

STRATEGI PEMASARAN JAGUNG PADA KELOMPOK TANI MEKAR DI KECAMATAN MAPANGET KOTA MANADO

Jenneke W. M. Maasi¹, Imran Pombode²

^{1,2} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Indonesia

E-mail Coresponding Author :
widyamaasi@yahoo.co.id

ABSTRAK

Jagung merupakan salah satu tanaman yang cukup penting bagi kehidupan manusia khususnya di Indonesia. Hal ini dikarenakan jagung adalah komoditi tanaman pangan kedua setelah padi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor internal yang terdapat pada kelompok tani mekar untuk kekuatan antara lain: Aksesibilitas yang baik, Jenis jagung yang dibudidayakan, Kelemahan yang dimiliki pelaku usaha: Persaingan harga antar petani Kurangnya Inovasi. Faktor eksternal yang terdapat pada kelompok tani mekar untuk peluang antara lain: Memanfaatkan Teknologi dalam pemasaran, Dukungan Pemerintah Kecamatan Mapanget, dan Dukungan Dinas Pertanian Kota Manado. Faktor ancaman antara lain: Harga jagung terus menurun dan Harga pupuk terus naik. Bentuk strategi pemasaran jagung kelompok tani mekar di kecamatan mapanget menggunakan Strategi S O (Strength and Opportunities). Adapun Strategi SO yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut: Penggunaan internet untuk pemasaran dapat membantu peningkatan penjualan jagung serta di tunjang dengan kemudahan akses penjualan jagung ke pasar maupun industri pengolahan jagung. Serta Dukungan pemerintah kecamatan mapanget dan dinas pertanian kota manado akan kebutuhan bibit unggul dan pupuk sangat membantu kelompok tani mekar

Kata Kunci : strategi, pemasaran

ABSTRACT

Corn is one of the crops that is important for human life, especially in Indonesia. This is because corn is a komoditi second food crops after rice. The results of this study found that the internal factors contained in the farmer group Bloom for strength among others: good accessibility, type of corn cultivated, weaknesses owned by business actors: competition price among farmers lack of innovation. External factors in the farmer group Bloom for the opportunity, among others: utilizing technology in marketing, government support Mapanget subdistrict, and the support of the agriculture service of Manado City. Hazard factors include: The price of corn continues to decline and fertilizer price continues to rise. The marketing strategy form of corn farmer group Blooms in Mapanget sub-district using the S O (Strength and Opportunities) strategy. The SO-to-do strategy is as follows: the use of Internet for marketing can help increase sales of corn as well as supported by ease of access to sales of corn into the market or corn processing industry. As well as support government Mapanget Sub-District and Agriculture Office of Manado will need superior seeds and fertilizer is very helpful farmer group in bloom

Keywords: strategy, marketing

PENDAHULUAN

Provinsi Sulawesi Utara merupakan wilayah dataran tinggi dan pegunungan, dan berada pada ketinggian antara 100-1.000 meter di atas permukaan laut, serta terdiri atas wilayah daratan utama dan wilayah kepulauan yang tersebar di bagian utara. Wilayah ini memiliki danau, sungai, dan waduk dengan luas perairan umum keseluruhannya kurang lebih 40.000 hektare. Iklim daerah Sulawesi Utara termasuk tropis basah yang dipengaruhi angin muson sehingga curah hujan cukup merata setiap tahunnya beragam antara 2.500-3.000 milimeter. Suhu udara beragam antara 21° Celsius - 31° Celcius. Gunung api juga terdapat di daratan Sulawesi Utara dan ada beberapa yang masih aktif, yang secara geologis membentuk tanah permukaan yang cukup tebal dengan tingkat kesuburan yang tinggi. Sebagai wilayah semenanjung dan kepulauan, beberapa kawasan di wilayah Sulawesi Utara tergolong pada kawasan yang rawan bencana alam, antara lain gempa bumi, letusan gunung berapi, gerakan tanah, erosi tanah, banjir, dan kekeringan.

