

ABSTRACT

PT Bumi Mulia Seed adalah perusahaan agribisnis lokal Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan benih jagung hibrida unggul. Pada tahun 2019, PT Bumi Mulia Seed mengalami kerugian yang disebabkan oleh kerusakan jagung akibat antrian yang panjang yang terjadi di pabrik saat hendak mengolah benih jagung tersebut. Hal ini, berdampak pada terhalangnya proses pengolahan jagung, kerugian bagi perusahaan mitra, dan pada pengurangan jumlah karyawan pada PT Bumi Mulia Seed.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi PT Bumi Mulia Seed dari factor internal maupun eksternal yang akan dijadikan sebagai perumusan strategi pemasaran yang tepat untuk PT Bumi Mulia Seed. Metode penelitian ini, menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif.

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan matriks IFE, matriks EFE, CPM, matriks SWOT, matriks IE, dan QSPM. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis, matriks IFE dan EFE memperoleh skor 2,622 dan 2,861, menunjukkan posisi PT Bumi Mulia Seed pada analisis SWOT dan matriks IE berada di kuadran V. Kemudian menghasilkan tiga alternatif strategi yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Hasil dari QSPM, menunjukkan strategi penetrasi pasar merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk PT Bumi Mulia Seed dengan skor 6,877. Strategi penetrasi yang dapat diterapkan dengan lebih meningkatkan promosi produk menggunakan sosial media dan website, bekerjasama dengan pemerintah dengan mengikuti program e-catalogue, dan dapat memanfaatkan mitra binaan di tiga provinsi sebagai langkah awal penjualan produk. Kemudian, menambah target pemasaran tiap tahunnya seperti menambah target pemasaran menjadi 6 provinsi dan seterusnya hingga pangsa pasar luar negeri.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perumusan strategi pemasaran PT Bumi Mulia Seed dan sebagai evaluasi perusahaan untuk menimalisir kondisi kelemahan perusahaan saat ini dengan meningkatkan kekuatan yang ada.

Keywords: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, matriks SWOT, matriks IE, CPM, QSPM.