

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan yang Disediakan di Google Form

Variabel	Daftar Pertanyaan	Jawaban
Segmentasi Pasar	Umur Anda Sekarang ?	Sangat Penting Sekali Sangat Penting Penting Normal Tidak Penting Sangat Tidak Penting Sangat Tidak Penting Sekali
	Pekerjaan Saat Ini ?	
	Alamat Rumah Anda ?	
Faktor Pembelian	Menurut anda, apa yang mempengaruhi anda dalam pembelian benih timun ?	
	Karena Merek	
	Karena Daya Tumbuh	
	Karena Tahan Terhadap Virus	
	Karena Warna Buah Hijau Tua	
	Karena Warna Buah Hijau Muda	
	Karena Panjang Buah 19-22	
	Karena Panjang Buah 22-25	
	Karena Diameter Buah 4 cm	
	Karena Diameter Buah 5 cm	
	Karena Daging Buah Tebal	
	Karena Daging Buah Tipis	
	Karena Produktivitas Benih	
	Karena Harga	
	Karena Informasi Di Kemasan	
Karena Keterjangkauan Pembelian		
Monas F1	Apakah anda Kenal Benih Monas F1	1 - 7
	Apakah anda pernah kenal dengan kemasan ini? ( Produk Monas F1 Dalam Bentuk Gambar)	1 - 7
	Seberapa Sering anda Menggunakan Monas F1	1 - 7
	Apakah Karena Daya Tumbuh anda memilih produk Monas F1 ?	Sangat Setuju Sekali Sangat Setuju Setuju Normal Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju Sekali
	Apakah Karena Tahan Terhadap Virus anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apakah Karena Warna Buah Hijau Tua anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apakah Karena Warna Buah Hijau Muda anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apakah Karena Panjang Buah 19-22 anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apakah Karena Panjang Buah 22-25 anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apakah Karena Diameter Buah 4 cm anda memilih produk Monas F1 ?	
Apakah Karena Diameter Buah 5 cm anda memilih produk Monas F1 ?		

	Apa Karena Daging Buah Tebal anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apa Karena Daging Buah Tipis anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apa Karena Apakah karena produktivitas benih anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apa Karena Harganya anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apa Karena benih lain lebih mahal maka anda memilih produk Monas F1 ?	
	Apa Karena Informasi kemasan anda memilih produk Monas F1 ?	
	Harga Maksimum yang bersedia anda keluarkan untuk Monas F1	Rp60.000 Rp65.000 Rp70.000 Rp75.000 Rp80.000 Rp85.000 Rp90.000
	Apakah karena adanya Kunjungan Pendamping Lapangan anda mengenal Monas F1 ?	
	Apakah karena adanya Pemberian Sampel anda mengenal Monas F1 ?	Sangat Setuju Sekali
	Apakah karena adanya Demo plotanda mengenal Monas F1 ?	Sangat Setuju Setuju
	Apakah karena adanya Farmer Meeting / Filed Dayanda mengenal Monas F1 ?	Normal
	Apakah karena adanya Klinik Benih anda mengenal Monas F1 ?	Tidak Setuju
	Apakah karena adanya Ketersediaan Benih di Toko Terdekat anda mengenal Monas F1 ?	Sangat Tidak Setuju
	Apakah karena adanya Layanan Pesanan Antar (oleh Sales) anda mengenal Monas F1 ?	Sangat Tidak Setuju Sekali
Zatavy F1	Apakah anda Kenal Benih Zatavy F1	1 - 7
	Apakah anda pernah kenal dengan kemasan ini? ( Produk Zatavy F1 Dalam Bentuk Gambar)	1 - 7
	Seberapa Sering anda Menggunakan Zatavy F1	1 - 7
	Apa Karena Daya Tumbuh anda memilih produk Zatavy F1 ?	Sangat Setuju Sekali
	Apa Karena Tahan Terhadap Virus anda memilih produk Zatavy F1 ?	Sangat Setuju Setuju
	Apa Karena Warna Buah Hijau Tua anda memilih produk Zatavy F1 ?	Normal
	Apa Karena Warna Buah Hijau Muda anda memilih produk Zatavy F1 ?	Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