Lahan di Propinsi Sulawesi Utara sebagian besar telah dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian terutama tanaman perkebunan. Selain itu, wilayah ini juga memiliki sumber daya tambang dan kelautan (maritim) yang memiliki potensi untuk dikembangkan, yang dewasa ini belum dimanfaatkan secara optimal.

Jagung merupakan salah satu tanaman yang cukup penting bagi kehidupan

manusia khususnya di Indonesia. Hal ini dikarenakan jagung adalah komoditi tanaman pangan kedua setelah padi. Pada tahun 2015, produksi tanaman jagung di

Indonesia mencapai 20,6 juta ton pipilan kering per tahun sedangkan kebutuhan jagung sebesar 19,43 juta ton atau surplus sebesar 1,17 ton pipilan kering (Dirjen

Tanaman Pangan, 2015).

Dengan melihat peningkatan produksi jagung di Indonesia, maka pemanfaatan tanaman jagung memiliki peluang untuk dikembangkan lagi. Penggunaan tanaman jagung di Indonesia semakin meningkat, karena perannya untuk bahan pangan sebagai sumber karbohidrat dan protein, disamping itu juga berperan sebagai bahan pakan ternak, bahan baku industri dan rumah tangga. Selain itu juga, hampir seluruh bagian tanaman jagung dapat dimanfaatkan untuk

berbagai macam keperluan seperti pembuatan pupuk kompos, kayu bakar, dan bahan kertas.

Selain untuk industri pakan ternak dan konsumsi bahan pangan, kebutuhan jagung juga meningkat untuk kebutuhan industri bahan pangan olahan (snack food) dan industri pengolahan jagung moderen (corn wet dan miling) yang memproduksi corn starch, corn gluten dan corn meal yang diperkirakan membutuhkan 1.000 ton jagung perharinya. Produksi jagung di

Indonesia pada tahun 2011 mencapai 17,2 juta ton atau naik sekitar 4,3 persen dibandingkan produksi tahun 2010 masih mampu memenuhi kebutuhan jagung nasional yang meningkat rata-rata 9,6 persen pertahun. Kecenderungan konsumsi jagung di Indonesia yang makin tinggi menyebabkan makin besarnya jumlah impor (Subhana, 2010).

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian di Kelompok Tani Mekar. Waktu penelitian ini dirancang selama 3 (tiga) bulan, mulai dari bulan Mei, Juni, dan Juli.

Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode snowball sampling (bola salju), yaitu dengan menemui Kelompok Tani Mekar untuk menunjuk responden/ sampel berikutnya yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kelompok tani yang menanam jagung. Besar sampel yang di dapat adalah sebanyak 4 sampel.

Metode Analisis Data

Untuk menyelesaikan masalah pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Proses yang harus dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT agar keputusan yang diperoleh lebih tepat perlu melalui berbagai tahapan sebagai berikut :

1. Tahap pengambilan data evaluasi faktor eksternal dan internal
2. Tahap analisis yaitu pembuatan matriks internal, eksternal dan matriks SWOT.
3. Tahap pengambilan keputusan.

Tahap pengambilan data ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan dapat dilakukan dengan wawancara terhadap ahli perusahaan yang bersangkutan. Setelah mengetahui berbagai faktor dalam perusahaan maka tahap selanjutnya adalah membuat matriks internal dan eksternal.

