

## STRATEGI PEMASARAN BENIH TOMAT VARIETAS KALIURANG OLEH BALAI PENGEMBANGAN PERBENIHAN TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

**Devi Nurhivilda, Mohd. Harisudin, R. Kunto Adi**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret  
Jl.Ir.Sutami No.36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457  
Email: *devinurhivilda@gmail.com* Telp: 083865000756

**ABSTRACT:** This study aims to identify the internal and external factors in the marketing of tomato seed varieties kaliurang, alternative marketing strategies kaliurang tomato seed varieties and determine the priority strategies that can be applied in marketing BPPTPH kaliurang tomato seed varieties. The basic method of this research is descriptive analytic method. Determining the location of the research conducted with a purposive (intentionally). Research using primary data and secondary data. Data were analyzed using analysis of internal factors and external factors with matrix IFE and EFE matrix. Alternative strategies using IE matrix and BCG matrix. Priority strategies using QSPM. The results showed that the internal environmental factors become the main force is the price of tomato seed varieties kaliurang affordable. BPPTPH internal environmental factors that 4P (price, product, promotion, distribution), the number of varieties of tomato seed sales kaliurang, human resources and financial management. Internal environmental factors into the main drawback is BPPTPH decreased number of sales. BPPTPH external environmental factors that Government policy, the number of stores inputs, economic, social, technological, number of competitors tomato seed sales. External environmental factors that become the main opportunity is capital assistance from the Regional Government. External environmental factors are the main threat is the competitor's product demand has increased. BPPTPH IE matrix is in cell V, which is protected and maintained. While the BCG matrix BPPTPH is in quadrant BPPTPH question mark is in the position of the relatively low market share, but to compete in the high growth. Alternative strategies generated by means of a system promoting plots to farmers, providing specific training to workers in the field of promotion, promotion to the farmers by providing counseling and introduction of products, adding skilled manpower in the field of production to improve product quality. Priority strategies that can be done by BPPTPH is doing promotion by way of demonstration plots to farmers system.

**Keywords:** Tomato Seed Varieties Kaliurang, Marketing Strategy, BCG, QSPM

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pemasaran benih tomat varietas kaliurang, alternatif strategi pemasaran benih tomat varietas kaliurang dan merumuskan prioritas strategi yang dapat diterapkan BPPTPH dalam pemasaran benih tomat varietas kaliurang. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan *purposive* (sengaja). Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor internal dan faktor eksternal dengan matrik IFE dan matrik EFE. Alternatif strategi menggunakan matrik IE dan matrik BCG. Prioritas strategi menggunakan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama adalah harga benih tomat varietas kaliurang terjangkau. Faktor lingkungan internal yang menjadi kelemahan utama adalah BPPTPH mengalami penurunan jumlah penjualan. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang utama adalah bantuan modal dari Pemerintah Daerah. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi ancaman utama adalah permintaan produk pesaing mengalami peningkatan. Matrik IE BPPTPH berada pada sel V, yaitu jaga dan pertahankan. Sedangkan matrik BCG BPPTPH berada pada kuadran *question mark* yaitu BPPTPH berada pada posisi pangsa pasar yang relatif rendah, namun bersaing dalam pertumbuhan yang tinggi. Alternatif strategi yang dihasilkan melakukan promosi dengan cara sistem demplot, pengembangan sumberdaya manusia dalam bidang promosi, melakukan promosi kepada petani dengan cara memberikan penyuluhan serta pengenalan produk, menambah tenaga kerja ahli dalam bidang produksi untuk memperbaiki kualitas produk. Prioritas strategi yang dapat dilakukan oleh BPPTPH adalah melakukan promosi dengan cara sistem demplot.

