

KARYA TULIS ILMIAH

**BENTUK-BENTUK STRATEGI PEMASARAN PRODUK
PT. PERTANI CABANG DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA (DIY)**



Disusun Oleh:

Felipa Retno Sundari

NPM: 03 10 02160

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2007

HALAMAN PERSETUJUAN

KARYA TULIS ILMIAH

**BENTUK-BENTUK STRATEGI PEMASARAN PRODUK PT. PERTANI
CABANG DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

**Disajikan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata I
Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Oleh:

**Felipa Retno Sundari
03 10 02160**

MENYETUJUI,

**V. SUNDARI HANDOKO, M.Si.
DOSEN PEMBIMBING**

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Tulis Ilmiah ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Sosiologi dalam Ujian Karya Tulis Ilmiah yang diselenggarakan pada:

Hari/tanggal : Rabu, 20 Juni 2007

Pukul : 10.00-11.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tim Penguji

V. Sundari Handoko, M.Si.
Ketua Tim Penguji

Drs. Andreas A. Susanto, MS.
Penguji I

St. Nindito, M.Si.
Penguji II

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felipa Retno Sundari

Nomor Mahasiswa : 03 10 02160

Program Studi : Sosiologi

Judul Karya tulis : Bentuk-bentuk Strategi Pemasaran Produk PT. PERTANI
Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiatisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 16 Agustus 2007

Saya yang menyatakan

Felipa Retno Sundari

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Hati yang gembira adalah obat yang manjur, tetapi semangat yang patah mengeringkan tulang

Pandangan orang berpengertian tertuju pada hikmat, tetapi mata orang bebal melayang sampai ke ujung bumi. (Amsal 17:22 dan 24)

Karya Tulis Ilmiah ini aku persembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus

Ayahku (alm) dan Ibuku Tersayang

Kedua kakakku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa di surga atas segala petunjuk, rahmat, dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah yang berjudul “Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran Produk PT. PERTANI Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”.

Karya Tulis Ilmiah ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Sosial. Dalam penyelesaian Karya Tulis Ilmiah ini, bantuan dari berbagai pihak sangatlah penulis rasakan sehingga segala tugas dan kewajiban dapat penulis selesaikan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima **kasih kepada:**

1. Ibu Lucinda, M.Lett. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bantuan, perhatian, dan dukungan kepada penulis dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.
2. Ibu V. Sundari Handoko, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian dan telah dengan sabar meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses *internship* hingga terselesaikannya Karya Tulis Ilmiah ini.
3. Bapak Andreas A. Susanto, MS. selaku dosen pembahas dalam Seminar Karya Tulis Ilmiah dan selaku dosen penguji dalam Ujian Karya Tulis Ilmiah yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.

4. Bapak St. Nindito, M.Si. selaku dosen penguji dalam Ujian Karya Tulis Ilmiah yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis dengan memberikan perhatian dan pelayanan yang baik selama penulis menjalani studi di sini.
6. Bapak Ir. Aris Hermawan selaku Kepala Cabang PT. PERTANI Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Bapak Ig. Suharjono selaku Kepala Bagian Pemasaran dan seluruh karyawan PT. PERTANI Cabang DIY yang telah membimbing dan membantu penulis ketika berada di lapangan untuk mengumpulkan data.
8. Keluargaku yang telah membantu baik moril maupun materiil selama penulis menjalani studi: Ibu (Bu, ketegaran, kasih sayang, dan doamu yang sanggup menguatkan aku dalam menjalani hidup ini dengan syukur), Mas Agung dan Mbak Yudha (Terima kasih untuk semuanya), dan untuk Ayahku (Alm) yang terkasih (Pak, aku sudah menyelesaikan kuliahku. Berbahagia dan tenanglah engkau dalam kedamaian).
9. Romo Ignatius Nandy Winarta, Pr. yang telah memberikan semangat, nasehat, dan dukungan doa untuk saya dan keluarga sehingga kami semakin dikuatkan dalam iman.
10. Erny, Evi, Rika, dan Cinta yang telah memberikan bantuan, perhatian, dan semangat (Terima kasih karena kalian telah menjadi “mata” bagiku).

