

STRATEGI PEMASARAN BERAS ORGANIK DI TEMPEK UMADEWI SUBAK JATILUWIH KABUPATEN TABANAN

Ir. Ni Nengah Yastini, M.P

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Dwijendra

Email : yastini008@gmail.com

Abstrak

Padi (*Oryza Sativa*.L) merupakan tanaman pangan yang sangat penting setelah gandum dan jagung sebagai makanan pokok bagi sebagian besar penduduk di Dunia terutama Asia sampai sekarang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih di Desa Jatiluwih Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilakukan di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode "purposive sampling". Jumlah keseluruhan petani sebanyak 42 orang. Seluruhnya diambil sebagai responden dengan menggunakan metode sensus. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dimana pada analisis SWOT akan didapat 2 faktor yaitu (1) Faktor Internal yaitu Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses); (2) Faktor Eksternal yaitu Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats).

Hasil penelitian yang didapat bahwa : 1) faktor internal strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Jatiluwih Kabupaten Tabanan dari faktor Kekuatan meliputi : menjaga kualitas produk yang baik, kesuburan lahan, pertumbuhan tanaman yang baik lahan milik sendiri. Faktor kelemahan meliputi : kurang pengetahuan, modal, harga tidak stabil, perhatian terhadap tanaman. 2) faktor eksternal strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan dari faktor Peluang meliputi : keunikan produk, pasar modal perkembangan teknologi dan informasi, banyak pembeli/pegepul. Faktor ancaman meliputi: pesaing produk yang sama, hama dan penyakit, cuaca.

Kata Kunci : Analisis, Pemasaran, Beras Organik.

Abstract

Rice (*Oryza Sativa*.L) is a very important food crop after wheat and corn as a staple food for most of the world's population, especially Asia until now. The purpose of this study was to determine the marketing strategy for organic rice at Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih in Jatiluwih Village, Tabanan Regency. This research was conducted at Tempek Umaduwi, Subak Jatiluwih, Tabanan Regency. Determining the location of the research was carried out using the "purposive sampling" method. The total number of farmers is 42 people. All taken as respondents using the census method. The types of data collected are primary data and secondary data. The data analysis used is SWOT analysis in which 2 factors will be obtained in the SWOT analysis, namely (1) Internal factors, namely Strengths and Weaknesses; (2) External Factors namely Opportunities and Threats.

The results of the study showed that: 1) the internal factors of the marketing strategy for organic rice at Tempek Umaduwi Jatiluwih, Tabanan Regency, from the strength factor include: maintaining good product quality, land fertility, good plant growth on one's own land. Weakness factors include: lack of knowledge, capital, unstable prices, attention to plants. 2) external factors marketing strategy for organic rice in Tempek Umaduwi, Subak Jatiluwih, Tabanan Regency from opportunity factors include: product uniqueness, capital market development of technology and information, many buyers/sellers. Threat factors include: competitors for the same product, pests and diseases, weather.

Keywords : Analysis, Marketing, Organic Rice.

1. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai Negara agraris yang berarti Negara yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan (Sedana, 2020). Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman bahan makanan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting untuk mensejahterakan masyarakat perdesaan yang juga merupakan mata pencaharian utama masyarakat perdesaan (Sedana and Astawa, 2016; Sedana and Rahmat, 2020). Sektor pertanian juga dapat dijadikan

penggerak untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja (Sedana, 2020; Sedana *et al.*, 2021). Pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat dominan dalam pendapatan masyarakat di Indonesia karena mayoritas penduduk Indonesia bekerja sebagai petani. Namun produktivitas pertanian masih jauh dari harapan. Salah satu faktor penyebab kurangnya produktivitas pertanian adalah sumber daya manusia yang masih rendah dalam mengolah lahan pertanian dan hasilnya. Mayoritas petani di Indonesia masih menggunakan sistem manual dalam pengolahan lahan pertanian. Kuantitas dan kualitas pekerja sangat menentukan pembangunan ekonomi. Ini bukan hanya karena tenaga kerja merupakan pelaksana pembangunan, tetapi juga karena pekerjaan merupakan sumber pendapatan utama masyarakat (Dananjaya, 2022; Sedana, 2020).