**Kata kunci:** Benih Tomat Varietas Kaliurang, Strategi Pemasaran, BCG, QSPM

## **PENDAHULUAN**

Sektor pertanian merupakan sektor yang penting di Indonesia, oleh sebab itu pembangunan yang dilaksanakan disektor ini dapat meningkatkan perekonomian Indonesia. Peningkatan produksi sektor pertanian didukung pula dengan peningkatan subsektor didalamnya yaitu subsektor tanaman pangan dan hortikultura (Rasahan *et al.*, 1999:1-2). Hortikultura terbagi menjadi tiga golongan yaitu tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, dan tanaman bunga atau hias. Pada umumnya produk hortikultura dikonsumsi dalam bentuk segar, khususnya tanaman buah-buahan dan tanaman sayur, sehingga kadar air sangat menentukan kualitasnya. Dengan kadar air yang tinggi menyebabkan produk tersebut mudah rusak. Kontribusi tanaman hortikultura terhadap manusia dan lingkungan cukup besar (Arief, 1990:1). Tanaman tomat adalah salah satu tanaman yang tergolong kedalam tanaman hortikultura. Benih merupakan salah satu penentu keberhasilan agribisnis, oleh sebab itu maka penggunaan benih bermutu dari varietas unggul sangat menentukan keberhasilan produksi di bidang pertanian, termasuk hortikultura.

Dengan demikian industri perbenihan dalam negeri harus lebih maju (Agustri, 2008). Balai Pengembangan Perbenihan Tanaman Pangan dan Hortikultura (BPPTPH) adalah produsen benih tomat kaliurang yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu benih yang diproduksi oleh Balai Pengembangan Perbenihan Tanaman Pangan dan Hortikultura (BPPTPH) yaitu benih tomat varietas kaliurang. Selain benih tomat varietas kaliurang ada benih cabai varietas cipanas, benih cabai varietas branang, dan benih cabai varietas gantari. Berikut ini merupakan data mengenai jumlah produksi benih yang ada di BPPTPH:

Tabel 1. Jumlah Produksi Benih di BPPTPH Tahun 2011-2013

No.	Benih	Tahun		
		2011	2012	2013
1.	Tomat Varietas Kaliurang (kg)	70	170	100
2.	Cabai (kg)			
	a. Cabai Varietas Cipanas	40	20	50
	b. Cabai Varietas Branang	40	35	20
	c. Cabai Varietas Gantari	10	7	0
3.	Krisan (polibag)	5.000	12.000	1.500
4.	Jamur (Botol)			
	a. Tiram	4.000	4.000	4.000
	b. Kuping	2.000	2.000	2.000

Sumber: BPPTPH (2011-2013)

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif analitis. Penentuan lokasi Di BPPTPH dilakukan dengan *purposive* atau sengaja Metode Penentuan *Key Informan* secara *purposive* atau sengaja. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. teknik triangulasi yang digunakan adalah teknik triangulasi data atau sumber serta teknik triangulasi metode. Teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan pencatatan.

#### **Metode Analisis Data**

Analisis Faktor – Faktor Strategis.

*Faktor Internal.* Kekuatan dan kelemahan menurut David (2004: 174) ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan. *Faktor Eksternal.* Menurut Salusu (2003: 97) lingkungan eksternal terdiri atas dua faktor

strategik, yaitu peluang dan ancaman atau tantangan.

Matrik IFE dan Matrik EFE.

Alternatif Strategi. a) Matrik Internal-Eksternal (IE) Penyusunan matrik IE ini bertujuan untuk memposisikan berbagai divisi suatu organisasi (David, 2004: 37). b) Matrik BCG. Pendekatan BCG berasumsi bahwa arus kas akan berkaitan dengan volume penjualan. BCG terdiri dari atas dua variabel yaitu pangsa pasar relatif yang digambarkan dengan sumbu horizontal dan laju pertumbuhan pasar yang digambarkan pada sumbu vertikal.

Prioritas Strategi.

Menurut David (2004), bahwa matriks QSP digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan lingkungan eksternal dan internal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSP merupakan strategi yang paling baik.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Gambaran umum lokasi penelitian**

Pada tahun 1960 Pemerintah D.I Yogyakarta mendirikan Kebun Percontohan perkebunan dan Hortikultura di Ngipiksari,

Hargobinangun, Pekem, Sleman dengan area 2,04 ha.