11. Rince, Alisha, Niska, Gerda, dan Lisye yang telah memberikan perhatian dan semangat (Akhirnya kita bisa menyelesaikannya dan tetap semangat untuk menghadapi tantangan yang lebih besar).

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan Karya Tulis Ilmiah ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kemajuan bersama. Akhirnya, penulis berharap semoga Karya Tulis Ilmiah ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan pembacanya.

Yogyakarta, 16 Agustus 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penulisan	4
D. Kerangka Konsep	4
D.1. Pengertian Pemasaran	4
D.2. Strategi Pemasaran	5
E. Metode Penelitian	8
E.1. Jenis Penelitian	8

E.2. Teknik Pengumpulan Data	9
E.3. Proses Analisis Data	11
E. 4. Sistematika Penulisan Karya Tulis Ilmiah	11

BAB II DESKRIPSI UMUM PT. PERTANI CABANG DAERAH

ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)	13
A. Sejarah PT. PERTANI	13
B. Karakteristik PT. PERTANI	14
C. Struktur Organisasi	15
D. Kegiatan PT. PERTANI Cabang DIY	17
D.1. Tugas Pokok	17
D.2. Lapangan Usaha	19
D.3. Kegiatan Yang Berwawasan Sosial	21
E. Pembagian Jam Kerja	22
F. Sistem Jaminan Sosial dan Pengupahan	22

BAB III PEMBAHASAN

A. Alasan-Alasan Penyebab PT. PERTANI Cabang DIY Perlu Melaksanakan Strategi Pemasaran Produk	23
A.1. Alasan Eksternal	23
A.1.1. Kondisi Geografis	24
A.1.2. Kondisi Demografis	29
A1.3. Kebijakan Pemerintah	33

A.1.4. Perubahan Jenis Tanaman yang Ditanam Petani ..	36
A.1.5. Persaingan Usaha	37
A.2. Alasan Internal	37
A.2.1. Sumber Daya yang Dimiliki Perusahaan	38
A.2.2. Kurangnya Sosialisasi Produk	39
A.2.3. Perubahan Tingkat Penjualan Produk	40
B. Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran Produk PT. PERTANI	
Cabang DIY	41
B.1. Strategi Diferensiasi	41
B.1.1. Strategi Diferensiasi Produk	42
B.1.2. Strategi Diferensiasi Pelayanan	44
B.1.3. Strategi Diferensiasi Citra	47
B.1.4 Strategi Diferensiasi Personil	48
B.1.5. Strategi Diferensiasi Saluran Distribusi	49
B.2. Strategi <i>Positioning</i>	62
B.3. Bauran Pemasaran	64
BAB IV PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Organisasi PT. PERTANI Cabang DIY	16
Bagan 2. Saluran Distribusi Pupuk	56
Bagan 3. Saluran Distribusi Benih	57
Bagan 4. Saluran Distribusi Hortikultura	58
Bagan 5. Saluran Distribusi Beras.....	59
Bagan 6. Saluran Distribusi Alat-Alat Pertanian	60
Bagan 7. Saluran Distribusi Obat-Obatan Pertanian	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Nama dan Jabatan Karyawan PT. PERTANI Cabang DIY	17
Tabel 2. Klasifikasi Penggunaan Lahan di Kabupaten Bantul Tahun 2002 dan 2004	25
Tabel 3. Klasifikasi Penggunaan Lahan di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2000	25
Tabel 4. Rata-Rata Produksi Pertanian Kabupaten Bantul dan Kulon Progo Kw/Ha	27
Tabel 5. Persentase Penduduk Usia 10 Tahun ke Atas yang Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaan Utama di Kabupaten Bantul Tahun 2002 dan 2004	31
Tabel 6. Variasi Produk PT. PERTANI Cabang DIY	44
Tabel 7. Daftar Pemasok dan Produk yang Dipasok ke PT. PERTANI Cabang DIY	51
Tabel 8. Nama Pengecer yang dimiliki PT. PERTANI Cabang DIY.....	53
Tabel 9. Alasan-Alasan Eksternal dan Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran Produk yang Perlu Dilaksanakan PT. PERTANI Cabang DIY	65
Tabel 10. Alasan-Alasan Internal dan Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran Produk yang Perlu Dilaksanakan PT. PERTANI Cabang DIY	67