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Faktor Strategi Internal & Eksternal	Rating	Bobot	Skor (Rating x Bobot)
Kekuatan/ Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
Total Skor Kekuatan/ Kelemahan		100	
Peluang/ Ancaman			
1.			
2.			
3.			
Total Skor Peluang/ Ancaman		100	

Berdasarkan tabel berikut, tahapan yang dilakukan dalam menentukan faktor strategi adalah menentukan faktor strategi adalah menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan/kelemahan serta peluang/ancaman dalam kolom 1, lalu beri peringkat (rating) untuk setiap faktor pada kolom 2 berdasarkan

respon sampel penelitian terhadap faktor-faktor tersebut, yaitu :

Tabel 3. Peringkat (Rating) Faktor Internal dan Eksternal

Rating	Kategori	Faktor Internal	Faktor Eksternal
5	Sangat Setuju	Kekuatan	Peluang
4	Setuju	Kekuatan	Peluang
3	Ragu-ragu	Kekuatan	Peluang
2	Tidak Setuju	Kekuatan	Peluang
1	Sangat Tidak Setuju	Kekuatan	Peluang
1	Sangat Setuju	Kelemahan	Ancaman
2	Setuju	Kelemahan	Ancaman
3	Ragu-ragu	Kelemahan	Ancaman
4	Tidak Setuju	Kelemahan	Ancaman
5	Sangat Tidak Setuju	Kelemahan	Ancaman

Kemudian beri bobot masing-masing faktor tersebut yang jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1 pada kolom 3 dengan rumus seperti berikut:

$$Bobot = \frac{rating \times total\ bobot}{total\ rating}$$

Kemudian yang terakhir, kalikan setiap bobot faktor dengan rating untuk mendapatkan skor dalam kolom 4. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks ini akan terbentuk empat kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 4. Matriks SWOT

	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang

eksternal	menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
-----------	--	--

Keterangan :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden penelitian dibedakan berdasarkan jenis kelamin, usia, pengalaman. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik responden penelitian sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Data dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	9	75
2	Perempuan	3	25
Total		12	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah responden sebagai sampel penelitian jenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang. Sedangkan untuk jumlah responden sebagai sampel penelitian jenis kelamin perempuan sebanyak 3 orang.

b. Usia

Karakteristik responden penelitian berdasarkan rentang usia dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	>50	8	66,6%
2	30-50	3	25,0%
3	<30	1	8,4%
Total		12	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian yang terbanyak berada pada usia lebih dari 50 tahun, yakni 8 orang atau 66,6% dari keseluruhan jumlah responden.

c. Pengalaman

Karakteristik sampel berdasarkan pengalaman menanam jagung

dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 6. Pengalaman Menanam Jagung Responden

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	>15	4	33,3%
2	10-15	6	50,0%
3	<10	2	16,7%
Total		12	100%

Analisis SWOT Pemasaran Jagung Kelompok Tani Mekar

Faktor Internal

a. Kekuatan (Strengths)

1. Aksesibilitas yang baik

Kota Manado terlebih khusus Kecamatan Mapanget memiliki jalur yang menghubungkan beberapa Kabupaten Kota dan Provinsi. Jalan lingkaran luar kota Manado tahap dua atau sering disebut ring road 2 berada di kecamatan mapanget, hal ini sangat memudahkan kelompok tani mekar untuk memasarkan hasil produknya.

2. Jenis Jagung yang dibudidayakan

Varietas jagung yang ditanam oleh Kelompok Tani Mekar adalah BISI 18. Varietas ini memiliki kelebihan tahan terhadap Cuaca serta memiliki ukuran tongkol Panjang dan Besar.

b. Kelemahan (Weakness)

1. Persaingan harga antar petani jagung

Persaingan harga antar kelompok tani menyebabkan terjadinya penurunan pembelian jagung dari kelompok tani mekar.

2. Kurangnya Inovasi

Dalam melakukan pemasaran produk jagung dari kelompok tani mekar cenderung monoton, kelompok tani banyak menunggu pembeli datang, dan juga hanya mendistribusi ke pasar-pasar induk kabupaten kota yang berdekatan.

Faktor Eksternal

a. Peluang (Opportunities)

1. Memanfaatkan teknologi dalam pemasaran

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memberikan peluang bagi Kelompok Tani mekar dimana pemasaran sudah mulai menggunakan media sosial dan mulai memanfaatkan website untuk memasarkan dan memberikan informasi tentang kelompok tani mekar dan pemasaran produk jagungnya.