**Hasil Penelitian**

Analisis Lingkungan Perusahaan.

*Lingkungan Internal.* Lingkungan internal perusahaan dikelompokkan kedalam 4 bagian, yaitu 4P (harga, produk, promosi, distribusi), volume penjualan benih tomat varietas

kaliurang, sumberdaya manusia, manajemen keuangan.

*Kekuatan dan Kelemahan.* Identifikasi faktor-faktor lingkungan internal perusahaan akan menghasilkan kekuatan dan kelemahan yang akan menunjang keberhasilan dari perusahaan.

Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan

<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
1. Harga benih varietas kaliurang terjangkau	1. Promosi terbatas
2. Benih tomat kaliurang merupakan produk utama BPPTPH	2. Tidak ada pelatihan khusus bagi karyawan
3. Lokasi strategis dan mudah dijangkau	3. Kualitas SDM rendah
4. Peralatan modern	4. Harga benih tomat varietas kaliurang ditentukan oleh Pemerintah
5. Kualitas benih varietas kaliurang tinggi	5. Mengalami penurunan jumlah penjualan
6. Ketersediaan dana yang memadai	

Sumber : Data Primer, 2014.

*Kekuatan.* a) Harga benih tomat varietas kaliurang terjangkau. Harga benih tomat varietas kaliurang yang cukup murah bertujuan agar benih tomat varietas kaliurang terjangkau oleh petani. Harga benih tomat varietas kaliurang terjangkau karena adanya subsidi dari pemerintah. b) Benih tomat kaliurang merupakan produk utama BPPTPH merupakan produsen benih tanaman hortikultura diantaranya terdapat benih tomat, benih cabai, bibit krisan, bibit jamur. Dari beberapa benih yang diproduksi di BPPTPH, benih tomat varietas kaliurang merupakan produk utama dari BPPTPH karena jumlah produksi yang paling banyak dibanding benih yang lain. c) Lokasi strategis dan mudah dijangkau

Lokasi BPPTPH yang strategis untuk akses pendistribusian produk yaitu berada di dekat jalan raya. BPPTPH terletak di lintas Jalan Yogyakarta-Kaliurang pada Km. 23 serta berjarak ±2 km dari lokasi wisata Kaliurang dan dekat dengan Gunung Merapi. d) Peralatan modern. Alat-alat yang digunakan dalam memproduksi benih tomat sudah menggunakan teknologi modern. Teknologi yang digunakan berasal dari kerjasama dengan pihak mitra Misi Teknik Taiwan dan bantuan dari pemerintah. e) Kualitas benih varietas kaliurang tinggi. Benih tomat varietas kaliurang merupakan komoditas unggulan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Benih tomat varietas kaliurang memiliki toleransi

terhadap penyakit layu bakteri (*Pseudomonas solanacearum*) dan busuk akar (*Fusarium oxysporum*), merupakan sifat yang belum dimiliki oleh kebanyakan varietas tomat yang lain. Benih tomat varietas kaliurang memiliki potensi hasil yang tinggi, warna buah yang menarik, daging buah yang tebal dan rasanya yang manis memberikan ciri yang berbeda dengan benih tomat varietas yang lain. f) Ketersediaan dana yang memadai. Kondisi ekonomi BPPTPH mengalami peningkatan dilihat dari pendapatannya. BPPTPH tidak hanya memproduksi benih tomat varietas kaliurang saja melainkan juga memproduksi benih cabai, bibit krisan dan bibit jamur.