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Tabel: Pasokan Produk ke PT. PERTANI Cabang DIY Pada Bulan Juli Tahun 2005

LAMPIRAN 2. Tabel: Jumlah Penjualan Produk PT. PERTANI Cabang DIY Tahun 2003 dan 2004

LAMPIRAN 3. Inpres RI No. 8 Tahun 2000 tentang Penetapan Harga Dasar Gabah Serta Harga Pembelian Gabah dan Beras

LAMPIRAN 4. Peraturan Menteri Perdagangan RI NOMOR : 03/M-DAG/PER/2/2006 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian

ABSTRAK

PT.PERTANI Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dengan daerah pemasaran di Kabupaten Bantul dan Kulon Progo. Salah satu kegiatannya adalah memasarkan produk pertanian baik yang diproduksi sendiri (benih dan beras) maupun yang diproduksi oleh pihak lain (pupuk, obat-obatan, dan alat-alat pertanian). Pemasaran produk sangat penting dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dengan tetap memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dalam tulisan ini akan dibahas tentang persoalan-persoalan yang dialami perusahaan sehingga menjadi alasan-alasan penyebab PT. PERTANI Cabang DIY perlu melaksanakan strategi pemasaran produk dan solusi dari persoalan-persoalan yang dialami perusahaan berupa bentuk-bentuk strategi pemasaran produk. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah Metode Penelitian Kualitatif dengan 3 (tiga) teknik pengumpulan data yaitu metode partisipatif, wawancara, dan observasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis.

Alasan-alasan penyebab PT. PERTANI Cabang DIY perlu melaksanakan strategi pemasaran produk terbagi menjadi 2 (dua) yaitu alasan eksternal yang terdiri dari persoalan-persoalan yang berasal dari luar perusahaan dan alasan internal yang terdiri dari persoalan-persoalan yang berasal dari dalam perusahaan. Alasan eksternal meliputi kondisi geografi (penurunan luas lahan pertanian, penurunan produksi pertanian, dan tersebarnya lokasi lahan pertanian), kondisi demografi (peningkatan konsumsi pangan penduduk, penurunan jumlah penduduk yang bekerja sebagai petani, dan permodalan petani yang kurang), kebijakan pemerintah di bidang pertanian, perubahan jenis tanaman yang ditanam petani, dan persaingan usaha. Alasan internal terdiri dari sumber daya yang dimiliki perusahaan, kurangnya sosialisasi kepada masyarakat, dan tingkat penjualan produk.

Bentuk-bentuk strategi pemasaran produk merupakan salah satu solusi yang perlu diambil oleh perusahaan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dialami perusahaan. Bentuk-bentuk strategi pemasaran produk yang dilaksanakan PT. PERTANI Cabang DIY yaitu strategi diferensiasi (produk, pelayanan, citra, saluran distribusi, dan personil) dan strategi *positioning*. Setiap persoalan yang dialami PT. PERTANI Cabang DIY akan menyebabkan bentuk-bentuk strategi pemasaran produk yang berbeda-beda. Contohnya, penurunan luas lahan pertanian akan menyebabkan perlunya diferensiasi produk sedangkan tersebarnya lokasi lahan pertanian menyebabkan perlunya diferensiasi produk, pelayanan, dan saluran distribusi. Perbedaan tersebut terjadi karena setiap persoalan yang dihadapi PT. PERTANI Cabang DIY memerlukan solusi yang berbeda pula.