Padi (*oryza sativa L.*) merupakan tanaman pangan yang sangat penting di Dunia setelah gandum dan jagung. Beras masih digunakan sebagai makanan pokok bagi sebagian besar penduduk Dunia terutama Asia sampai sekarang. Padi (*oryza sativa L.*) merupakan salah satu tanaman yang dapat di budidayakan secara organik. Pertanian organik merupakan jawaban atas dampak revolusi hijau yang digalakkan pada era 60-an yang telah menyebabkan kesuburan tanah berkurang dan kerusakan lingkungan akibat pemakaian pupuk dan peptisida kimia yang tidak terkontrol. Sistem pertanian yang berbasis bahan *high input energy* (bahan fosil) seperti pupuk kimia dan peptisida dapat merusak sifat-sifat tanah dan pada akhirnya akan menurunkan produktivitas tanah untuk beberapa waktu yang akan datang (Utami dan Handayani, 2003).

Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2017), sektor pertanian merupakan sektor ketiga terbesar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 13,45% di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan. Produksi pertanian didominasi oleh tanaman padi sawah. Pada tahun 2020 produksi padi sawah di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan mencapai 20,610 ton dan pada tahun 2021 mengalami penurunan 0,19% atau menjadi 10,847 ton (BPS Subak Jatiluwih, 2021). Produk-produk pertanian sangat berguna dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia terutama kebutuhan pangan.

Berdasarkan data badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2018, tingkat konsumsi beras menunjukkan penurunan pada tahun 2017 sebesar 114,6 kg/tahun, sementara tahun sebelumnya mencapai 124,89 kg/tahun. Pembangunan sektor pertanian tanaman pangan yang terlalu berorientasi pada pertanian kimia sintetis terbukti telah menimbulkan kerusakan sifat-sifat fisik dan biologi tanah, karena tidak diimbangi dengan penambahan bahan organik.

Padi organik merupakan salah satu usahatani di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih di Kabupaten Tabanan. Adapun permasalahan yang dibahas yaitu : (1) apa saja kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan? (2) bagaimana Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan? Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan; (2) untuk mengetahui peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan.

2. METODE

Lokasi penelitian di tentukan secara sengaja (*purposive sampling*), di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih, Kabupaten Tabanan. Populasi penelitian adalah seluruh petani padi organik berjumlah 42 orang petani. Seluruh anggota petani beras organik di tetapkan sebagai responden dengan menggunakan metode sensus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sukender. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara survai yaitu cara pengumpulan data dengan jalan mendatangi dan wawancara responden secara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang telah disiapkan sebelumnya. Data sukender diperoleh dari dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Analisis data yang digunakan analisis SWOT dimana pada analisis SWOT akan di dapat faktor Internal (kekutan dan kelemahan) dan faktor Eksternal (peluang dan ancaman) pemasaran beras organik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka hasilnya :

Tabel 1. Responden Petani Beras Organik di Tempek Umeduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan.

No	Karakteristik	Kuantitas (orang)	Persentase(%)
1.	Jumlah Petani Responden (orang)	42	
2.	Umur (tahun)		
	< 30	10	23,80
	30 – 50	26	61,90
	50	6	14,28
3.	Pendidikan		
	SD	5	11,90
	SMP	9	21,42
	SMA	24	57,14
	S1	4	9,52
4	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	42	100,00
	Perempuan	0	0
5	Pengalaman Bertani		
	< 6	12	16,66
	6 -- 12	30	71,42

Sumber : Olahan Data Primer 2022

Pada tabel 1. Terlihat bahwa jumlah umur produktif tertinggi sebanyak 26 orang (61,90%). Umur yang masih dalam produktif biasanya memiliki tingkat produktivitas lebih tinggi dibandingkan yang sudah berusia tua. Sedangkan tingkat pendidikan tertinggi sebanyak 24 orang (57,14%) yaitu tingkat pendidikan SMA. Pendidikan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi karena pendidikan berperan dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja (Suryadi,1994).

Dalam penelitian ini dipergunakan responden semua berjenis kelamin laki-laki menunjukkan bahwa responden yang berjumlah 42 orang (100%). Sedangkan pengalaman bertani menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjalankan bertani 6-12 tahun sebanyak 30 orang (71,42%), 12 orang (16,66%) pengalaman bertani kurang dari 6 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa semua petani padi organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan sudah memiliki pengalaman bertani .

