pakan ternak, kebutuhan akan jagung sebagai bahan baku utama untuk pakan ternak juga meningkat. Hal ini membuka pasar baru bagi jagung hibrida, terutama jika produk dapat memenuhi standar kualitas yang dibutuhkan oleh industri.
- 2) Dukungan kebijakan pemerintah juga menjadi peluang yang penting. Pemerintah seringkali memberikan bantuan dalam bentuk subsidi harga benih, penyuluhan pertanian, serta kebijakan yang mendukung pembangunan infrastruktur pertanian. Menurut Mubyarto (2015), kebijakan yang mendukung sektor pertanian, seperti pengembangan infrastruktur dan penyediaan kredit pertanian, dapat mendorong keberhasilan usaha tani. Dukungan ini juga dapat mengurangi risiko

yang dihadapi oleh petani, serta meningkatkan daya saing jagung hibrida di pasar.

b. Ancaman (*Threats*)

Di sisi lain, terdapat beberapa ancaman yang dapat mempengaruhi pemasaran jagung hibrida. Salah satunya adalah

- 1) fluktuasi harga yang terjadi di pasar. Harga jagung dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti kebijakan impor atau permintaan internasional. Ketidakpastian harga ini seringkali membuat petani sulit merencanakan keuntungan secara tepat, karena harga jagung dapat naik atau turun secara drastis dalam waktu singkat.
- 2) Alih fungsi lahan juga menjadi ancaman yang signifikan. Lahan pertanian yang subur sering kali dialihfungsikan menjadi lahan non-pertanian, seperti perumahan atau area komersial. Menurut Jati (2017), alih fungsi lahan dapat mengurangi luas lahan yang tersedia untuk produksi jagung, sehingga mengurangi pasokan jagung hibrida di pasar.
- 3) Persaingan dengan komoditas lain juga merupakan ancaman yang harus dihadapi oleh petani jagung hibrida. Komoditas pertanian lain, seperti padi, kedelai, atau tanaman hortikultura, seringkali menjadi pilihan yang lebih menarik bagi petani karena harga jual yang lebih stabil atau potensi pasar yang lebih besar. Oleh karena itu, petani harus dapat bersaing dengan produk pertanian lainnya dalam hal harga dan kualitas untuk tetap mempertahankan kelangsungan usaha tani jagung hibrida.

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	A. Besse Dahliana (2021)	Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Sebagai Program Unggulan Daerah di Kecamatan Cina Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan	Deskriptif Kualitatif	Menggunakan analisis SWOT	Sampel yang digunakan berbeda (42 responden)
2	Fauzi Ahmad (2018)	Strategi Pengembangan Jagung Hibrida di Kabupaten Kediri	Deskriptif Kuantitatif dan Kualitatif	Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal	Fokus masalah lebih pada pengembangan
3	Muh Irsan (2018)	Analisis Strategi Pemasaran Jagung Kuning di Desa Bontomatene Kecamatan Sinoa Kabupaten Bantaeng	Kualitatif	Menggunakan analisis SWOT	Lokasi penelitian berbeda (Kabupaten Bantaeng)
4	Ida Syamsu Roida (2016)	Strategi Peningkatan Produksi Jagung di Kabupaten Karo	Deskriptif Kuantitatif	Sama-sama menggunakan analisis SWOT	Lokasi penelitian berbeda (Kabupaten Karo)

5	Saharudin S. (2019)	Analisis Pemasaran Komoditas Jagung di Kelurahan Bonto Jaya Kecamatan Bissappu Kabupaten Banteng	Kualitatif	Fokus pada komoditas jagung	Berbeda dalam wilayah penelitian (Kelurahan Bonto Jaya)
6	A. Taufik (2017)	Strategi Pemasaran Produk Pertanian di Kabupaten Tasikmalaya	Kualitatif	Menganalisis strategi pemasaran produk pertanian	Lokasi penelitian dan komoditas yang berbeda (produk pertanian lain)