*Kelemahan.* a) Promosi terbatas. Promosi yang dilakukan BPPTPH masih sangat kurang. Kurangnya tenaga ahli dalam bidang promosi merupakan salah satu faktor penyebab promosi terbatas. Promosi yang dilakukan BPPTPH saat ini baru melalui media televisi, radio, internet, dan brosur. Promosi ke toko-toko saprodi dan langsung ke petani masih kurang dilakukan oleh BPPTPH. b) Tidak ada pelatihan khusus bagi karyawan BPPTPH tidak melakukan pelatihan khusus bagi karyawan. Hal ini dapat mempengaruhi pada peningkatan kinerja pada karyawan di BPPTPH. Sehingga akan berdampak pada kualitas benih yang dihasilkan oleh BPPTPH. c) Kualitas SDM rendah. Kualifikasi tingkat pendidikan karyawan BPPTPH tergolong relatif masih rendah. BPPTPH merekrut berdasarkan kemampuan yang dimiliki bukan berdasarkan tingkat pendidikan. d) Harga benih tomat varietas kaliurang ditentukan oleh Pemerintah. BPPTPH memiliki fungsi sebagai pelaksana

sebagian tugas Dinas Pertanian di bidang pengembangan dan promosi agribisnis perbenihan hortikultura. Berdasarkan tugas dan fungsi yang diberikan oleh dinas pertanian Daerah Istimewa Yogyakarta. e) Mengalami penurunan jumlah penjualan. Semakin banyaknya produsen benih tomat menyebabkan banyaknya pesaing bagi BPPTPH. Kualitas benih tomat varietas kaliurang mempengaruhi jumlah penjualan

*Analisis Lingkungan Eksternal.* Lingkungan eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor di luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan maupun ancaman bagi perusahaan. a) Kebijakan Pemerintah. Kebijakan pemerintah juga dapat menjadi kelemahan bagi BPPTPH dalam penentuan harga jual benih tomat varietas kaliurang. Penentuan harga ditentukan berdasarkan Peraturan Anggaran Daerah. b) Jumlah Toko Saprodi. Kebijakan pemerintah yang tidak diperbolehkan sistem titip dikarenakan setiap ada produk keluar harus dilakukan pembukuan. Hal ini mengakibatkan jumlah produk benih dari BPPTPH kurang terserap di daerah Yogyakarta. c) Ekonomi. Kondisi ekonomi perusahaan semakin meningkat dengan ditandainya masih banyaknya pihak mitra yang bekerjasama dengan BPPTPH sehingga perekonomian di perusahaan tetap berjalan dan meningkat. d) Sosial. Permintaan benih tomat varietas kaliurang untuk Kabupaten Sleman mengalami penurunan. Perubahan ini disebabkan karena semakin berkembangnya teknologi pertanian dan semakin berkembangnya tingkat pendidikan di petani Kabupaten Sleman sehingga petani lebih selektif dalam memilih

benih yang akan dibudidayakan. e) Teknologi. Teknologi yang digunakan berasal dari kerjasama dengan pihak mitra Misi Teknik Taiwan dan bantuan dari pemerintah. Peralatan yang digunakan oleh BPPTPH yaitu traktor sebanyak 2 buah, refrigerator sebanyak

2 buah, powerspyer 2 buah. f) Jumlah Penjualan Benih Tomat Pesaing.

*Peluang dan Ancaman.* Identifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan akan menghasilkan peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam persaingan.

Tabel 3. Peluang dan Ancaman

<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
Bantuan modal oleh Pemerintah Daerah	Ancaman benih tomat hibrida dan produk tomat pesaing
Kemitraan dengan pasar luas	Produk belum banyak dikenal oleh masyarakat
Adanya diversifikasi jenis benih	Permintaan produk berkurang
Kesetiaan pelanggan	Pesaing sering melakukan demplot Permintaan produk pesaing mengalami peningkatan

Sumber: Data Primer, 2014.

*Peluang.* a) Bantuan modal oleh Pemerintah Daerah. Modal awal dalam mendirikan BPPTPH yaitu dengan memakai modal dari Pemerintah Daerah. b) Kemitraan dengan pasar luas. Pihak mitra yaitu Sang Hyang Sri (SHS), Radja Seed, BBI Jakarta, Dinas Transmigrasi Kalimantan, Dinas Transmigrasi Papua, Teknik Misi Taiwan, dan toko-toko pertanian. c) Adanya diversifikasi jenis benih. Selain benih tomat varietas kaliurang BPPTPH memproduksi benih cabai, bibit krisan, bibit jamur. Keuntungan yang diperoleh BPPTPH tidak hanya dari hasil penjualan benih tomat varietas kaliurang saja tetapi dari penjualan benih yang lain. d) Kesetiaan pelanggan. Rasa percaya dengan kualitas benih tomat yang dihasilkan oleh BPPTPH masih dimiliki oleh beberapa pelanggan BPPTPH. Terbukti dengan masih

banyaknya konsumen yang membeli benih tomat varietas kaliurang.

*Ancaman.* a) Ancaman benih tomat hibrida dan produk tomat pesaing. Dilihat dari segi hasil panennya benih hibrida lebih banyak disukai dikalangan petani dibanding benih tomat yang tidak hibrida. Produk tomat pesaing merupakan benih tomat hibrida, maka petani lebih sering membeli produk pesaing dibanding benih tomat varietas kaliurang. b) Produk belum banyak dikenal oleh masyarakat. Kurang dikenalnya benih tomat varietas kaliurang ini dikarenakan promosi yang dilakukan BPPTPH tidak sampai di kalangan masyarakat. Pengenalan produk dilakukan oleh BPPTPH. c) Permintaan produk berkurang. Beralihnya petani yang menanam benih tomat hibrida menyebabkan permintaan produk benih tomat varietas kaliurang berkurang. d)

Pesaing sering melakukan demplot. Promosi dengan sistem demplot dapat menimbulkan rasa percaya di petani untuk menanam benih tomat pesaing. e) Permintaan produk pesaing mengalami peningkatan. Petani lebih

mengenal benih tomat pesaing dibanding benih tomat varietas kaliurang sehingga permintaan produk benih tomat pesaing semakin mengalami peningkatan.

*Matrik Internal Factor Evaluation (IFE).*

Strategi Pemasaran Benih Tomat Varietas Kaliurang.

Tabel 4. Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) BPPTPH

Faktor internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Kekuatan</b>			
Harga benih tomat varietas kaliurang terjangkau	0,1119	4	0,4476
Benih tomat varietas kaliurang merupakan produk utama BPPTPH	0,0655	4	0,262
Lokasi strategis dan mudah dijangkau	0,088	4	0,352
Peralatan modern	0,0583	4	0,2332
Kualitas benih tomat varietas kaliurang tinggi	0,093	4	0,372
Ketersediaan dana memadai	0,0833	4	0,3332
<b>Kelemahan</b>			
Promosi terbatas	0,1392	1	0,1392
Tidak ada pelatihan khusus bagi karyawan	0,1125	1	0,1125
kualitas SDM rendah	0,109	2	0,218
Harga benih tomat varietas kaliurang ditentukan oleh Pemerintah	0,0714	1	0,0714
Mengalami penurunan jumlah penjualan	0,0679	1	0,0679
Jumlah	1		2,609

Sumber: Data Primer, 2014.

Analisis faktor internal menghasilkan angka 2,609. Berdasarkan nilai skor matrik IFE tersebut mengidentifikasi bahwa faktor internal berada dalam posisi kuat karena berada di atas 2,5 (David, 2004). Hal ini mengidentifikasi bahwa BPPTPH telah mampu

memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan untuk memasarkan benih tomat varietas kaliurang.

Faktor kekuatan yang paling menonjol dalam pemasaran benih tomat varietas kaliurang didasarkan pada skor bobot faktor kekuatan yang

nilainya terbesar yaitu harga benih tomat varietas kaliurang terjangkau dengan skor bobot sebesar 0,4476. Sedangkan faktor internal yang dianggap menjadi kelemahan utama pengembangan benih tomat varietas kaliurang didasarkan pada rating faktor

kelemahan yang nilainya terkecil yaitu BPPTPH mengalami penurunan jumlah penjualan dengan dengan skor bobot sebesar 0,0679.