<p>Apa Karena Panjang Buah 19-22 anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	<p>Sangat Tidak Setuju Sekali</p>
<p>Apa Karena Panjang Buah 22-25 anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Diameter Buah 4 cm anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Diameter Buah 5 cm anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Daging Buah Tebal anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Daging Buah Tipis anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Apakah karena produktivitas benih anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Harganya anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena benih lain lebih mahal maka anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apa Karena Informasi kemasan anda memilih produk Zatavy F1 ?</p>	
<p>Harga Maksimum yang bersedia anda keluarkan untuk Zatavy F1</p>	<p>Rp60.000 Rp65.000 Rp70.000 Rp75.000 Rp80.000 Rp85.000 Rp90.000</p>
<p>Apakah karena adanya Kunjungan Pendamping Lapangan anda mengenal Zatavy F1 ?</p>	<p>Sangat Setuju Sekali Sangat Setuju Setuju Normal Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju Sekali</p>
<p>Apakah karena adanya Pemberian Sampel anda mengenal Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apakah karena adanya Demo plotanda mengenal Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apakah karena adanya Farmer Meeting / Filed Dayanda mengenal Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apakah karena adanya Klinik Benih anda mengenal Zatavy F1?</p>	
<p>Apakah karena adanya Ketersediaan Benih di Toko Terdekat anda mengenal Zatavy F1 ?</p>	
<p>Apakah karena adanya Layanan Pesanan Antar (oleh Sales) anda mengenal Zatavy F1 ?</p>	



Lampiran 2. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Beringin



Lampiran 3. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Beringin



Lampiran 4. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Percut Sei Tuan



Lampiran 5. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Beringin



Lampiran 6. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Beringin



Lampiran 7. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Percut Sei Tuan



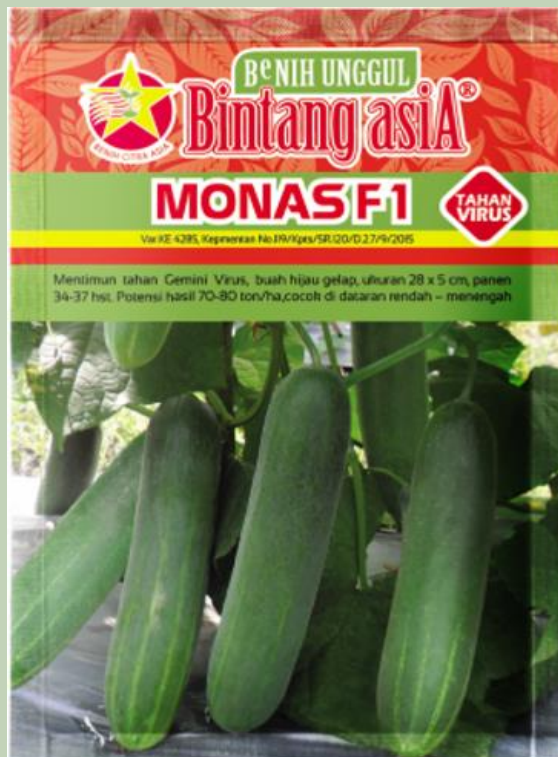
Lampiran 8. Kegiatan Wawancara Petani di Kec. Percut Sei Tuan



# STRATEGI BERSAING BENIH TIMUN DI PT BENIH CITRA ASIA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MONAS F1



BINTANG ASIA/  
BENIH CITRA ASIA



KRISANTO B. SIHOTANG S.Tr.P  
1703010019  
AGRIBISNIS HORTIKULTURA  
POLITEKNIK WILMAR BISNIS INDONESIA

# DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	1
DAFTAR GAMBAR .....	2
DAFTAR TABEL .....	2
KATA PENGANTAR .....	3
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	4
Wilayah Pasar .....	4
Target Pasar .....	4
Keunggulan Monas F1 .....	4
Posisi Produk Monas F1 .....	5
PRODUK BENIH TIMUN YANG DISUKAI PETANI.....	6
Kualitas Produk .....	6
Harga Produk .....	7
Tempat Produk.....	7
Promosi Produk.....	7
PERBANDINGAN PRODUK MONAS F1 DENGAN PRODUK KOMPETITOR.....	9
Kualitas Produk .....	9
Harga .....	9
Tempat.....	14
Promosi.....	14
STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN .....	16
Strategi Produk .....	16
Strategi Harga .....	16
Strategi Tempat.....	16
Strategi Promosi.....	16
Skema Strategi Bersaing.....	17

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data yang telah diolah.....	9
Gambar 2. Kurva WTP Monas F1 di Kec. Beringin .....	10
Gambar 3. Kurva WTP Kompetitor di Kec. Beringin .....	11
Gambar 4. Kurva WTP Monas F1 di Kec. Percut Sei Tuan .....	12
Gambar 5. Kurva WTP Kompetitor di Kec. Percut Sei Tuan.....	13
Gambar 6. Keterjangkauan Tempat Pembelian Benih Timun di Kecamatan. ....	14