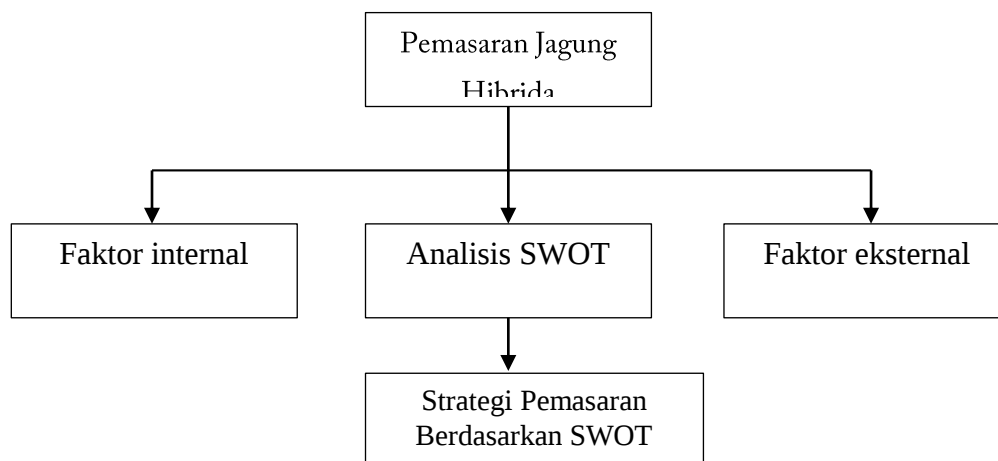
2.3 Kerangka Pemikiran

Desa Delod Peken merupakan salah satu daerah produksi jagung hibrida. Peningkatan produksi jagung hibrida di Kabupaten Tabanan berpengaruh terhadap pendapatan petani jagung hibrida khususnya di Desa Delod Peken.

Pemerintah Kabupaten Tabanan berkomitmen untuk terus meningkatkan produksi pertanian, khususnya jagung. Produksi tersebut terus ditingkatkan melalui upaya intensif dari pemerintah yaitu dengan memberikan bantuan bibit, peralatan pertanian dan lainnya. Dalam hal ini, strategi pemasaran jagung hibrida Bali diharapkan mampu mengatasi masalah-masalah pemasaran yang terjadi dengan melakukan pemasaran yang baik.

Kerangka pemikiran merupakan suatu model konseptual yang menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti dalam sebuah penelitian. Kerangka ini berfungsi untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana permasalahan yang diteliti dapat dianalisis dan dipecahkan, serta bagaimana teori-teori yang relevan dapat menjelaskan fenomena yang sedang dikaji. Dalam kerangka pemikiran,

peneliti akan mengidentifikasi masalah utama, menentukan variabel-variabel yang akan diteliti, dan menjelaskan hubungan antar variabel tersebut berdasarkan landasan teori yang ada. Salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam kerangka pemikiran adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang dapat membantu dalam menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan suatu strategi atau fenomena yang diteliti. Kerangka pemikiran ini tidak hanya memberikan gambaran umum mengenai fokus penelitian, tetapi juga menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis atau perumusan tujuan penelitian yang jelas dan terstruktur.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Pemasaran jagung hibrida melibatkan analisis faktor internal, eksternal dan SWOT untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang relevan dengan pemasaran jagung hibrida. Strategi pemasaran kemudian dirancang berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Pemasaran jagung hibrida berfokus pada pemahaman

mendalam tentang faktor – faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran. Faktor – faktor ini dibagi menjadi dua kategori utama: internal dan eksternal.

Faktor internal

Faktor – faktor internal adalah kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan atau pelaku usaha dalam pemasaran jagung hibrida. Contohnya kekuatan bisa berupa kualitas benih yang unggul jaringan distribusi yang luas. kelemahan bisa berupa keterbatasan modal dan kurangnya sumber daya manusia yang terlatih.

Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal adalah peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan diluar perusahaan. Peluang bisa berupa permintaan pasar yang tinggi dan dukungan pemerintah untuk pertanian. sedangkan ancaman bisa berupa persaingan ketat dari perusahaan lain atau perubahan kebijakan pemerintah yang merugikan. berdasarkan hasil analisis SWOT strategi dapat dirumuskan sebagai berikut: strategi SO (kekuatan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi WT (kelemahan-ancaman). Dengan menerapkan kerangka pemikiran ini perusahaan dapat bersaing dipasar dan mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan.