



## Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Benih Jagung Manis Madu-59 F1 Di Kecamatan Karangploso, Malang Jawa Timur (Marketing Strategy To Increase Sales Of Sewet Corn Seeds Honey-59 F1 In Karangploso District, Malang East Java)

Muhammad Ridwan<sup>1</sup>, Rinawati Dewi<sup>2</sup>, Damar Prakoso<sup>3</sup>, Ida Syamsu Roidah<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Pembangunan Nasional

Korespondensin penulis : [ida.syamsu.agribisnis@upnjatim.ac.id](mailto:ida.syamsu.agribisnis@upnjatim.ac.id)

**Abstract,** The demand for sweet corn continues to increase in line with the rapid development of the food industry. Therefore, every company must be able to develop a strategic business plan to achieve the company's goals, whether short-term, medium-term, or long-term. One Day Promotion is one of the promotional activities with a gift given for every purchase of MADU-59 F1 sweet corn seeds, which is held at the Agricultural Store. This activity aims to know, implement, and identify the effectiveness of One Day Promotion (ODP) to increase sales. This activity was conducted in Karangploso, Malang, East Java, using two methods: collecting primary data through interviews, observations, recordings, and documentation, as well as collecting secondary data through literature references such as journals, books, and the internet. The One Day Promotion activity was conducted at three agricultural stores in Karangploso, Malang, East Java. This activity is considered effective in increasing brand awareness and serving as an educational medium for farmers to know the advantages of MADU-59 F1 sweet corn seeds. Additionally, the One Day Promotion activity aims to help achieve the company's goal of increasing product sales volume. With the One Day Promotion strategy, it will attract consumer interest and provide satisfaction to consumers, thus accelerating and expanding the market for MADU-59 F1 sweet corn seeds.

**Keywords:** marketing strategy, one day promotion, sweet corn seeds

**Abstrak,** Kebutuhan akan jagung manis terus meningkat sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan industri pangan. Oleh karena itu setiap perusahaan harus mampu mengembangkan rencana strategis pengembangan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan, baik jangka pendek, menengah maupun panjang. One Day Promotion adalah satu dari kegiatan promosi dengan adanya hadiah disetiap pembelian benih jagung manis MADU -59 F1 yang dilaksanakan di Toko Pertanian. Kegiatan ini bertujuan mengetahui, melaksanakan *One Day Promotion* (ODP), serta mengidentifikasi efektivitas *One Day Promotion* (ODP) untuk meningkatkan penjualan. Kegiatan ini dilakukan di Kecamatan Karangploso Malang Jawa Timur dengan menggunakan dua metode yaitu pengumpulan data primer melalui wawancara, observasi, pencatatan dan dokumentasi, serta pengumpulan data sekunder melalui referensi studi literatur seperti jurnal, buku dan internet. Kegiatan *one day promotion* dilakukan di tiga toko pertanian di kecamatan Karangploso Malang Jawa Timur. Kegiatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan *brand awareness* serta sebagai media edukasi bagi petani untuk mengenal keunggulan benih jagung manis Madu -59 F1. Selain itu kegiatan *one day promotion* juga bertujuan untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produk. Dengan adanya strategi *one day promotion* maka akan menarik minat konsumen dan memberi kepuasan pembelian pada konsumen sehingga dapat mempercepat dan memperluas pasar benih jagung manis MADU -59 F1.

**Kata Kunci :** strategi pemasaran, *one day promotion*, benih jagung manis

## PENDAHULUAN

Pangan merupakan kebutuhan pokok yang penting bagi manusia, karena kebutuhan atas pangan telah menjadi hak asasi manusia. Permintaan atas pangan semakin bertambah sebanding dengan jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah peningkatan kualitas hidup. Ketersediaan pangan serta kestabilan pangan yang ada di Indonesia menjadi perhatian untuk berbagai pihak agar tidak terjadi krisis yang menyebabkan pengaruh buruk untuk berbagai bidang. Ketersediaan pangan menjadi salah satu cara untuk kesejahteraan rakyat, sehingga faktor-faktor yang memengaruhi merosotnya ketersediaan pangan harus dihindari. Komoditi yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pangan antara lain padi, jagung, ubi jalar, ubi kayu.