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkiraan Omset Monas F1 di Kec. Beringin .....	10
Tabel 2. Perkiraan Omset Kompetitor di Kec. Beringin .....	11
Tabel 3. Perkiraan Omset Monas F1 di Kec. Percut Sei Tuan .....	12
Tabel 4. Perkiraan Omset Kompetitor di Kec. Percut Sei Tuan .....	13



## KATA PENGANTAR

Strategi bersaing merupakan bentuk cara bagaimana suatu perusahaan dapat bertahan dan meminimalkan resiko yang ada. Biasanya strategi bersaing dilakukan karena adanya keadaan yang memaksa perusahaan untuk dapat bertahan dari pihak kompetitor. Perencanaan strategi bersaing perlu dilakukan agar perusahaan kedepannya dapat bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan penjualan. Adanya peningkatan penjualan juga diharapkan menjadi suatu bentuk kemenangan perusahaan dalam menghadapi kompetitor.

Strategi bersaing untuk PT Benih Citra Asia berfokus pada pemasaran produk benih Monas F1. Dengan menerapkan strategi dalam bersaing maka penjualan Monas F1 diharapkan meningkat ditengah persaingan antar produk kompetitor. Dengan demikian PT Benih Citra Asia mesti memperbaiki pemasaran terhadap produk, tempat, harga dan promosi Monas F1. Dengan mengetahui masalah pemasaran tersebut dapat membantu pemilik PT Benih Citra Asia dalam mengetahui dan memahami target pasar yang ada.

# RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Benih Citra Asia (BCA) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri perbenihan, baik untuk benih tanaman pangan maupun tanaman hortikultura. PT BCA juga dikenal di pasar dengan nama Bintang Asia, sehingga setiap produk-produk benih yang dipasarkan dikenal dengan sebutan benih Bintang Asia. Perusahaan ini didirikan oleh putra bangsa, yakni H. Slamet Sulistiyono, S.P. pada tahun 2006 dengan obsesi menjadi pelopor kebangkitan perbenihan nasional. Perusahaan ini juga telah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM Nomor C-10050 HT.01.01.TH2006 pada 7 April 2006 berdasarkan akta notaris Is Hariyanto Imam Salwawi, SH No.3 pada 3 Januari 2006.

Salah satu produk PT Benih Citra Asia adalah Monas F1 yang merupakan hasil dari pengembangan varitas benih sebelumnya, yakni Comandan F1, yang diperuntukkan sebagai tanaman timun dataran rendah. Benih timun Monas F1 ini telah dijual mulai dari tahun 2018 hingga saat ini. Monas F1 diproduksi dan diproses dengan pengawasan ketat dari Bagian *Quality Control*, baik di area produksi maupun di area pabrik dengan adanya pengujian mutu benih di laboratorium serta di lapangan, agar dapat dipastikan bahwa benih yang dipasarkan telah memenuhi spesifikasi mutu yang baik.

## Wilayah Pasar

Strategi pemasaran ini dilakukan di dua kecamatan yakni wilayah Kecamatan Beringin dan Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

## Target Pasar

Konsumen potensial untuk produk Monas F1 merupakan petani yang berfokus menanam tanaman hortikultura terutama pada daerah dataran rendah sampai menengah. Adapun kriteria umur konsumen yang mau membeli Monas F1 terdiri dari generasi Y, X dan *baby boomer*.

## Keunggulan Monas F1

Adapun keunggulan produk Monas F1 sesuai dengan informasi di kemasan yang tertera:

1. Memiliki ketahanan terhadap virus Gemini
2. Hasil buah mencapai 70-80 ton/ha
3. Umur panen 34-37 HST
4. Memiliki warna buah yang hijau gelap
5. Ukuran buah mencapai 28 x 5 cm

## **Posisi Produk Monas F1**

Monas F1 memposisikan diri sebagai salah satu produk lokal yang dikembangkan dalam Negeri. Posisi ini diperkuat dengan dukungan legalitas produk seperti sertifikat Manajemen Mutu ISO 9001:2008 No.10 LSSMBTPH.

# PRODUK BENIH TIMUN YANG DISUKAI PETANI

## Kualitas Produk

Kualitas yang dimiliki suatu produk menjadi nilai yang penting bagi petani dalam mempertimbangkan produk benih timun yang akan dibeli. Adapun kriteria kualitas benih yang diinginkan petani berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