Tabel 2. Matrik SWOT

Kekuatan(S)	Peluang(O)	Ancaman(T)
<ul style="list-style-type: none"> - Lahan milik sendiri -Kesuburan Lahan -Pertumbuhan tanaman yang baik - Menjaga kualitas produk 	<ul style="list-style-type: none"> -Keunikan Produk -Pasar Global -Perkembangan Teknologi dan Informasi -Jumlah pembeli/pegepul sangat banyak 	<ul style="list-style-type: none"> -Cuaca -Hama dan Penyakit -Pesaing
<p>Kelemahan(W)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kurang -pengetahuan -Perhatian terhadap tanaman -Modal -Harga tidak stabil 	<p>SO</p> <ul style="list-style-type: none"> -meningkatkan pengetahuan -pemanfaatan kesuburan lahan. <p>WO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Meningkatkan pengetahuan Teknologi dan Informatika -Peningkatan Perawatan Tanaman -Meningkatkan modal dengan pinjaman -Harga agar stabil petani harus tahu informasi pasar karena banyak pembeli/pegepul mempermainkan harga 	<p>ST</p> <ul style="list-style-type: none"> -Menjaga kesuburan tanah dengan mengantisipasi cuaca -Pertumbuhan tanaman yang baik dengan menangani hama dan penyakit -Menjaga kualitas produk dengan maksimal sehingga mampu menghadapi pesaing <p>WT</p> <ul style="list-style-type: none"> -Meningkatkan sumber daya manusia agar mampu menciptakan daya saing yang tinggi, Dengan perawatan yang baik hama dan penyakit bisa diatasi sehingga akan mampu bersaing dipasaran. -Membuat kemasan yang bervariasi

Sumber : Olahan Data Primer 2022

Pada Tabel 2 terlihat bahwa :

Alternatif dari **faktor internal** strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Jatiluwih Kabupaten Tabanan dari : **faktor Kekuatan** adalah sebagai berikut : Menjaga kualitas produk yang baik, kesuburan lahan,) pertumbuhan tanaman yang baik lahan milik sendiri. **Faktor kelemahan** meliputi : kurang pengetahuan, modal, harga tidak stabil, perhatian terhadap tanaman.

Berdasarkan alternatif dari **faktor eksternal** strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan dari faktor **Peluang** adalah : keunikan produk, pasar modal perkembangan teknologi dan informasi, banyak pembeli/pegepul. Sedangkan faktor **Ancaman** meliputi: pesaing produk yang sama, hama dan penyakit, cuaca.

Alternatif berdasarkan strategi tersebut adalah :

Strategi SO, strategi mengandalkan kekuatan untuk mendapatkan peluang antara lain :

- a) Meningkatkan pengetahuan, dengan tujuan meraih pelanggan dan memanfaatkan peluang yang ada merupakan salah satu cara yang bisa mengalahkan pesaing.
- b) Lahan yang subur membuat pembeli yakni dengan ketersediaan padi organik unsur pasar global, karena kesuburan lahan pertumbuhan tanaman akan menjadi baik dan panen yang diperoleh juga akan meningkat.

Strategi ST, strategi ini menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman antara lain :

- a) Menjaga kualitas produk padi organik yang baik maka akan mampu bersaing dipasaran, caranya dengan mengeringkan gabah dan menyimpan ditempat yang kering.
- b) Penanganan hama dan penyakit dengan baik dan tepat akan membuat pertumbuhan semakin baik misalnya dengan perawatan yang sesuai dengan hama dan penyakit yang menyerang tanaman padi.

Strategi WO, strategi ini menggunakan yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang antara lain :

- a) *Meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi dan informasi agar bisa memanfaatkan keunikan produk yaitu tahan lama.*
- b) Perawatan tanaman dengan baik akan menghasilkan tanaman dan produk yang baik guna memenuhi pasar global
- c) Agar harga stabil petani harus tahu informasi pasar karena banyak pembeli/pegepul agar tidak mempermainkan harga.
- d) Meningkatkan modal dengan pinjaman akan membantu pengembangan padi dan bisa memenuhi pasar global.

Strategi WT , strategi ini meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman. Strategi ini antara lain :

- a) Meningkatkan sumber daya manusia agar mampu menciptakan daya saing yang tinggi.
- b) Membuat kemasan yang bervariasi agar dapat membuat konsumen tetap nyaman dalam memilih produk yang diinginkan.

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal:

Analisis lingkungan merupakan proses awal dalam menentukan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memantau lingkungan. Lingkungan yang mencakup sebagai aspek baik yang berada di dalam

ruang lingkup pemasaran maupun diluar lingkup pemasaran, yang dapat mempengaruhi kelangsungan pencapaian tujuan dari pemasaran. Secara garis besar lingkungan dapat di bagi dua yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal.

Aspek eksternal yang terdiri dari aspek lingkungan makro dan mikro yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan strategi pemasaran. Lingkungan makro meliputi kondisi yaitu ekonomi, sosial budaya, serta teknologi. Lingkungan mikro terdiri dari pesaing, pelanggan dan pemasok. Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mengetahui faktor yang dapat menjadi peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran.