Salah satu tanaman pangan yang ditujukan untuk mendukung ketahanan pangan nasional adalah tanaman jagung. Jagung merupakan salah satu tanaman yang memiliki peranan strategis di Indonesia serta mempunyai peluang tinggi untuk dikembangkan karena jagung merupakan makanan pokok kedua setelah padi di Indonesia. Jagung secara spesifik merupakan tanaman pangan yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia ataupun hewan. Berdasarkan urutan bahan makanan pokok di dunia, jagung menduduki urutan ketiga setelah gandum dan padi.

**Tabel 1. Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Jagung di Kabupaten Malang pada 5 (Lima) Tahun Terakhir 2019-2023**

Tahun	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
2019	53.547	341.847	6,38
2020	54.052	295.340	5,46
2021	44.933	289.192	6,43
2022	42.201	268.295	6,35
2023	45.232	247.150	5,46

(Sumber: BPS, 2023)

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi penurunan luas lahan dan produksi jagung di Kabupaten Malang pada tahun 2019-2021, hal tersebut disebabkan oleh beberapa petani beralih menanam komoditas lain yang dianggap lebih menguntungkan. Hal ini dipengaruhi oleh fluktuasi harga jagung dan permintaan pasar terhadap produk pertanian lainnya seperti padi dan sayuran. Meskipun pada tahun 2022 harga jagung mengalami kenaikan beberapa petani tetap memilih untuk tetap bertani padi dan sayuran lain selain jagung. Pada tahun 2023 luas lahan jagung mengalami kenaikan disebabkan oleh petani Kabupaten Malang yang mulai banyak menanam jagung, perubahan iklim dan kondisi cuaca ekstrem, seperti kekeringan atau hujan yang berlebihan mengakibatkan kenaikan luas lahan tidak seiring dengan hasil produksi

sehingga terjadi penurunan produksi jagung pada tahun 2023 di Kabupaten Malang .

Produktivitas jagung Kabupaten Malang pada tahun 2019-2023 mengalami kenaikan dan penurunan yang fluktuatif disebabkan oleh kenaikan luas lahan seiring dengan produksi jagung yang tinggi atau penurunan luas lahan namun produksi jagung rendah, maupun sebaliknya. Pada awal Januari hingga April tahun 2024 harga jagung mulai melonjak seiring dengan kebutuhan jagung yang meningkat disebabkan oleh permintaan pakan ternak dan penurunan produksi jagung di daerah lain sehingga pada pertengahan tahun 2024 kesempatan bagi petani untuk menanam jagung didukung dengan pergantian musim kemarau menjadi keuntungan bagi petani agar tanaman jagungnya dapat tumbuh maksimal.

Jagung terbagi menjadi dua yaitu jagung pipil dan benih jagung manis. Jagung manis (*Zea mays saccharata Sturt*) merupakan jagung yang lebih digemari oleh masyarakat dari pada jagung biasa dikarenakan memiliki rasa yang lebih manis, aroma lebih harum dan kandungan gizi yang lebih tinggi. Jagung manis juga sangat baik dikonsumsi penderita diabetes karena mengandung kadar gula dan lemak yang rendah. Semakin luasnya pengetahuan masyarakat akan tanaman jagung manis tersebut, maka semakin meningkat pula permintaan masyarakat akan tanaman jagung manis ini. Meningkatnya jumlah permintaan jagung manis sehingga perlu diimbangi oleh peningkatan produksi dari jagung manis tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan rata-rata produksi jagung manis di Indonesia mencapai 19,81 juta ton dan produktivitas jagung manis di Indonesia dapat ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitasnya.

Kebutuhan akan jagung manis terus meningkat sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan industri pangan. Semakin banyak perusahaan yang memproduksi benih jagung manis membawa dampak semakin banyak variasi produk benih jagung manis yang bisa dipilih oleh petani. Kualitas masing-masing varietas benih jagung manis dengan merek dagang, tentunya tidak semua mampu menghasilkan produksi yang lebih tinggi. Kebutuhan petani terhadap benih jagung manis yaitu tahan penyakit dan memiliki potensi hasil yang tinggi. Semakin ketat persaingan memperoleh pangsa pasar mendorong produsen benih jagung menghasilkan produk benih yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan harus mampu mengembangkan rencana strategis pengembangan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan, baik jangka pendek, menengah maupun panjang.

*One Day Promotion* adalah salah satu dari strategi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan. *One Day Promotion* adalah kegiatan promosi dengan adanya hadiah disetiap pembelian benih jagung manis MADU -59 F1 yang dilaksanakan di Toko Pertanian. Selain adanya hadiah juga dilakukan pengenalan

produk ke petani sekitar Toko Pertanian serta mengarahkan petani untuk membeli benih ke Toko Pertanian tersebut sehingga dapat membantu mempercepat penjualan. Diharapkan, dengan adanya pendekatan langsung ini, petani di Malang dapat memahami manfaat dan potensi dari benih. Tujuan pelaksanaan strategi pemasaran ini yaitu untuk mengetahui dan melaksanakan *One Day Promotion* (ODP), serta mengidentifikasi efektivitas *One Day Promotion* (ODP) untuk meningkatkan penjualan benih jagung manis MADU -59 F1.

## **METODE**

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 19 April 2024 yang berlokasi di Kecamatan Karangploso, Jawa Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer ini didapatkan melalui observasi, wawancara, pencatatan dan dokumentasi. Sedangkan data Sekunder menurut Sugiyono (2013) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data seperti melalui internet dan mencari referensi / literatur. Pengumpulan data sekunder diperoleh dari literatur yang berasal dari berbagai sumber seperti pihak – pihak terkait, jurnal, buku, studi literatur, bukti – bukti yang relevan yang dapat menunjang data yang ada.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan salah satu bentuk penyajian data dengan cara menggambarkan dan menginterpretasi suatu objek sesuai dengan kenyataan yang ada. Penyajian data tersebut berupa uraian atau narasi, tabel dan gambar- gambar yang menggambarkan fakta selama pelaksanaan *one day promotion* benih jagung manis MADU -59 F1 secara akurat dan sistematis yang mana ditunjang dengan studi literatur.

## **HASIL**

### **1. One Day Promotion Benih Jagung Manis MADU -59 F1**

*One Day Promotion* merupakan kegiatan promosi yang dilakukan di Toko Pertanian untuk membantu penjualan produk disertai dengan hadiah dalam waktu sehari. Konsumen akan mendapat hadiah setiap pembelian 1 pack benih jagung manis MADU -59 F1. Kegiatan ini dilaksanakan pada Toko-Toko Pertanian yang telah menstok benih jagung manis MADU -59 F1. Promosi memegang peranan penting dalam strategi pemasaran karena melalui promosi calon konsumen dapat memahami produk (Firda *et al*, 2024). Dengan pembelian yang dilakukan konsumen pada saat kegiatan promosi akan mendorong kesadaran merek. Kesadaran terhadap merek tertentu akan mendorong konsumen untuk membeli produk dari merek

tersebut. Kegiatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan *brand awareness* serta sebagai media edukasi bagi petani untuk mengenal keunggulan benih jagung manis MADU -59 F1. Selain itu kegiatan *one day promotion* juga bertujuan untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produk .

*One Day Promotion* dilaksanakan 4 kali selama 1 bulan pada Toko Pertanian yang berbeda-beda. Sasaran kegiatan *one day promotion* adalah petani-petani jagung manis di sekitar Toko Pertanian. Dalam kegiatan *one day promotion* petugas marketing lapang dan Pemilik Toko Pertanian bekerja sama dalam mempromosikan benih Jagung Manis MADU -59 F1. Petugas marketing lapang membantu melakukan pengenalan produk dan menyebarkan informasi kegiatan *one day promotion* di Toko Pertanian serta mengarahkan pembelian ke Toko Pertanian tersebut, sedangkan pemilik Toko Pertanian membantu mempromosikan dengan menawarkan kepada petani yang akan membeli benih jagung manis dengan diarahkan untuk membeli benih jagung manis MADU -59 F1 disertai dengan hadiah menarik yang diberikan. Dengan kerja sama yang baik antar petugas *marketing* lapang dengan pemilik toko akan menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak, selain kegiatan *one day promotion* meningkatkan daya beli petani terhadap benih jagung manis MADU -59 F1 secara tidak langsung kegiatan ini juga membantu mempromosi Toko Pertanian tersebut.

## **2. Sistem Pelaksanaan *One Day Promotion* Benih Jagung Manis MADU -59 F1**

Kegiatan *one day promotion* benih jagung manis MADU -59 F1 dilaksanakan pada Toko Pertanian yang baru mencoba menstok benih jagung manis MADU -59 F1 atau dengan kata lain *tes market*. Selain itu, kegiatan ini dilaksanakan pada toko yang memiliki catatan penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 masih tergolong lambat, biasanya pada 1 box benih jagung manis MADU -59 F1 dengan isi 20 pack memiliki tempo penjualan selambat-lambatnya 2 minggu. Apabila melebihi tempo penjualan 2 minggu dan barang masih belum habis terjual, maka Toko Pertanian tersebut perlu dilakukan kegiatan *one day promotion* untuk mempercepat membantu mempercepat penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 di Toko Pertanian tersebut. Kegiatan *one day promotion* benih jagung manis MADU --59 F1 telah dilaksanakan Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Kegiatan ini dilaksanakan di 3 Toko Pertanian yang berbeda yaitu Toko Pertanian Makmur Sentosa, Toko Pertanian Tani Mulyo dan Toko Pertanian Rukun Damai.

a) **One Day Promotion di Toko Pertanian Makmur Sentosa**



**Gambar 1. One Day Promotion di Toko Pertanian Makmur Sentosa**

Kegiatan *one day promotion* di toko pertanian makmur sentosa dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2024 di Desa Caru, Kec. Karangploso, Kab. Malang. Kegiatan ini dilaksanakan untuk membantu mempercepat penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 pada orderan kedua sebanyak 1 box. Pada kegiatan *one day promotion* di toko pertanian makmur sentosa mahasiswa UPN “Veteran” Jatim petugas marketing lapang membantu mempromosikan di toko pertanian makmur sentosa dengan menjelaskan keunggulan benih jagung manis MADU -59 F1 dan pembelian disertai hadiah kepada konsumen. Dengan adanya kegiatan *one day promotion* dapat menarik minat para petani untuk membeli benih jagung manis MADU -59 F1 serta setelah pelaksanaan *one day promotion* stok benih jagung manis MADU -59 F1 di toko pertanian makmur sentosa habis terjual kurang dari seminggu, sehingga toko pertanian makmur sentosa melakukan repeat order benih jagung manis MADU -59 F1 sebanyak 1 box untuk ketiga kalinya.

b) **One Day Promotion di Toko Pertanian Rukun Damai**

Kegiatan *one day promotion* di Toko Pertanian Rukun Damai dilaksanakan pada tanggal 28 Maret 2024 di Desa Kalimalang, Kec. Karangploso, Kab. Malang. Kegiatan ini dilaksanakan untuk membantu mempercepat penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 pada *tes market* pertama sebanyak 10 pack, lebih dari 2 minggu benih jagung manis MADU -59 F1 masih belum habis sehingga perlu dilakukan kegiatan *one day promotion* di toko pertanian rukun damai



**Gambar 2. One Day Promotion di Toko Pertanian Rukun Damai**

Kegiatan *one day promotion* dilaksanakan dengan pemberian hadiah setiap pembelian 1 pack benih jagung manis MADU -59 F1 mendapat sabun cuci pakaian kemasan 250 gram dan untuk pembelian 2 pack benih jagung manis MADU -59 F1 mendapat minyak goreng kemasan 1 liter. Pada kegiatan *one day promotion* di Toko Pertanian Rukun Damai mahasiswa UPN “Veteran” Jatim sebagai petugas *marketing* lapang melakukan promosi ke petani sekitar toko dengan menjelaskan keunggulan benih jagung manis MADU -59 F1 dan menginformasikan adanya kegiatan *one day promotion* di toko pertanian rukun damai serta mengarahkan pembelian ke di toko pertanian rukun damai. Dengan adanya kegiatan *ini* dapat menarik minat para petani untuk membeli benih jagung manis MADU -59 F1 dan mempercepat penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 di Toko Pertanian Rukun Damai, sehingga toko pertanian rukun damai melakukan repeat order benih jagung manis MADU -59 F1 sebanyak 1 box untuk kedua kalinya.

