BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rantai pasok (*supply chain*) merupakan konsep saluran distribusi yang memerlukan strategi pemasaran untuk dapat mendekatkan produknya kepada konsumen. Saat ini, permasalahan nyata masih ditemukan, seperti terhambatnya kelancaran aliran produk, informasi, dan keuangan, keterlambatan distribusi, fluktuasi harga, hingga kurangnya integrasi antar pelaku rantai pasok. Analisis ini berupaya mengeksplorasi hubungan antar variabel aliran produk, margin, dan efisiensi guna merumuskan rekomendasi perbaikan rantai pasok yang lebih optimal. Sistem pemasaran yang efisien memastikan keuntungan tiap lembaga pemasaran tetap tinggi dengan harga jual yang sesuai pasaran, dapat dilakukan dengan mengurangi jumlah perantara dalam pemasaran produk pertanian (Matin *et al.*, 2017).

Jagung merupakan komoditas pertanian yang memiliki peran penting bagi masyarakat Indonesia sebagai bahan pokok setelah padi. Permintaan akan komoditas jagung sebagai sumber pangan maupun pakan sangat tinggi. Tidak sedikit masyarakat di Indonesia yang menggunakan jagung sebagai makanan pokok yang setara dengan beras. Adanya perkembangan industri pangan dan pakan saat ini menyebabkan permintaan akan jagung semakin tinggi. Akan tetapi, di Indonesia produksi jagung masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan yang terus meningkat. Produksi jagung di Indonesia masih relatif rendah dan belum mampu

memenuhi kebutuhan (Paeru dan Dewi, 2017). Maka dari itu perlu dilakukan peningkatan produksi jagung agar dapat memenuhi permintaan yang tinggi.

Teknik budidaya Jagung kini sudah mulai berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang mana kini sudah banyak sekali benih jagung yang telah dilakukan inovasi agar dapat meningkatkan produksi jagung. Kementerian Pertanian saat ini fokus pada budidaya tanaman jagung untuk mencapai swasembada pangan (Aini, 2019). Salah satunya adalah dengan pengembangan jagung hibrida yang merupakan varietas unggulan. Menurut Sembiring (2015) benih jagung hibrida merupakan benih unggul yang dapat meningkatkan produksi jagung karena memiliki tingkat produktivitas yang tinggi. Tingkat produksi dari benih jagung hibrida jauh lebih tinggi daripada benih jagung biasa. Benih jagung hibrida memiliki tingkat produksi rata-rata sebesar 8 ton/ha (BPS, 2023).

Salah satu jenis benih jagung hibrida unggulan yang banyak diminta oleh konsumen adalah NK 212. Penggunaan dari benih jagung hibrida NK 212 memerlukan adanya pemasaran agar dapat mencapai ke tangan konsumen. Maka dari itu diperlukan adanya lembaga pemasaran agar produk dapat tersalurkan ke konsumen. Adanya lembaga pemasaran ini sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan pengembangan produk. Proses kegiatan pemasaran memerlukan biaya agar barang dapat sampai ke tangan konsumen. Tentunya hal ini akan dapat mempengaruhi harga yang akan dibayarkan oleh konsumen. Akan terdapat perbedaan harga yang diterima konsumen dan juga produsen dikarenakan adanya kegiatan pemasaran ini. Proses penyampaian barang kepada konsumen dapat melalui lebih dari satu saluran pemasaran. Agar dapat meningkatkan volume

penjualan, maka perusahaan harus menerapkan rantai pasok (*supply chain*) yang baik. Pengelolaan rantai pasok ke konsumen akhir dalam hal ini petani, yakni produsen utama, pemasok, pedagang, hingga sampai ke tangan konsumen membutuhkan manajemen yang baik dan tepat (Nadhira, *et al*., 2019). Penerapan rantai pasok (*supply chain*) yang baik dapat memudahkan dalam mengetahui dan memantau kinerjanya dari proses hulu hingga hilir. Rantai pasok bertujuan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan secara keseluruhan dengan memanfaatkan waktu, lokasi, dan kuantitas bahan baku sebaik mungkin (Pongoh, 2016).

Rantai pasok merupakan suatu jaringan fisik perusahaan yang terlibat dalam seluruh kegiatan perusahaan mulai dari memasok barang, memproduksi barang, sampai mengirimkan barang ke konsumen (Buana, *et al*., 2024). Proses dalam rantai pasok mencakup perencanaan (*plan*), sumber *input* (*source*), yaitu bahan mentah dari pemasok, transformasi bahan mentah menjadi barang jadi (*make*), distribusi (*deliver*), dan layanan pengembalian produk/barang (*retur*). Salah satu perusahaan yang bergerak dalam pemasaran benih jagung hibrida NK 212 adalah PT Hibrida Jaya Utama. PT Hibrida Jaya Utama merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor sarana pertanian seperti benih, pupuk, pestisida, dan alat-alat pertanian. Benih jagung hibrida NK 212 di PT Hibrida Jaya Utama dipasarkan ke kios-kios agar dapat lebih mudah untuk dijangkau petani. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang alur rantai pasok, mengidentifikasi permasalahan, serta memberikan rekomendasi strategis dalam peningkatan efisiensi dan daya saing produk jagung hibrida NK 212.

1.2. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis aliran produk benih jagung hibrida NK 212 di PT Hibrida Jaya Utama.
2. Menganalisis margin pemasaran produk benih jagung hibrida NK 212 di PT Hibrida Jaya Utama.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran produk benih jagung hibrida NK 212 di PT Hibrida Jaya Utama.
4. Menganalisis pengaruh aliran produk, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran terhadap pendapatan pada rantai pasok benih jagung hibrida NK 212 di PT Hibrida Jaya Utama.

1.3. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

   Bagi peneliti merupakan suatu perluasan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam mengaplikasikan sebagian teori dari manajemen pemasaran yang telah diperoleh dalam perkuliahan ke dunia nyata.

2. Bagi Perusahaan

   Bagi perusahaan merupakan suatu informasi untuk terus meningkatkan rantai pasok benih jagung NK 212.

3. Bagi Pembaca

   Manfaat bagi pembaca yaitu hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam proses pembelajaran untuk ilmu rantai pasok dalam perusahaan.