*Matrik External Factor Evaluation (EFE).*

Tabel 5. Matrik *Ekternal Factor Evaluation* (EFE) BPPTPH

Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Peluang</b>			
Bantuan modal oleh Pemerintah Daerah	0,1637	4	0,6548
Kemitraan dengan pasar luas	0,0803	3	0,2409
Adanya diversifikasi jenisbenih	0,131	4	0,524
Kesetiaan pelanggan	0,125	4	0,5
<b>Ancaman</b>			
Ancaman benih tomat hibrida dan produk tomat pesaing	0,1464	1	0,1464
Produk belum banyak dikenal oleh masyarakat	0,1196	1	0,1196
Permintaan produk berkurang kurang	0,0911	1	0,0911
Pesaing sering melakukan demplot	0,0893	1	0,0893
Permintaan produk pesaing mengalami peningkatan	0,0536	1	0,0536
Jumlah	1		2,4197

Sumber: Data Primer, 2014.

Faktor peluang yang direspon cukup baik dalam strategi pemasarandidasarkan pada skor bobot faktor peluang yang nilainya terbesar yaitu bantuan modal oleh Pemerintah Daerah dengan skor bobot sebesar 0,6548. Sedangkan faktor eksternal yang dianggap menjadi ancaman yang cukup berbahaya karena dianggap sulit ditanggulangi didasarkan pada skor bobot faktor ancaman yang nilainya terkecil yaitu permintaan produk pesaing mengalami peningkatan dengan skor bobot sebesar 0,0536.

*Matriks Internal Eksternal (IE).* Berdasarkan perolehan hasil dari Matriks IFE dan EFE, maka dapat

disusun Matriks IE (*Internal-Eksternal Matrix*) yang dapat memosisikan perusahaan dalam tampilan 9 sel. Pada sumbu *x* dari Matriks IE, skor bobot IFE BPPTPH adalah sebesar 2,609 yang menunjukkan posisi internal perusahaan yang sedang. Pada sumbu *y* dari Matriks IE, skor bobot EFE BPPTPH adalah sebesar 2,4197 yang menunjukkan posisi eksternal perusahaan yang sedang. Jika digambarkan ke dalam Matriks IE, maka posisi perusahaan adalah sebagai berikut.

		<b>Total Skor IFE</b>		
		Kuat 4,0-3,0	Rata- rata 2,99- 2,0	Lemah 1,99-1,0
Tinggi 4,0-3,0	I Tumbuh dan Membangun	II Tumbuh Dan Membangun	III Menjaga dan Mempertahankan	
	IV Tumbuh dan Membangun	V Menjaga dan Mempertahankan	VI Panen atau Disvestasi	
Rata- rata 2,99-2,0	VII Menjaga dan Mempertahankan	VIII Panen atau Disvestasi	IX Panen atau Disvestasi	
Rendah 1,99-				

1,0  
Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal (IE) BPPTPH  
Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Gambar 1 menjelaskan bahwa BPPTPH berada pada sel V, yaitu menjaga dan mempertahankan. Pada sel ini, strategi yang dapat dilakukan adalah strategi intensif yaitu penetrasi pasar yang meliputi penambahan jumlah tenaga kerja promosi, peningkatan pengeluaran untuk iklan, penawaran produk-produk promosi penjualan secara ekstensif.

