

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta
- Arsanti, I.W. 1995. *Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Benih (Studi Kasus Perum Sang Hyang Seri Cabang Jateng dan DIY, UPB, Klaten II)*. Skripsi. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Assauri, Sofyan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Raja Grafindo: Jakarta
- Azwir, dkk. 2010. *Peningkatan Produktivitas Padi Sawah dengan Perbaikan Teknologi Budidaya*. Vo. 12 No. 2, 212-218. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sumatera Barat.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Luas Panen dan Produksi Beras di Indonesia*. BPS: Jakarta.
- David FR. 2006. *Manajemen Strategi*. Edisi ke-10. Jakarta: Salemba Empat
- Departemen Pertanian. 2008. *Pedoman Umum: Peningkatan Produksi dan Produktivitas Padi, Jagung, dan Kedelai melalui pelaksanaan SL-PTT*. Dirjen Tanaman Pangan.
- Drs H. Indriyo Gitosudarmo, M.Com. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-1. BPFE: Yogyakarta.
- Hasyim. 2012. *Penelitian Tanaman Padi*. Universitas Padjadjaran. Bandung
- Hayani, Nurahmi. 2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*. Suska Press: Pekanbaru
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.
- J. Salusu. 2000. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Grasindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 2 Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Notarianto, D. 2011. *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Usahatani Padi Organik dan Padi Anorganik (Studi kasus: Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prasekti, Y.H. 2015. *Analisa Ekonomi Usaha Penangkar Benih Padi Ciherang Di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung*. Jurnal Agribisnis Unita. 11 (13): 1 – 11.
- Pratama, Yobi M. 2018. *Perjanjian Kerjasama Penjualan Pupuk Urea Bersubsidi Pt.Pupuk Iskandar Muda(Pim) Dengan Distributor Cv.Tani Karya Cabang Padang Pariaman*. Skripsi. Fakultas Hukum. Universitas Andalas. Padang.
- Pratiwi, Yenny Anggun. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran di PT. Ayu Indah Group Paciran Lamongan Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan*. Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi. Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Surabaya.
- Puspitasiwi, Adeline. 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Pakis, Kecamatan Cibodas, Cianjur, Jawa Barat*. Skripsi. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Manajemen bisnis*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Reny, Maulidia Rahmat. 2012 *Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Robinson RB, Pearce JA. 1997. *Manajemen Strategik*. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara

- Santoso, Alfandi, dan Dukat. 2005. *Analisis usahatani padi sawah (Oryza sativa L.) dengan benih sertifikasi dan non sertifikasi (studi kasus di Desa Karang Sari, Kecamatan Weru, Kabupaten Cirebon)*. Jurnal AGRIJATI. 1(1): 52-64.
- Soetopo, Lita. 1993. *Teknologi Benih*. Rajawali Pers: Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sumodiningrat. 2001. *Pengantar Statistika*. Andi: Jakarta.
- Swastha, Basu. 1996. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty: Yogyakarta.
- Syahri dan R.U. Somantri. 2016. *Penggunaan varietas unggul tahan hama dan penyakit mendukung peningkatan produksi padi nasional*. Jurnal Litbang Pertanian. 35 (1): 25-36.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi: Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2000. *Manajemen Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Uma, Sekaran. 2011. *Research Methods for business Edisi 1 dan 2*. Salemba Empat: Jakarta.
- Utami, Pujiati dan Wantemin. 2010. *Mekanisme Penyaluran Benih Padi Bersubsidi Di Kabupaten Purbalingga*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.
- Yusuf, A dan Harnowo, D. 2010. *Teknologi Budidaya Padi Sawah Mendukung SI-PTT*. BBTP. Sumatera Utara

*Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara*

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

Wawancara ini disusun dalam rangka penelitian skripsi dengan judul:

**Analisis Strategi Pemasaran Benih Padi *Free Market* Pada PT. Pertani (Persero)  
Cabang Sulawesi Selatan**

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :.....

Jabatan :.....

**I. PT. PERTANI (PERSERO) CABANG SUL-SEL**

1. Bagaimana sejarah lahirnya PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel? (latar belakang, tahun berdiri, dan nilai investasi)
2. Siapa pendiri, pemilik dan pengelola PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel saat ini?
3. Apa saja jenis usaha yang dijalankan PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?
4. Apa visi, misi dan tujuan dari PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?
5. Apa alasan pemilihan lokasi perusahaan?
6. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
7. Apa kendala utama dalam menjalankan bisnis?

**II. ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL PT. PERTANI (PERSERO) CABANG  
SUL-SEL**

**A. Sumberdaya**

1. Berapa jumlah tenaga kerja yang digunakan perusahaan? Adakah kualifikasi dalam merekrut tenaga kerja?
2. Bagaimana tingkat keterampilan dan produktivitas karyawan yang ada saat ini?
3. Seperti apa insentif yang diberikan kepada karyawan? (berupa gaji, bonus dan tunjangan)
4. Apakah perusahaan menyelenggarakan pelatihan khusus untuk meningkatkan keterampilan karyawan? Seperti apa pelatihan yang diberikan?

**B. Produksi/Operasi**

1. Berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi? Adakah spesialisasi kerja dalam kegiatan produksi?
2. Berapa lama siklus produksi yang dibutuhkan dalam produksi Benih Padi?

3. Apa saja jenis Benih Padi yang dihasilkan, dan berapa jumlah rata-rata Benih Padi *Free Market* yang dihasilkan dalam 1 kali masa produksi?
4. Apa dasar penentuan jumlah produksi Benih Padi *Free Market*? (Contoh: berdasarkan permintaan, harga, dll) Bagaimana kegiatan produksi dilaksanakan? (secara tradisional atau ada penggunaan teknologi)
5. Adakah standar mutu yang ditetapkan perusahaan? Jika ada, bagaimana standar mutu tersebut?
6. Adakah perbedaan produk dibandingkan dengan pesaing?

### **C. Pemasaran**

1. Berapa harga produk yang ditetapkan?
2. Apa dasar penetapan harga produk? (berdasarkan biaya produksi, keseimbangan permintaan dan penawaran, harga pesaing dan berdasarkan nilai produk di mata konsumen)
3. Bagaimana kegiatan distribusi dan penjualan perusahaan? Dan berapa jumlah penjualan pada masing-masing konsumen?
4. Bagaimana loyalitas konsumen?
5. Siapa saja distributor PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel? Bagaimana sistem kontrak dan kemitraan yang dibangun?
6. Apa saja kegiatan promosi yang dilakukan? Berapa anggaran yang ditargetkan untuk kegiatan promosi?
7. Bagaimana strategi pemasaran yang saat ini diterapkan perusahaan? (Siapa segmen pasar, siapa target pasar PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel)
8. Bagaimana proses pengiriman produk ke konsumen?

### **D. Keuangan**

1. Dari mana saja sumber modal yang digunakan PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?
2. Bagaimana alokasi anggaran perusahaan saat ini?
3. Bagaimana sistem administrasi dan pembukuan perusahaan?
4. Bagaimana perusahaan mengelola keuangan?

### **E. Penelitian dan pengembangan**

1. Adakah kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan perusahaan?
2. Adakah divisi khusus perusahaan yang menangani kegiatan penelitian dan pengembangan?
3. Adakah inovasi yang dihasilkan perusahaan? Apa saja inovasi tersebut?

## **F. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)**

### **Produk**

1. Apa saja produk yang perusahaan jual?
2. Bagaimana cara Anda menentukan produk yang akan dijual (contoh: kualitas, variasi, *design*, *brand*)?
3. Apakah produk yang Anda jual sudah bervariasi?
4. Bagaimana kualitas produk yang Anda jual?
5. Bagaimana tingkat *durability* (daya tahan) produk yang Anda jual?
6. Apakah produk yang Anda jual memiliki garansi?
7. Apa yang Anda lakukan jika produk yang Anda jual memiliki cacat?
8. Bagaimana cara Anda menentukan jumlah persediaan produk?
9. Apa yang Anda lakukan jika produk yang dipesan konsumen tidak tersedia?

### **Harga**

1. Bagaimana cara Anda menentukan harga produk yang akan dijual?
2. Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen ke perusahaan Anda?
3. Bagaimana cara Anda menentukan diskon?

### **Lokasi/distribusi**

1. Bagaimana sistem pendistribusian benih padi?
2. Bagaimana sistem pengawasan gudang yang Anda terapkan saat ini?

### **Promosi**

1. Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi perusahaan Anda?
2. Apa saja media promosi yang Anda gunakan saat ini?
3. Bagaimana cara Anda menentukan promosi penjualan?
4. Berapa besar alokasi dana yang Anda siapkan untuk promosi?

## **III. ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL PT. PERTANI (PERSERO) CABANG SUL-SEL**

### **A. Politik**

1. Bagaimana stabilitas politik dan keamanan yang ada di Indonesia mempengaruhi usaha yang dijalankan PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?
2. Adakah kebijakan yang mempengaruhi usaha Benih Padi baik E-Katalog maupun *Free Market* di PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel secara langsung maupun tidak langsung?
3. Bagaimana sistem regulasi dan perpajakan yang dibebankan pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?

## **B. Ekonomi**

1. Bagaimana prospek dan potensi Benih Padi *Free Market* ditinjau dari segi permintaan?
2. Apa dampak perubahan harga dan biaya produksi pada usaha Benih Padi *Free Market* PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?

