

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu sektor yang memiliki peran dalam menunjang perekonomian di Indonesia yaitu pertanian. Indonesia sebagai negara agraris memiliki potensi dalam pengembangan komoditas hasil pertanian, salah satunya ialah komoditas jagung. Menurut data BPS dalam 5 tahun terakhir di tahun 2020 menghasilkan jumlah panen sekitar 12.928.940,80 ton, tahun 2021 mengalami kenaikan panen sekitar 0,67% berjumlah 13.414.921,72 ton, tahun 2022 mengalami kenaikan 4,27% dengan total panen 16.527.272,61 ton. Sedangkan di tahun 2023 mengalami penurunan 2,41% dengan jumlah panen sekitar 14.774.432,52 ton dan di tahun 2024 mengalami kenaikan 0,59% dengan jumlah panen 15.207.141,46 ton. Pada periode tersebut menandakan dalam 5 tahun terakhir produksi hasil panen jagung mengalami fluktuatif. Ada beberapa faktor mempengaruhi fluktuatif hasil panen, menurut Erviyana dalam (Aini, 2019) menyebutkan bahwa faktor internal seperti input produksi dan faktor eksternal seperti iklim cuaca, dan kebijakan pemerintah.

Di Indonesia salah satu makanan pokok selain padi salah satunya ialah jagung.. Adapun daerah penghasil utama jagung antara lain Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sumatra Barat, Gorontalo, Jawa Barat, Sumatra Utara dan Sulawesi Selatan (Mutiara Aini, 2019). Selain menjadi sumber pangan utama jagung juga dapat dimanfaatkan menjadi sumber pangan ternak, bio-energi, dan lain-lain. Tonggol jagung dapat dimanfaatkan menjadi briket serta kulit jagung dapat dimanfaatkan menjadi kerajinan (Anwar dkk., 2020). Dengan hasil panen yang melimpah komoditas jagung memiliki potensi dalam pengembangan produk pertanian lainnya sehingga membuat komoditas ini memiliki peran dalam sektor ekonomi di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar, inovasi dalam pengolahan hasil pertanian menjadi semakin diperhatikan. Salah satu inovasi tersebut ialah dengan pengolahan jagung menjadi biji jagung dalam bentuk *frozen*. Produk ini menawarkan beberapa keunggulan seperti umur simpan yang lebih tahan

lama, menjaga kualitas produk serta mempermudah dalam penyimpanan dan penggunaan. Dengan melakukan diversifikasi pengolahan jagung dapat memberikan nilai jual yang lebih tinggi (Utomo dkk., 2024). Sehingga produk ini memiliki potensi pasar yang menjanjikan.

Objek penelitian ini yaitu rumah produksi Vegemas yang merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang pertanian pengolahan. Rumah produksi ini telah mengembangkan produk jagung pipil dalam bentuk *frozen* sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah dari komoditas tersebut. Hasil pertanian dapat memberikan keuntungan lebih besar apabila diolah melalui proses perubahan bahan baku menjadi produk baru sehingga siap dipasarkan (Tulle dkk., 2024). Namun dalam menghadapi persaingan pasar, diperlukan strategi pemasaran yang efektif agar produk ini mampu diterima dan bersaing dengan produk yang sejenis. Selain persaingan pasar ada juga beberapa ancaman yang dapat mengganggu proses pemasaran seperti persaingan harga dengan produk sejenis dan keterbatasan akses terhadap konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis ini membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta peluang dan ancaman yang memengaruhi pemasaran produk tersebut. Adanya analisis SWOT diharapkan dapat membantu rumah produksi ini menjadi lebih terarah dan relevan untuk meningkatkan daya saing produk. Analisis SWOT dapat membantu perusahaan mengetahui dan memahami peluang dan ancaman yang sedang dihadapi oleh perusahaan baik dari dalam (*internal*) maupun luar (*eksternal*) (Asha, 2024). Analisis SWOT juga memungkinkan rumah produksi untuk memanfaatkan peluang pasar secara maksimal, sekaligus meminimalisir dampak dari ancaman yang ada.

Salah satu aspek yang memengaruhi keberhasilan produk ini yaitu kelancaran distribusi bahan baku. Ketersediaan bahan baku yang konsisten akan menjaga stabilitas proses produksi. Bahan baku merupakan salah satu faktor penentu dalam kelancaran proses produksi, sehingga setiap perusahaan harus

mempunyai persediaan bahan baku yang cukup untuk menunjang kegiatan produksi (Sintiya dkk., 2024). Pentingnya menjaga ketersediaan bahan baku dan strategi pemasaran, akan meningkatkan efisiensi operasional produksi serta memperkuat rumah produksi ini dalam menghadapi persaingan pasar. Strategi memiliki peran yang penting dalam menyikapi perubahan dalam sektor pertanian yang bertujuan untuk menjaga stabilitas dan keberlanjutan produksi guna menghasilkan kualitas dan kuantitas produk yang baik (Nurmutmainnah dkk., 2024)

Penelitian ini akan menganalisis dan merumuskan strategi pemasaran yang sesuai untuk produk jagung *frozen*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi rumah produksi Vegemas dalam meningkatkan daya saing dan pangsa pasarnya. Selain itu hasil ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lain yang bergerak dalam bidang agribisnis.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pemasaran di rumah jagung pipil Vegemas?
2. Bagaimana strategi pemasaran jagung frozen yang dilakukan oleh rumah produksi Vegemas?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran di rumah produk jagung pipil Vegemas.
2. Menganalisis strategi pemasaran yang efektif dilakukan rumah jagung pipil Vegemas.

Manfaat Penelitian

1. Menambah pengetahuan peneliti tentang strategi pemasaran serta kendalanya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat wawasan serta sebagai sumber referensi untuk peneliti dalam bidang yang sama.

3. Penelitian ini diharapkan memberikan sebagai informasi bagi pelaku usaha dalam bidang strategi pemasaran.

