

ABSTRAK

Adrianus Lede Bulu, Agribisnis Hortikultura, Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Herbisida Round Up Dan Penta Up Di PT Bestani Agro Sejahtera.

Herbisida merupakan salah satu senyawa kimia atau obat pertanian yang dapat digunakan petani untuk menghambat pertumbuhan atau dapat mematikan gulma. Penggunaan herbisida dapat membantu dan mempermudah pekerjaan petani dalam menanggulangi gulma. Kebutuhan petani akan herbisida membuat PT Bestani Agro Sejahtera berusaha meningkatkan penjualan herbisida Penta-Up dengan melakukan pergantian produk dari herbisida Round Up menjadi herbisida melalui pengisian pangsa pasar kepada orang-orang yang tidak mampu membeli herbisida Round Up. Berdasarkan masalah tersebut maka dilakukan penelitian terkait preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian herbisida. Berdasarkan bauran pemasaran diantaranya produk, harga, tempat, dan promosi dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen seperti apa yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan (i) untuk mengetahui preferensi konsumen atas herbisida yang dibeli pelanggan di ritel PT Bestani Agro Sejahtera, (ii) untuk mengetahui bauran pemasaran dalam pengambilan keputusan pembelian herbisida Penta Up. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2022 di Kabupaten Deli Serdang, Serdang Bedagai, Kota Binjai, Provinsi Sumatera utara. Penentuan responden dilakukan dengan metode *non-probabilistic, purposive quota sampling*. Sebanyak 60 responden diperlukan pada penelitian ini dengan setiap wilayah berkisar 20 responden. Penentuan responden berdasarkan 20 orang pembeli terakhir pada dua toko/kios ritel dalam satu wilayah. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa responden wilayah Binjai memiliki preferensi terhadap herbisida Round Up sedangkan responden Serdang Bedagai memiliki preferensi terhadap herbisida Penta Up. Preferensi konsumen terhadap herbisida dinilai berdasarkan daya bunuh, jangkauan jenis gulma yang dibunuh, dan kecepatan waktu bunuh herbisida. Ketahanan basmi herbisida tidak mempengaruhi preferensi pembelian responden dalam herbisida Penta Up maupun Round Up. Berdasarkan hasil analisis terkait informasi herbisida dan petunjuk penggunaan herbisida Penta Up dan produk lain sama-sama diperhatikan oleh responden. Harga herbisida Penta Up dan herbisida lain dianggap sama-sama memiliki harga yang mahal oleh responden. Dalam memperoleh informasi herbisida, responden memperolehnya melalui YouTube, brosur dan spanduk.

Kata kunci: Herbisida, preferensi konsumen, bauran pemasaran.

ABSTRACT

Adrianus Lede Bulu, Horticulture Agribusiness, Consumer Preferences on Purchasing Decisions of Round Up and Penta Up Herbicides at PT Bestani Agro Sejahtera.

Herbicide is one of the chemical compounds or agricultural drugs that can be used by farmers to inhibit the growth of or to kill weeds. The use of herbicides can help and facilitate the work of farmers in tackling weeds. Farmers' need for herbicides made PT Bestani Agro Sejahtera seeks to increase sales of Penta-Up herbicides by changing products from Round Up herbicides to herbicides by filling the market for people who cannot afford Round Up herbicides. Based on these problems, research was carried out regarding consumer preferences for herbicide purchase decisions. Based on the marketing mix including product, price, place, and promotion can be adjusted to consumer preferences as what is desired. This study aims (i) to determine consumer preferences for herbicides purchased by customers at retail PT Bestani Agro Sejahtera, (ii) to determine the marketing mix in purchasing decisions for Penta Up herbicides. This research was conducted in June 2022 in Deli Serdang Regency, Serdang Bedagai, Binjai City, North Sumatra Province. Respondents were determined using a non-probabilistic method, purposive quota sampling. A total of 60 respondents were required in this study with around 20 respondents in each region. The determination of respondents is based on the last 20 buyers at two retailers in one area. Processing data in this study using descriptive analysis. The results showed that respondents in the Binjai area preferred Round Up herbicide, while respondents in Serdang Bedagai preferred Penta Up herbicide. Consumer preference for herbicides is assessed based on killing power, the range of types of weeds killed, and the speed at which the herbicide kills. Herbicide extermination resistance did not affect respondents' purchasing preferences for Penta Up or Round Up herbicides. Based on the results of the analysis related to herbicide information and instructions for using Penta Up herbicides and other products the respondents paid attention to the same. The price of Penta Up herbicide and other herbicides were considered by the respondents to be expensive. In obtaining herbicide information, respondents obtained it through YouTube, brochures, and banners.

Keywords: herbicide, consumer preferences, marketing mix.