### c) *One Day Promotion* di Toko Pertanian Tani Mulyo

Kegiatan *one day promotion* di toko pertanian tani mulyo dilaksanakan pada tanggal 19 Maret 2024 di Desa Kalimalang, Kec. Karangploso, Kab. Malang. Kegiatan ini dilaksanakan untuk membantu mempercepat penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 pada *tes market* pertama sebanyak 1 box, lebih dari 2 minggu benih jagung manis MADU -59 F1 masih belum habis sehingga perlu dilakukan kegiatan *one day promotion* di Toko Pertanian Tani Mulyo



**Gambar 3. One Day Promotion di Toko Pertanian Tani Mulyo**

Kegiatan *one day promotion* dilaksanakan dengan pemberian hadiah setiap pembelian 1 pack benih jagung manis MADU -59 F1 mendapat sabun cuci pakaian kemasan 250 gram dan untuk pembelian 2 pack benih jagung manis MADU -59 F1 mendapat minyak goreng kemasan 1 liter. Pada kegiatan *one day promotion* di toko pertanian tani mulyo mahasiswa UPN “Veteran” Jatim sebagai petugas marketing lapang melakukan promosi ke petani sekitar toko dengan menjelaskan keunggulan benih jagung manis MADU -59 F1 dan menginformasikan adanya kegiatan *one day promotion* di toko pertanian tani mulyo serta mengarahkan pembelian ke toko pertanian tani mulyo. Dengan adanya kegiatan *one day promotion* dapat menarik minat para petani untuk membeli benih jagung manis MADU -59 F1 serta setelah pelaksanaan *one day promotion* stok benih jagung manis MADU -59 F1 di toko pertanian tani mulyo habis terjual kurang dari seminggu, sehingga toko pertanian tani mulyo melakukan repeat order benih jagung manis MADU -59 F1 sebanyak 1 box untuk kedua kalinya

### **3. Efektivitas One Day Promotion untuk Meningkatkan Penjualan Benih Jagung Manis Madu -59 F1**

Efektivitas "*One Day Promotion*" terhadap peningkatan penjualan adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa besar dampak kegiatan promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan produk. Efektivitas *one day promotion* untuk meningkatkan penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 terletak pada pendekatan langsung dan intensif yang digunakan untuk menarik perhatian dan minat petani serta pelaku usaha agribisnis di Karangploso, Kab. Malang, Jawa Timur. Dengan mengadakan kegiatan promosi selama satu hari penuh, PT Advanta Seeds Indonesia mampu menciptakan momentum yang kuat dan fokus untuk memperkenalkan produk unggulan mereka. Kegiatan promosi yang disertai dengan demonstrasi lapangan memberikan petani kesempatan untuk melihat langsung keunggulan benih jagung manis MADU -59 F1, sementara penyuluhan teknis membantu menjawab pertanyaan dan memberikan informasi mendalam tentang cara menanam dan merawat tanaman secara optimal.

Penawaran pembelian disertai hadiah menarik selama *one day promotion* juga berfungsi sebagai insentif yang efektif untuk mendorong pembelian langsung. Hadiah menarik menjadi insentif tambahan yang bisa membuat penawaran lebih menarik dan meningkatkan nilai persepsi produk di mata konsumen. Selain itu, interaksi langsung dengan tokoh-tokoh pertanian pertanian seperti ketua GAPOKTAN ataupun ketua kelompok tani dan perwakilan perusahaan memperkuat kepercayaan dan loyalitas petani-petani binaan sekitar wilayah tersebut. Semua ini berkontribusi pada peningkatan kesadaran produk, percobaan awal oleh petani, dan akhirnya, peningkatan penjualan benih jagung manis MADU -59 F1. Strategi promosi yang terfokus dan terukur ini terbukti efektif dalam menggerakkan pasar dan mendukung tujuan

pemasaran perusahaan.

**Tabel 2. Hasil Kegiatan ODP (One Day Promotion) dengan jumlah 1 box (20pcs) yang dilakukan di Toko Makmur Sentosa yang beralamat di Karangploso, Batu.**

Nama	Alamat	Jumlah Pembelian
Bapak Mulyono	Madusari Rt 2, Kab. Malang	3pcs
Ibu Yulani	Lajan Rw 8, Kab. Malang	3pcs
Mas Ja'I	Singosari, Kabupaten Malang.	10pcs
Ibu Sri Romlah	Pendem, Karangploso, Kab. Malang	2pcs
Bapak Adi	Jurek, Karangploso, Kab. Malang	2pcs