*Matrik BCG (Boston Consulting Group).*

Berdasarkan data pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif BPPTPH dan pesaing yang diperoleh dari data penjualan benih tomat varietas kaliurang dan data penjualan 16 varietas benih tomat pesaing tahun 2012 – 2013 dapat digambarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Laju Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif Tahun 2012-2013  
Berdasarkan Data Penjualan Benih Tomat Varietas Kaliurang BPPTPH dan Data Penjualan 16 Varietas Benih Tomat Pesaing (Panah Merah) Tahun 2012-2013

Nama Produk Benih Tomat	Pertumbuhan Pasar	Pangsa Pasar Relatif
Varietas Kaliurang	18,75%	0,05
Panah Merah	12%	17,68
Jumlah	15,375%	17,73
Rata-rata	7,68 %	8,865

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Gambar 2. Matrik BCG BPPTPH Berdasarkan Data Penjualan Benih Tomat Varietas Kaliurang BPPTPH dan Data Penjualan 16 Varietas Benih Tomat Pesaing (Panah Merah) Tahun 2012-2013

Sumber: Data Primer, 2014

Berdasarkan data pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif BPPTPH dan pesaing yang diperoleh dari data penjualan benih tomat varietas kaliurang dan rata – rata data penjualan benih tomat pesaing tahun 2012 – 2013 dapat digambarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Laju Pertumbuhan Pasar, Pangsa Pasar Relatif Tahun 2012 – 2013 Berdasarkan Data Penjualan Benih Tomat Varietas Kaliurang BPPTPH dan Rata – Rata Data Penjualan Benih Tomat Pesaing (Panah Merah) Tahun 2012 - 2013

Nama Produk Benih Tomat	Pertumbuhan Pasar	Pangsa Pasar Relatif
Varietas Kaliurang	18,75%	0,9
Panah Merah	11,7%	1,11
Jumlah	30,45%	2,01
Rata-rata	15,23%	1,005

Sumber: Analisis Data Primer, 2014.

Gambar 3. Matrik BCG BPPTPH Berdasarkan Data Penjualan Benih Tomat Varietas Kaliurang BPPTPH dan Data Penjualan 16 Varietas Benih Tomat Pesaing (Panah Merah) Tahun 2012-2013

Sumber: Data Primer, 2014

Berdasarkan Gambar 2 dan Gambar 3 maka terlihat bahwa BPPTPH terdapat dalam kuadran *Question Mark* (tanda tanya). Pada tipe *Question Mark* (tanda tanya) berarti BPPTPH berada pada posisi pangsa pasar yang relatif rendah, namun bersaing dalam pertumbuhan yang tinggi. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Matrik Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM).

Berdasarkan hasil analisis matriks IE dan BCG pada fungsional pemasaran BPPTPH terdapat enam alternatif strategi. Masing-masing alternatif strategi tersebut yaitu: 1) Memberikan pelatihan khusus kepada tenaga kerja dalam bidang promosi. 2) Mengupayakan penawaran kerjasama dengan media massa. 3) Melakukan

promosi dengan sistem demplot kepada petani. 4) Melakukan promosi kepada petani dengan cara memberikan penyuluhan serta pengenalan produk. 5) Menambah tenaga kerja ahli dalam bidang produksi untuk memperbaiki kualitas produk. 6) Melakukan kerjasama atau kemitraan dengan petani untuk penangkaran benih tomat varietas kaliurang.

Untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang dapat dilakukan dianalisis menggunakan matriks QSP. Strategi yang diprioritaskan harus sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini. Tingkat kemenarikan dari strategi diperlihatkan dari STAS (*Sum Total Attractiveness Score*). Strategi yang paling menarik merupakan strategi dengan STAS tertinggi kemudian diurutkan sampai strategi dengan