## **C. Sosial**

1. Bagaimana tanggapan masyarakat atas bisnis yang dijalankan PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?
2. Apa kontribusi yang diberikan PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar?
3. Adakah kemitraan yang terjalin antara PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel dengan petani di Sulawesi Selatan?

## **D. Teknologi**

1. Bagaimana teknologi mempengaruhi kegiatan usaha PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?
2. Apa saja teknologi produksi, informasi dan pasca produksi yang ada saat ini?
3. Teknologi apa saja yang sesuai diterapkan pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel?

## **E. Pemasok**

1. Siapa saja pemasok yang dimiliki perusahaan? Bagaimana sistem kerjasama dengan pemasok?
2. Apakah jumlah pemasok tersebut mampu memenuhi kebutuhan benih padi *Free Market*?
3. Bagaimana kemampuan pemasok dalam memenuhi kebutuhan benih padi *Free Market*?

## **F. Perantara Pemasaran**

1. Apakah usaha anda menggunakan perantara pemasaran dalam memasarkan produk benih padi?
2. Siapa saja perantara pemasaran yang dipercaya memasarkan produk benih padi *Free Market*? (jika ada)

## **G. Pelanggan/Konsumen**

1. Berapa jumlah konsumen yang anda miliki?
2. Siapa saja konsumen Benih Padi *Free Market* PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel? Berapa jumlah pembelian yang dilakukan konsumen tersebut?
3. Berapa harga yang diterima konsumen tahap 1 dan konsumen akhir?

## **H. Pesaing**

1. Siapa saja pesaing PT. Pertani (Persero) Cabang Sul-Sel, baik dalam usaha Benih Padi Free Market secara umum?
2. Apa keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pesaing?
3. Seberapa besar kemungkinan munculnya pendatang baru dalam usaha Benih Padi *Free Market*?

*Lampiran 2. Pedoman Pengisian Bobot dan Rating*

**KUESIONER PENGISIAN BOBOT DAN RATING  
FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL PERUSAHAAN**

Nama :

Jabatan :

**A. Faktor Strategi Internal**

Faktor internal merupakan faktor yang terkait dengan kuantitas maupun kualitas semua aspek yang terdapat pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Selatan. Aspek tersebut mencakup aspek sumber daya manusia, kemampuan manajerial perusahaan dan kompetensi inti yang dimiliki perusahaan. Faktor internal tersebut dapat menjadi kekuatan ataupun kelemahan perusahaan. Masing-masing faktor strategis kekuatan dan kelemahan akan menghasilkan variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

**Petunjuk Pengisian:**

1. Berikan tanda (√) pada kolom peringkat yang tersedia pada Tabel 1 untuk faktor strategis Internal yang mencakup Kekuatan dan Kelemahan
2. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap variabel faktor strategi internal dan eksternal perusahaan untuk menunjukkan seberapa efektif pengaruh variabel tersebut terhadap perusahaan dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Nilai 4 = Sangat Penting
  - b. Nilai 3 = Penting
  - c. Nilai 2 = Cukup Penting
  - d. Nilai 1 = Tidak Penting



Tabel 1. Analisis Faktor Strategi Internal Perusahaan

Faktor Strategi Internal		1	2	3	4
KEKUATAN	Memiliki visi, misi dan tujuan yang spesifik sehingga dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam pengembangan usaha.				
	Produk benih padi bersertifikat dengan kualitas terjamin.				
	Pengawasan mutu benih yang dilakukan secara menyeluruh mulai dari sebelum tanam hingga sampai ke tangan konsumen.				
	Memiliki kerjasama yang baik dengan petani penangkar.				
	Memiliki merek produk yang sama dengan nama perusahaan.				
	Adanya <i>Sales Representatif</i> (SR) sebagai tenaga pemasar.				
	Lingkungan kerja yang kondusif				
KELEMAHAN	Produk benih yang bersifat tidak tahan lama dengan masa kadaluarsa 9 bulan dari masa panen. Setelah melewati masa kadaluarsa, benih harus diuji kembali.				
	Promosi benih padi <i>free market</i> tidak maksimal dikarenakan kendala modal.				
	Ketergantungan modal usaha dari pusat menyebabkan seringkali terjadi keterlambatan pembayaran dengan petani penangkar				
	Jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan yang kurang menyebabkan perusahaan harus mencari tenaga kerja borongan atau buruh harian dalam pengolahan produk.				
	Belum diterapkannya kegiatan penelitian dan pengembangan pada untuk menciptakan inovasi jenis-jenis benih padi.				
	Penetapan jumlah produksi untuk benih padi <i>free market</i> tidak menentu.				