**(Sumber; Data Toko Pertanian Makmur Sentosa)**

Kegiatan One Day Promotion (ODP) yang dilaksanakan oleh PT Advanta Seeds Indonesia di Toko Makmur Sentosa, yang beralamat di Karangploso, Batu, berhasil menarik minat beberapa pelanggan lokal untuk membeli benih jagung manis MADU -59 F1. Berdasarkan tabel 3. hasil kegiatan tersebut terjual 1 box berisi 20 pack benih jagung manis MADU -59 F1 dalam sehari dengan data pembeli sebagai berikut; Bapak Mulyono dari Mandusari Rt 2 membeli 3 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Ibu Yulani, yang tinggal di Lajan Rw 8, juga membeli 3 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Sementara itu, Mas Ja'i dari Singosari, Kabupaten Malang, melakukan pembelian terbesar dengan jumlah 10 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Ibu Sri Romlah dari Pendem, Karangploso, membeli 2 pcs benih jagung manis MADU -59 F1, sama halnya dengan Bapak Adi dari Jurek yang juga membeli 2 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Hasil ini menunjukkan keberhasilan ODP dalam menarik berbagai kalangan untuk mencoba benih jagung manis MADU -59 F1, meskipun skala pembelian bervariasi, yang berpotensi meningkatkan adopsi produk di wilayah tersebut.

Kegiatan ODP yang telah dilakukan di Toko Makmur Sentosa dianggap berhasil karena dari tabel diatas telah terjadi peningkatan penjualan benih jagung manis MADU -59 F1. Setiap petani yang membeli benih jagung manis MADU -59 F1 diminta untuk mengisi absensi berupa nama, alamat dan jumlah pembelian yang bertujuan untuk memudahkan petugas marketing lapang melaksanakan monitoring pertumbuhan jagung manis MADU -59 F1 bertujuan untuk membantu petani memantau pertumbuhan jagung manis MADU -59 F1 agar pertumbuhan jagung manis MADU -59 F1 dapat optimal dan hasil panen maksimal.

**Tabel 3. Hasil Kegiatan ODP (One Day Promotion) dengan jumlah 10pcs yang dilakukan di Toko Pertanian Rukun Damai yang beralamat di Karangploso, Kab. Malang.**

Nama	Alamat	Jumlah Pembelian
Bapak Fadli	Karangan, Kab. Malang.	2pcs
Bapak Yaun	Karangploso, Kab. Malang.	5pcs
Bapak Agus	Karangjuwet, Kab. Malang.	1pcs
Ibu Asmani	Karangploso, Kab. Malang.	1pcs
Ibu Sarmi	Karangploso, Kab. Malang.	1pcs

**(Sumber; Data Toko Pertanian Rukun Damai)**

Kegiatan *One Day Promotion* (ODP) yang dilaksanakan di Toko Pertanian Rukun Damai, yang berlokasi di Karangploso, Kabupaten Malang, terlihat antusiasme dari para petani-petani yang berdomisili di sekitar wilayah tersebut. Selama acara *One Day Promotion* berlangsung, sejumlah petani membeli benih jagung manis MADU -59 F1 dengan total pembelian mencapai 10 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Dengan data pembelian sebagai berikut; Bapak Fadli dari Karang, Kab. Malang, membeli 2 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Bapak Yaun, yang tinggal di Karangploso, Kab. Malang, melakukan pembelian terbesar dengan jumlah 5 pcs. Selain itu, Bapak Agus dari Karangjuwet, Kab. Malang, membeli 1 pcs benih jagung manis MADU -59 F1. Ibu Asmani, yang juga tinggal di Karangploso, Kab. Malang, membeli 1 pcs benih jagung manis MADU -59 F1, begitu pula dengan Ibu Sarmi dari Karangploso, Kab. Malang, yang membeli 1 pcs benih jagung manis MADU -59 F1.

Hasil kegiatan ODP di Toko Pertanian Rukun Damai menunjukkan adanya minat yang baik dari masyarakat sekitar Karang, Karangjuwet dan Karangploso terhadap produk benih jagung manis MADU -59 F1. Pembelian terbesar yang dilakukan oleh Bapak Yaun dengan jumlah 5 pcs benih jagung manis MADU -59 F1 menunjukkan kepercayaan yang signifikan terhadap kualitas benih ini. Meski sebagian besar pembelian lainnya hanya 1 pcs benih jagung manis MADU -59 F1, hal ini tetap mencerminkan ketertarikan dan potensi pasar yang positif di daerah tersebut. Kegiatan promosi ini tidak hanya meningkatkan penjualan pada hari itu tetapi juga berhasil memperkenalkan produk secara efektif kepada masyarakat sekitar Karang, Karangjuwet dan Karangploso.