tingkat daya tarik terendah yang ditunjukkan dari STAS yang terendah. Berdasarkan dengan menggunakan QSPM maka diperoleh urutan prioritas strategi yang disarankan, yaitu 1) Menambah tenagakerja ahli dalam bidang produksi untuk memperbaiki kualitas produk ( STAS 4,979) 2) Melakukan promosi dengan cara sistem demplot kepada petani (STAS 5,6083). 3) Memberikan pelatihan khusus kepada tenaga kerja dalam bidang promosi (STAS 5,2168) 4) Melakukan promosi kepada petani dengan cara memberikan penyuluhan serta pengenalan produk (STAS 4,3293). Strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam kegiatan pemasaran benih tomat varietas kaliurang oleh BPPTPH berdasarkan analisis Matrik QSP adalah strategi II, yaitu melakukan promosi dengan cara sistem demplot kepada petani dengan nilai STAS (*Sum Total Atractive Score*) 5,6083.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan antara lain : Faktor lingkungan internal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran benih tomat varietas kaliurang oleh BPPTPH Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu a) Faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama dari BPPTPH adalah harga benih tomat varietas kaliurang terjangkau. b) Faktor lingkungan internal yang menjadi kelemahan utama dari BPPTPH adalah BPPTPH mengalami penurunan jumlah penjualan

Hasil analisis dari matriks IFE menunjukkan bahwa BPPTPH DIY cukup kuat secara internal dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimiliki.

Faktor lingkungan eksternal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran benih tomat varietas kaliurang oleh BPPTPH Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu a) Faktor lingkungan eksternal yang dapat dimiliki sebagai peluang utama dari BPPTPH adalah bantuan modal oleh Pemerintah Daerah. b) Faktor lingkungan eksternal yang menjadi ancaman utama bagi BPPTPH adalah permintaan produk pesaing mengalami peningkatan.

Hasil analisis dari matriks EFE menunjukkan bahwa BPPTPH DIY kurang memperhatikan faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran benih tomat varietas kaliurang dan belum mampu menghindari ancaman yang menghadang untuk mengembangkan strategi pemasaran oleh BPPTPH.

Berdasarkan matrik IEBPPTPH yang berada pada sel V, yaitu jaga dan pertahankan dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Sedangkan matrik BCG BPPTPH berada pada kuadran *question mark* yaitu BPPTPH berada pada posisi pangsa pasar yang relatif rendah, namun bersaing dalam pertumbuhan yang tinggi dengan alternatif strategi adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Berdasarkan matrik IE dan matrik BCG dapat direkomendasikan 4 alternatif strategi untuk BPPTPH. Strategi tersebut adalah a) Melakukan promosi dengan cara sistem demplot. b) Pengembangan sumberdaya manusia dalam bidang promosi. c) Melakukan promosi kepada petani dengan cara memberikan penyuluhan serta pengenalan produk. d) Menambah tenagakerja ahli dalam bidang

produksi untuk memperbaiki kualitas produk.

Prioritas strategi yang dapat dilakukan oleh BPPTPH adalah melakukan promosi dengan cara sistem demplot.

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan yaitu 1) BPPTPH sebaiknya meningkatkan kegiatan promosi melalui promosi dengan sistem demplot kepada petani di daerah Kabupaten Sleman, melakukan penyuluhan kepada petani di Kabupaten Sleman. 2) BPPTPH perlu menambah tenaga ahli dalam produksi khususnya dalam rekayasa genetika untuk memperbaiki kualitas benih tomat varietas kaliurang yang memiliki kulit buah yang tipis. 3) BPPTPH sebaiknya meningkatkan kualitas SDM atau petugas-petugas dalam melakukan demplot. 4) BPPTPH sebaiknya menyediakan lahan untuk sistem demplot, baik BPPTPH yang menyediakan lahan sendiri untuk demplot atau melalui kemitraan dengan

kelompok tani dalam penyediaan lahan untuk demplot.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustri 2008. Upaya Perbaikan Industri Benih Hortikultura Untuk Mengurangi Impor Benih.  
*http://hortikultura.deptan.go.id*. Diakses Pada Tanggal 13 Januari 2014.
- Arief, A 1990. *Hortikultra*. Andi Offset. Yogyakarta.
- David, F.R 2004. *Strategic Managemen : Concepts*. Alih Bahasa oleh Kresno  
*and Technology*. 1(1): 17- 26.
- Rasahan, C.A, Hasibuan, N, Wibowo, R 1999. *Refleksi Pertanian*. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Salusu, J 2003. *Pengambilan Keputusan Strategik*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.