2. Dukungan Pemerintah Kecamatan Mapanget

Pemerintah Kecamatan memberikan dukungan berupa peralatan tanam yang membuat pengelolaan lebih efisien serta lebih berkualitas.

3. Dukungan Dinas Pertanian Kota Manado

Pemerintah kota manado sangat menunjang petani termasuk petani jagung, dimana lewat Dinas Pertanian Kota Manado, Kelompok Tani Mekar mendapat bantuan berupa Pupuk.

b. Ancaman (Threats)

1. Harga Jagung terus menurun

Pada awal tahun 2019 harga jagung turun 3,13% dari Rp. 8.000,00/Kg menjadi Rp. 7.750,00/Kg. Penurunan ini adalah lanjutan penurunan dari tahun 2018 dimana pada tahun tersebut terjadi penurunan sebesar 2,3%. (Data Kelompok Tani Mekar)

2. Harga Pupuk terus naik

Pada awal tahun 2019 harga pupuk mengalami kenaikan dari harga normal. Untuk pupuk urea dengan berat 25 Kg terjadi kenaikan sebesar Rp. 15.000,00/karung dari sebelumnya Rp. 90.000,00/karung menjadi Rp. 105.000,00/karung. (Data Kelompok Tani Mekar)

Matriks SWOT

Penyusunan matriks SWOT dilakukan setelah identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal dan dilanjutkan dengan menghubungkan informasi dari hasil identifikasi. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 6 Matriks SWOT

Internal Eksternal	STRENGTHS (S) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Penilaian Analisis SWOT

Tabel 7 Faktor-faktor Internal

FAKTOR – FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Kekuatan			
1 Aksesibilitas yang baik	0,20	4	0,8
2 Jenis jagung yang dibudidayakan	0,20	4	0,8
Jumlah			1,6
Kelemahan			
1 Persaingan harga antar petani	0,2	2	0,4
2 Kurangnya Inovasi	0,1	2	0,2
Jumlah			0,6
Internal Factor Evaluation			1,0

Faktor-faktor Eksternal

Tabel 8 Faktor-faktor Eksternal

FAKTOR – FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Peluang			
1 Memanfaatkan Teknologi dalam pemasaran	0,20	4	0,8
2 Dukungan Pemerintah	0,20	4	0,8

	Kecamatan Mapanget			
3	Dukungan Dinas Pertanian Kota Manado	0,20	4	0,8
Jumlah				2,4
Ancaman				
1	Harga jagung terus menurun	0,2	2	0,4
2	Harga pupuk terus naik	0,1	2	0,2
Jumlah				0,6
External Factor Evaluation				1,8

Posisi Usaha Jagung Kelompok Tani Mekar Di Kecamatan Mapanget Berdasarkan Gambar 4.1, skor IFE adalah 1,0 yang terletak pada kuadran kekuatan dan EFE adalah 1,8 yang terletak pada kuadran I (growth), pertumbuhan, merupakan situasi yang menguntungkan. Dimana usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Posisi ini memiliki arti bahwa pelaku usaha di Kecamatan Mapanget secara

konsolidatif memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada.

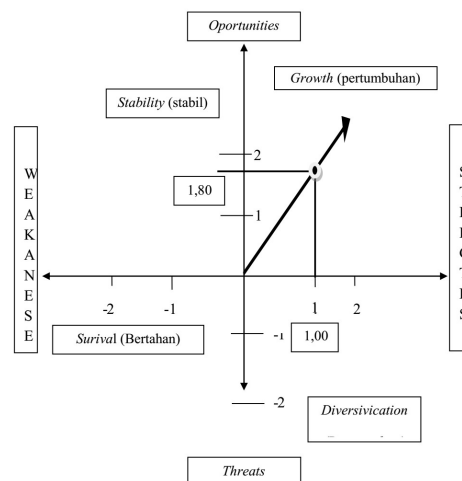
Pada tabel diatas nilai pada rating, bobot, dan skor rating diperoleh dari hasil penelitian serta perkalian maupun penambahan dengan rumus tertentu. Pada kekuatan dan peluang angka rating tertinggi berada pada grade (sangat setuju) dengan rating 4 dan paling rendah pada grade (sangat tidak setuju) dengan rating 1. Sedangkan pada peluang dan ancaman adalah kebalikannya yaitu grade (sangat setuju) rating 1 dan grade (sangat tidak setuju) rating 4.