**Tabel 4. Hasil Kegiatan ODP (One Day Promotion) dengan jumlah 10pcs yang dilakukan di Tani Mulyo yang beralamat di Desa Kalimalang, Kec. Karangploso, Kab. Malang.**

Nama	Alamat	Jumlah Pembelian
Bapak Joko	Kalimalang, Kab. Malang.	2pcs
Bapak Salim	Karangploso, Kab. Malang.	3pcs
Bapak Sulani	Kalimalang, Kab. Malang.	1pcs
Bapak Karto	Karangploso, Kab. Malang.	7pcs
Bapak Saimin	Karangploso, Kab. Malang.	1pcs
Bapak Sularto	Kalimalang, Kab. Malang.	4pcs
Bapak Suliyana	Karangploso, Kab. Malang.	2pcs

**(Sumber; Data Toko Pertanian Tani Mulyo)**

Kegiatan One Day Promotion (ODP) yang diselenggarakan di Toko Pertanian Tani Mulyo, yang beralamat di Desa Kalimalang, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, terdapat partisipasi yang aktif dari para pelanggan setempat. Selama acara promosi ini, total penjualan benih jagung manis MADU -59 F1 mencapai 20 pcs, menunjukkan minat yang kuat dari komunitas pertanian di wilayah tersebut. Bapak Joko dari Kalimalang, Kab. Malang, membeli 2 pcs benih jagung manis madu 59 F1. Bapak Salim dari Karangploso, Kab. Malang, melakukan pembelian sebanyak 3 pcs. Bapak Sulani, juga dari Kalimalang, Kab. Malang, membeli 1 pcs benih. Sementara itu, Bapak Karto dari Karangploso, Kab. Malang, melakukan pembelian terbesar dengan jumlah 7 pcs benih. Bapak Saimin dari Karangploso, Kab. Malang, membeli 1 pcs benih, dan Bapak Sularto dari Kalimalang, Kab. Malang, membeli 4 pcs benih. Terakhir, Bapak Suliyana dari Karangploso, Kab. Malang, membeli 2 pcs benih.

Hasil dari kegiatan ODP ini menunjukkan adanya ketertarikan yang signifikan terhadap benih jagung manis MADU -59 F1 di kalangan petani di wilayah Kalimalang dan Karangploso. Pembelian dalam jumlah besar oleh beberapa petani, seperti Bapak Karto dengan 7 pcs dan Bapak Sularto dengan 4 pcs, mencerminkan keyakinan yang tinggi terhadap kualitas dan potensi hasil panen dari benih ini. Kegiatan promosi ini tidak hanya berhasil meningkatkan penjualan pada hari tersebut tetapi juga memperkenalkan produk dengan lebih efektif kepada konsumen setempat. Strategi ODP terbukti efektif sebagai alat pemasaran, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kesadaran serta kepercayaan terhadap produk benih jagung manis MADU -59 F1 bagi petani di Desa Kalimalang dan sekitarnya.

## **KESIMPULAN**

*One day promo* merupakan bentuk strategi pemasaran yang dilakukan PT Advanta Seed Indonesia untuk mempercepat penjualan di Toko Pertanian. Kegiatan ini dilaksanakan 4 kali selama 1 bulan pada Toko Pertanian yang berbeda-beda. Karangploso merupakan salah satu Kecamatan di wilayah Malang yang menjalankan *one day promotion* yang dilakukan di Toko Pertanian Makmur Sentosa, Toko Pertanian Rukun Damai, dan Toko Pertanian Tani Mulyo.

Selama menerapkan strategi *one day promotion* di Toko Pertanian Kecamatan Karangploso diperoleh hasil bahwa dengan adanya kegiatan *one day promotion* tersebut konsumen memiliki ketertarikan akan produk benih jagung manis MADU -59 F1, hal tersebut terjadi karena adanya penyuluhan dari pihak tim *sales* akan keunggulan produk benih jagung manis MADU -59 F1 sehingga dapat menjadi *branding* dan kesadaran merek pada konsumen, selain itu dengan adanya hadiah pada setiap pembelian produk membuat konsumen memiliki kepuasan dan daya tarik terhadap produk sehingga dapat memperluas pasar benih jagung manis MADU -59 F1.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Hasil Strategi Pemasaran membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan serta juga dengan menerapkan strategi pemasaran perusahaan dapat memperluas pangsa pasar. Perusahaan dapat mengambil keuntungan dengan menerapkan strategi pemasaran karena Perusahaan dapat memperoleh konsumen baru dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu perusahaan mengucapkan terima kasih kepada penulis atas hasil penulisan yang sudah dilakukan

