ABSTRACT

ANALYSIS OF RICE MARKETING STRATEGY IN PT. PERTANI (PERSERO) LAMPUNG PROVINCE

By

Dharma Haryanti

The problem of food security in Indonesia is inseparable from the problem of rice, because rice is consumed by more than 90% of the Indonesian population. Rice is a strategic commodity, not only as a food commodity, but also as a political commodity. This study aims to identify the procurement of raw materials for rice in PT. Pertani (Persero) and develop a rice marketing strategy at PT Pertani (Persero) Lampung Province in the future. This research was conducted at PT Pertani Lampung Province. The location of the office of PT Pertani Lampung Province is located on Jl. K. S. Tubun Laut Swamp Bandar Lampung. In this study, the respondents were PT. Farmer. The data used are primary and secondary data. The method used in this research is quantitative and qualitative analysis. The results showed that PT. Pertani (Persero) can make purchases economically by applying a purchase of 944 kg in one order with a frequency of ordering 11times in one month. Rice marketing strategy of PT. Pertani (Persero) Lampung Province, namely: (1) utilizing good product quality and strategic business locations, (2) empowering skilled human resources and complete sales facilities to meet high consumer deman, (3) optimizing the use of good bookkeeping and complete sales facilities with high consumer interest and modern technology, and (4) utilization of strategic locations and raw materials that are always available to expand marketing and increase marketing volume.

Keywords: rice, procurement, raw materials, strategy

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BERAS DI PT. PERTANI (PERSERO) PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Dharma Haryanti

Masalah ketahanan pangan di Indonesia tidak terlepas dari masalah beras, karena beras dikonsumsi oleh lebih dari 90% penduduk Indonesia. Beras merupakan komoditas strategi, tidak hanya sebagai komoditi pangan, tetapi dapat juga berfungsi sebagai komoditi politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tentang pengadaan bahan baku beras yang ada di PT. Pertani (Persero), dan menyusun strategi pemasaran beras di PT. Pertani (Persero) Provinsi Lampung pada masa yang akan datang.
Penelitian ini dilakukan pada PT. Pertani Provinsi Lampung. Lokasi kantor PT. Pertani Provinsi Lampung terletak di Jl. K. S. Tubun Rawa Laut Bandar Lampung. Pada penelitian ini yang menjadi responden ialah pihak PT. Pertani. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Pertani (Persero) dapat melakukan pembelian secara ekonomis dengan menerapkan pembelian sebesar 944 kg dalam satu kali pemesanan dengan frekuensi pemesanan 11 kali dalam satu bulan. Strategi pemasaran beras PT. Pertani (Persero) Provinsi Lampung yaitu: (1) memanfaatkan kualitas produk yang baik dan lokasi usaha yang strategis, (2) pemberdayaan sumberdaya manusia yang terampil dan fasilitas penjualan yang lengkap untuk memenuhi permintaan konsumen yang tinggi, (3) optimalisasi pemanfaatan pembukuan yang baik serta fasilitas penjualan yang lengkap dengan minat konsumen yang tinggi dan teknologi yang modern, dan (4) pemanfaatan lokasi yang strategis dan bahan baku yang selalu tersedia untuk mempeluas pemasaran dan menambah volume pemasaran.

Kata kunci: beras, pengadaan, bahan baku, strategi