Untuk menentukan rating didapat dari pilihan terbanyak saat peneltian yang tercantum pada kuisisioner. Kemudian seluruh rating dijumlahkan (kekuatan dan kelemahan) dan (peluang dan ancaman) dibagi dengan rating dari poin yang akan dihitung bobotnya, setelah itu untuk mendapatkan skor rating di dapat dengan cara bobot dikali dengan rating. Pada saat pencapaian bobot hasil yang di dapat tidak boleh lebih dari 1 atau 100%. Setelah diketahui hasil dari masing-masing faktor eksternal dan internal maka nilai itulah yang akan digunakan sebagai data analisis menggunakan matriks posisi.

Dengan kata lain pelaku usaha di daerah penelitian dapat menggunakan faktor-faktor kekuatan yaitu Aksesibilitas yang baik dan Jenis jagung yang dibudidayakan. Dengan memanfaatkan faktor-faktor

peluang yaitu Memanfaatkan Teknologi dalam pemasaran, Dukungan Pemerintah Kecamatan Mapanget, dan Dukungan Dinas Pertanian Kota Manado. Selengkapny terlihat pada Gambar 4.1 Berikut :

Gambar 1. Diagram



SWOT Strategi Pemasaran Jagung Kelompok Tani Mekar

Tabel 4.5. Matriks SWOT

Internal Eksternal	STRENGTHS (S) 1. Aksesibilitas yang baik 2. Jenis jagung yang dibudidayakan	WEAKNESSES (W) 1. Persaingan harga antar petani 2. Kurangnya Inovasi
	OPPORTUNITIES (O) 1. Memanfaatkan Teknologi dalam pemasaran 2. Dukungan Pemerintah Kecamatan Mapanget 3. Dukungan Dinas Pertanian Kota Manado	STRATEGI SO 1. Penggunaan internet untuk pemasaran dapat membantu peningkatan penjualan jagung serta di tunjang dengan kemudahan akses penjualan jagung ke pasar maupun industri pengolahan jagung. 2. Dukungan pemerintah kecamatan mapanget dan dinas pertanian kota manado akan kebutuhan bibit unggul dan pupuk sangat membantu kelompok tani mekar
	THREATHS (T) 1. Harga jagung terus menurun 2. Harga pupuk terus naik	STRATEGI WO 1. Pemanfaatan teknologi membantu kelompok tani mekar untuk meningkatkan inovasi dalam pemasaran jagung. 2. Bantuan pemerintah kecamatan dan dinas pertanian kota manado membantu kelompok tani mekar menghadapi persaingan harga jagung.
		STRATEGI ST 1. Menetapkan strategi harga sehingga kelompok tani mekar tetap dapat memberikan harga terbaik kepada pasar. 2. Menggunakan bibit jagung yang tahan terhadap cuaca dan dapat tumbuh dengan baik dengan kebutuhan pupuk yang sedikit.
		STRATEGI WT 1. Memperbaiki pengelolaan kelompok tani untuk efisiensi biaya operasional kelompok tani mekar sehingga tetap dapat memberikan harga terbaik kepada pasar. 2. Melakukan inovasi dalam pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam menghadapi penurunan harga jagung dan kenaikan harga pupuk.

STRATEGI WT

1. Memperbaiki pengelolaan kelompok tani untuk efisiensi biaya operasional kelompok tani mekar sehingga tetap dapat memberikan harga terbaik kepada pasar.