Sedangkan analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam bidang fungsional/audit internal memerlukan pengumpulan informasi dan mengenai sumber daya yang meliputi bidang fungsional manajemen, pemasaran, keuangan, produk/operasi dan sistem informasi manajemen.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan dapat disimpulkan bahwa : **faktor internal** strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Jatiluwih Kabupaten Tabanan yaitu : **faktor Kekuatan** sebagai berikut : Menjaga kualitas produk yang baik, kesuburan lahan,) pertumbuhan tanaman yang baik lahan milik sendiri. **Faktor kelemahan** meliputi : kurang pengetahuan, modal, harga tidak stabil, perhatian terhadap tanaman. Sedangkan alternatif dari **faktor eksternal** strategi pemasaran beras organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan yaitu **faktor Peluang** seperti : keunikan produk, pasar modal perkembangan teknologi dan informasi, banyak pembeli/pengepul. Sedangkan faktor **Ancaman** meliputi: pesaing produk yang sama, hama dan penyakit, cuaca.

Strategi **SO** (*Strength* dan *Opportunity*) yaitu meningkatkan pengetahuan, manfaat kesuburan lahan. Strategi **ST** (*Strength* dan *Treats*) yaitu menjaga kesuburan lahan, menjaga kualitas produk dengan maksimal agar mampu bersaing, penanganan terhadap hama dan penyakit akan membantu pertumbuhan tanaman. Strategi **WO** (*Weaknes* dan *Opportunity*) yaitu meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi dan informasi, perawatan tanaman dengan baik, , mengantisipasi cuaca, mengetahui informasi pasar, meningkatkan modal dengan pinjaman akan membantu pengembangan padi dan bisa memenuhi pasar global. Strategi **WT** (*Weaknes* dan *Treats*) yaitu meningkatkan sumber daya manusia agar mampu menciptakan daya saing yang tinggi, membuat kemasan yang bervariasi agar dapat membuat konsumen tetap nyaman dalam memilih produk yang diinginkan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah disebutkan diatas, dapat disarankan sebagai berikut (1) Diharapkan perhatian dari pemerintah seperti penyuluhan-penyuluhan agar petani padi organik memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara untuk meningkatkan produksi padi organik di

Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan. (2) Di perlukan partisipasi pemerintah untuk lebih memperhatikan petani padi organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan.

3. Untuk petani padi organik di Tempek Umaduwi Subak Jatiluwih Kabupaten Tabanan harus membuka diri untuk menyerap informasi baru dan mau belajar dalam menggunakan teknologi baru.

5. DAFTAR PUSTAKA

- BPS Subak Jatiluwih. 2017. Menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat local dalam mengelola Desa Wisata Jatiluwih.
- Dananjaya, I. G. A. N. 2022. Perilaku Petani terhadap Upaya Peningkatan Produksi Usahatani Bawang Merah (*Allium ascalonicum* l) di Subak Bengkel, Desa Bengkel, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan. Jurnal dwijenAGRO, Vol. 12. No 1.
- Kotler, 1992. Dasar-Dasar Pemasaran . Jakarta PT Midas Surya Grafindo. Diunduh 16 November 2019.
- Rangkuti, Freddy. 2000. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekartawi, 2011. Agribisnis Teori dan Aplikasinya . PT. Midas Surya Grafindo Persada Jakarta.
- Sriyanto, 2010. Panen Duit dari Bisnis Padi Oganik Agromedia. Jakarta
- Sumanto, M.A. 1995. Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan. Yogyakarta. Andi offset.
- Swasta Basu, 1977. Marketing . edisi ketiga. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Sedana, G. and N.D. Astawa. (2016). Panca Datu Partnership in Support of Inclusive Business for Coffee Development: The Case of Ngada District, Province of Nusa Tenggara Timur, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Development*, Vol. 13, No.2: 75-98.
- Sedana, G. (2020). Benefits of farmers' cooperative to rice farming activity: case of Subak's cooperative in Guama, Tabanan District, Bali province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Volume 484 (2020):012134.
- _____. (2020). Pengembangan Koperasi Subak: Kasus Subak Guama di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Vol. 9, No. 3.
- Sedana, G. and A. Rahmat. (2020). Alternative Policies to Strengthen the Traditional Irrigation System for Supporting the Food Security Program: Case of The *Subaks'* System in Bali, Indonesia. *International Journal of Advanced Science And Technology*, Vol. 29, No. 7s: 973-984.
- Sedana, G. (2021). Benefits of farmers' cooperative to rice farming activity: case of Subak's cooperative in Guama, Tabanan District, Bali province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Volume 484 (2020):012134.
- Wirata, I Made. 2006. Metode Penelitian Social Ekonomi. Yogyakarta. C.V. Andi Offset.