### B. Faktor Strategi Eksternal

Faktor Eksternal merupakan faktor yang terkait dengan lingkungan luar perusahaan yang turut memberikan dampak terhadap pemilihan strategi dan menentukan situasi bisnis perusahaan. Faktor eksternal terdiri atas aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi dan persaingan pada industri yang dihadapi perusahaan. Faktor-faktor yang terdapat di lingkungan eksternal dapat menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Masing-masing faktor strategis peluang dan ancaman akan menghasilkan variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

**Petunjuk Pengisian:**

3. Berikan tanda (√) pada kolom peringkat yang tersedia pada Tabel 2 untuk faktor strategis Eksternal yang mencakup Peluang dan Ancaman
4. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap variabel faktor strategi internal dan eksternal perusahaan untuk menunjukkan seberapa efektif pengaruh variabel tersebut terhadap perusahaan dengan kriteria sebagai berikut:
  - e. Nilai 4 = Sangat Penting
  - f. Nilai 3 = Penting
  - g. Nilai 2 = Cukup Penting
  - h. Nilai 1 = Tidak Penting

Tabel 2. Analisis Faktor Strategi Eksternal

<b>Faktor Strategi Eksternal</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>PELUANG</b>	Peningkatan jumlah penduduk				
	Adanya kerjasama yang dapat ditawarkan kepada petani berupa tersedianya Benih Pokok				
	Perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat				
<b>ANCAMAN</b>	Adanya pesaing dengan harga miring				
	Kefanatikan petani terhadap satu jenis varietas atau merek yang sudah dikenalnya				
	Krisis ekonomi yang berkepanjangan yang menyebabkan kurangnya daya beli petani.				

**Lampiran 3. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Internal**

Faktor Strategis Internal		Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Jumlah	Bobot	Rating
STRENGTHS	Memiliki visi, misi dan tujuan yang spesifik sehingga dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam pengembangan usaha.	4	1	4	4	13	0,08	3,25
	Produk benih padi bersertifikat dengan kualitas terjamin.	4	1	4	4	13	0,08	3,25
	Pengawasan mutu benih yang dilakukan secara menyeluruh mulai dari sebelum tanam hingga sampai ke tangan konsumen.	3	2	4	4	13	0,08	3,25
	Memiliki kerjasama yang baik dengan petani penangkar.	3	2	4	4	13	0,08	3,25
	Memiliki merek produk yang sama dengan nama perusahaan.	3	1	3	2	9	0,06	2,25
	Adanya Sales Representatif (SR) sebagai tenaga pemasar.	3	1	4	2	10	0,06	2,5
	Lingkungan kerja yang kondusif	4	2	3	3	12	0,08	3
WEAKNESS	Produk benih yang bersifat tidak tahan lama dengan masa kadaluarsa 9 bulan dari masa panen. Setelah melewati masa kadaluarsa, benih harus diuji kembali.	3	1	4	4	12	0,08	3
	Promosi benih padi free market tidak maksimal dikarenakan kendala modal.	3	3	3	3	12	0,08	3
	Ketergantungan modal usaha dari pusat menyebabkan seringkali terjadi keterlambatan pembayaran dengan petani penangkar	3	2	3	3	11	0,07	2,75
	Jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan yang kurang menyebabkan perusahaan harus mencari tenaga kerja borongan atau buruh harian dalam pengolahan produk.	3	2	3	3	11	0,07	2,75
	Belum diterapkannya kegiatan penelitian dan pengembangan pada untuk menciptakan inovasi jenis-jenis benih padi.	3	2	4	4	13	0,08	3,25
	Penetapan jumlah produksi untuk benih padi free market tidak menentu.	3	3	3	3	12	0,08	3
<b>TOTAL</b>						<b>154</b>	<b>1</b>	

**Lampiran 4. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Eksternal**

<b>Faktor Strategis Eksternal</b>		<b>Informan 1</b>	<b>Informan 2</b>	<b>Informan 3</b>	<b>Informan 4</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>OPPORTUNITY</b>	Peningkatan jumlah penduduk	3	1	3	2	9	0,13235	2,25
	Adanya kerjasama yang dapat ditawarkan kepada petani berupa tersedianya Benih Pokok	3	2	4	4	13	0,19118	3,25
	Perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat	4	1	3	3	11	0,16176	2,75
<b>THREATS</b>	Adanya pesaing dengan harga miring	3	3	3	4	13	0,19118	3,25
	Kefanatikan petani terhadap satu jenis varietas atau merek yang sudah dikenalnya	3	1	3	3	10	0,14706	2,5
	Krisis ekonomi yang berkepanjangan yang menyebabkan kurangnya daya beli petani.	3	1	4	4	12	0,17647	3
<b>TOTAL</b>						<b>68</b>	<b>1</b>	

*Lampiran 5. Wawancara dan Observasi Pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Selatan*