2. Melakukan inovasi dalam pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam

menghadapai penurunan harga jagung dan kenaikan harga pupuk.

1) Strategi S-O (Strengths-Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal kelompok tani mekar untuk memanfaatkan peluang eksternal, dimana kekuatan internal dapat memanfaatkan tren dan kejadian eksternal.

a. Penggunaan internet untuk pemasaran dapat membantu peningkatan penjualan jagung serta di tunjang dengan kemudahan akses penjualan jagung ke pasar maupun industri pengolahan jagung.

b. Dukungan pemerintah kecamatan mapanget dan dinas pertanian kota manado akan kebutuhan bibit unggul dan pupuk sangat membantu kelompok tani mekar

2) Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh Kelompok Tani Mekar adalah :

a. Pemanfaatan teknologi membantu kelompok tani mekar untuk meningkatkan inovasi dalam pemasaran jagung.

b. Bantuan pemerintah kecamatan dan dinas pertanian kota manado membantu kelompok tani mekar menghadapi persaingan

3) Strategi S-T (Strengths-Threats)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal Kelompok Tani Mekar untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh petani putihyaitu :

a. Menetapkan strategi harga sehingga kelompok tani mekar tetap dapat memberikan harga terbaik kepada pasar.

b. Menggunakan bibit jagung yang tahan terhadap cuaca dan dapat tumbuh dengan baik dengan kebutuhan pupuk yang sedikit.

4) Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T adalah taktik bertahan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

a. Memperbaiki pengelolaan kelompok tani untuk efisiensi biaya operasional kelompok tani mekar sehingga tetap dapat memberikan harga terbaik kepada pasar.

b. Melakukan inovasi dalam pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam menghadapi penurunan harga jagung dan kenaikan harga pupuk.

KESIMPULAN

Faktor internal yang terdapat pada kelompok tani mekar untuk kekuatan antara lain: Aksesibilitas yang baik, Jenis jagung yang

dibudidayakan, Kelemahan yang dimiliki pelaku usaha: Persaingan harga antar petani Kurangnya Inovasi.

Faktor eksternal yang terdapat pada kelompok tani mekar untuk peluang antara lain: Memanfaatkan Teknologi dalam pemasaran, Dukungan Pemerintah Kecamatan Mapanget, dan Dukungan Dinas Pertanian Kota Manado. Faktor ancaman antara lain: Harga jagung terus menurun dan Harga pupuk terus naik.

Bentuk Strategi strategi pemasaran jagung kelompok tani mekar di kecamatan mapanget menggunakan Strategi S O (Strength and Opportunities). Adapun Strategi SO yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan internet untuk pemasaran dapat membantu peningkatan penjualan jagung serta di tunjang dengan kemudahan akses penjualan jagung ke pasar maupun industri pengolahan jagung.
- b. Dukungan pemerintah kecamatan mapanget dan dinas pertanian kota manado akan kebutuhan bibit unggul dan pupuk sangat membantu kelompok tani mekar

DAFTAR PUSTAKA

David, F. R. 2002. Manajemen Strategi. Salemba Empat. Jakarta.

Firdaus, M. 2008. Manajemen Agribisnis. Bumi Aksara. Jakarta.

Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.

Kusuma, T. , S. Raharja, A. Saleh. 2013. Strategi Pemasaran Sapi Potong di CV Septia Anugerah Jakarta. Jurnal Manajemen IKM. Volume 8 Nomor 1. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Mursid, M. 2006. Manajemen Pemasaran Edisi Keempat. PT Bumi Aksara. Jakarta.

Rangkuti, F. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia. Jakarta.

Sjarkowi, F. dan M. Sufri. 2004. Manajemen Agribisnis. CV. Baldal Grafiti Press. Palembang.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Sunyoto, D. 2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. CAPS. Yogyakarta.

Suparta, N. 2005. Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis. CV Bali Media Adhikarsa. Denpasar.

Tjiptono, F. 2002. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta.

Umar, H. 2008. Strategic Management In Action. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.