## DAFTAR REFERENSI

- Ermanita., Yusnida, B., & Firdaus, L. N. (2019). Pertumbuhan Vegetatif Dua Varietas Jagung Pada Tanah Gambut Yang Diberi Limbah Pulp & Paper. *Jurnal Biogenesis*, 1(1), 1-8.
- Fionita, V., T., A. & Sisnuhadi. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Pembelian Dengan *Brand Awareness* Sebagai Mediasi Pada Konsumen *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Multi Data Palembang*, 11(1), 69-77
- Firda, A., R., Nurhadi, E., & Setyadi, T. (2024). Efektivitas Promosi Sayuran Dan Produk Hidroponik Melalui Instagram Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Moderating Pada PT Kebun Sayur. *Jurnal Internasional Penelitian Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (IJEBA)*, 8(1), 48-58
- Fuadah, K. (2021). *Analisis Strategi Promosi Melalui Penerapan Sales Promotion Dalam Perspektif Prinsip Syariah (Studi Kasus Pada Toko Pertanian Tani Berkah Desa Kubangpuri Kecamatan Kersana Kabupaten Brebes)* (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Gardjito, E. (2013). *Pangan Nusantara: Karakteristik dan Prospek Untuk Percepatan Diversifikasi Pangan*. Jakarta: Kencana.
- Harmonia, E., P., Yuliati, N., & Atasa, D. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran 7P Pada CV. Citra Kreasindo Di Kota Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 1339-1347
- Huda, Rofiul. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Produksi Jagung di Desa Balarjo Kecamatan Pagelaran Malang. *Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 2(2), 65-71.

- Kartika, T. (2019). Potensi Hasil Jagung Manis (*Zea Mays Saccharata Sturt*) Hibrida Varietas Bonanza F1 Pada Jarak Tanam Berbeda. Fakultas MIPA Universitas PGRI Palembang; *Jurnal Ilmiah Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam*, 16(1) 55–66.
- Kementerian Pertanian. (2024). Produksi Jagung Nasional Awal 2024 Naik Tajam <https://www.infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/838268/produksi-jagung-nasional-awal-2024-naik-tajam>
- Muhammad, N. R. (2023). Pengaruh Pemberian Ekstrak Daun Lamtoro Dan Ekstrak Daun Kelor Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Jagung Manis (*Zea mays saccharata Sturt.*).
- Prasetyo, R., Kartika, M., S., & Kurnia, Y., K. (2024). Penguatan Ekosistem Jagung: Isu, Tantangan, Kebijakan. *Jurnal Ilmiah Biosaintropis*, 6(1), 749-753.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Ermanita., Yusnida, B., & Firdaus, L. N. (2019). Pertumbuhan Vegetatif Dua Varietas Jagung Pada Tanah Gambut Yang Diberi Limbah Pulp & Paper. *Jurnal Biogenesis*, 1(1), 1-8.
- Rahmadani, F., Margareta, D., Juita, V. L., Wardana, R. J., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar (Studi Kasus Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk). *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 7-15.
- Saidah, Z., Kusumo, R. A. B., & Rachmawati, E. (2020). Kajian Peluang Usahatani Jagung di Kabupaten Majalengka Dalam Mendukung Industri Pakan Ternak.
- Santoso, R., Sofiyaniyatin, L., Maulidizen, A., Sari, F. P., Sihab, M., Rosiana, M., & Wardhana, A. (2022). Konsep Dan Implementasi Manajemen Strategi (Concept and Implementation of Strategic Management).
- Setiya, M., U., Panuntun, D., U. & Widiyantono, D. (2021). Strategi Promosi Benih Melon pada Masa Pandemi Covid-19 di PT Tunas Agro Persada Kabupaten Boyolali. *Jurnal Surya Agritama*, 10(1), 106-121
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanta, B., Wicaksono, D., & Suryotomo, A. P. (2020). Teknik Budidaya Dan Pemuliaan Tanaman Jagung Manis.
- Susilawati, H., & Amin, H. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Penjualan Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Kendari di Masa Pandemi Covid-19. *Newcomb: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 1(2), 164-177.