1. **Daya Tumbuh**  
Beberapa petani beranggapan bahwa untuk daya tumbuh pada suatu produk benih dipengaruhi oleh tatacara pengolahan lahan itu sendiri. Namun beberapa petani lainnya bergantung pada kualitas daya tumbuh dari produk benih itu sendiri tanpa ekstra dalam pengolahan lahan atau dalam arti petani ingin lebih efisien.
2. **Tahan Virus**  
Dapat dikatakan bahwa petani di ke-dua kecamatan menyatakan pentingnya suatu benih yang tahan virus dalam pembelian suatu produk benih timun. Hal tersebut menjadi tolok ukur petani dalam pembelian benih timun dikarenakan dapat meminimalkan biaya perawatan tanaman terhadap serangan penyakit yang disebabkan oleh virus, terutama virus gemini yang ada pada tanaman timun.
3. **Produktivitas**  
Pondasi utama petani dalam memilih suatu produk benih berdasarkan tingkat produktivitas dari benih itu sendiri. Maka dengan kata lain bahwa produk benih timun yang memiliki tingkat produktivitas buah atau hasil buah yang banyak menjadi incaran bagi para petani timun.
4. **Warna Buah**  
Warna pada buah timun umumnya dipasar memiliki dua kriteria warna yakni hijau tua dan hijau muda. Setiap pasar di daerah masing-masing memiliki preferensi jenis warna tertentu pada buah timun yang dibeli. Kedua warna tersebut menjadi tolok ukur petani dalam melakukan budidaya timun dan menentukan jenis benih apa yang akan digunakan untuk menghasilkan warna buah sesuai dengan permintaan pasar.
5. **Panjang Buah**  
Panjang buah timun yang dihasilkan menjadi kesenangan tersendiri bagi petani yang mana akan berpengaruh pada berat timbangan dari buah tersebut. Petani merasa sangat penting dengan adanya benih yang dapat menghasilkan buah timun dengan panjang 22-25 cm.
6. **Diameter Buah**  
Dalam hal ukuran diameter buah timun dapat dikatakan bahwa petani lebih menyukai buah timun dengan diameter 5 cm. Untuk ukuran diameter yang terlalu besar atau lebih dari 5 cm juga dapat merugikan petani dikarenakan

buah timun dengan diameter buah yang besar tidak laku atau tidak diminati konsumen.

#### 7. Ketebalan Daging Buah

Dapat dikatakan bahwa petani dominan memilih kriteria benih yang menghasilkan buah timun dengan daging yang tebal. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh permintaan pasar yang dimana ada pasar menginginkan daging buah tebal dan ada yang daging buah tipis.

### **Harga Produk**

Umumnya orang senang dengan harga terjangkau untuk suatu produk yang dibeli. Namun berbeda dengan hasil survei terhadap preferensi petani terhadap harga benih timun. Petani di Kec. Beringin dan Kec. Percut Sei Tuan beranggapan bahwa produk yang memiliki harga murah dapat diragukan mutu dan tingkat keberhasilan penanamannya. Maka dengan demikian untuk kriteria harga tidak menjadi hal penting bagi petani dalam memilih sebuah produk benih timun di Kec. Beringin dan Percut Sei Tuan. Selain itu, beberapa petani juga sangat senang dengan harga yang terpaut murah untuk mengurangi biaya budidaya seperti benih timun yang mau ditanam.

### **Tempat Produk**

Pada dasarnya tempat pembelian benih timun tersedia di kios-kios pertanian ataupun melalui antar sales produk benih tertentu. Untuk petani di Kec. Beringin menyatakan sangat penting untuk pembelian suatu produk benih timun di tempat terdekat atau kios-kios terdekat yang menyediakan atau menjual sarana pertanian. Namun petani di Kec. Beringin tidak menjadi landasan mereka untuk membeli benih timun di suatu kios terdekat, melainkan petani bersedia membeli di tempat yang jauh asalkan produk yang mereka inginkan ada atau tersedia.

### **Promosi Produk**

Pada umumnya produk benih tanaman, termasuk timun, memiliki kemasan yang berisi informasi dari produk tersebut. Informasi yang tertera pada kemasan dari produk benih timun menjadi faktor pemilihan benih timun dan dapat meningkatkan minat beli dari petani. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa petani dalam melakukan aktivitas pembelian produk benih timun, terlebih dahulu petani mencari tahu informasinya yang salah satunya tertera pada kemasan dari produk itu sendiri. Selain itu, petani lebih percaya informasi dari petani lain atau melihat hasil yang diperoleh dari kualitas benih timun itu sendiri.

Preferensi petani timun yang berada di Kec. Beringin dan Kec. Percut Sei Tuan terhadap kriteria merek benih timun menyatakan penting bagi mereka dalam memilih sebuah produk benih timun apalagi merek benih tersebut memiliki nama tersendiri dikalangan petani. Pada dasarnya petani beranggapan bahwa suatu merek yang terkenal pasti memiliki kualitas yang baik. Adapun suatu merek terkenal bagi kalangan

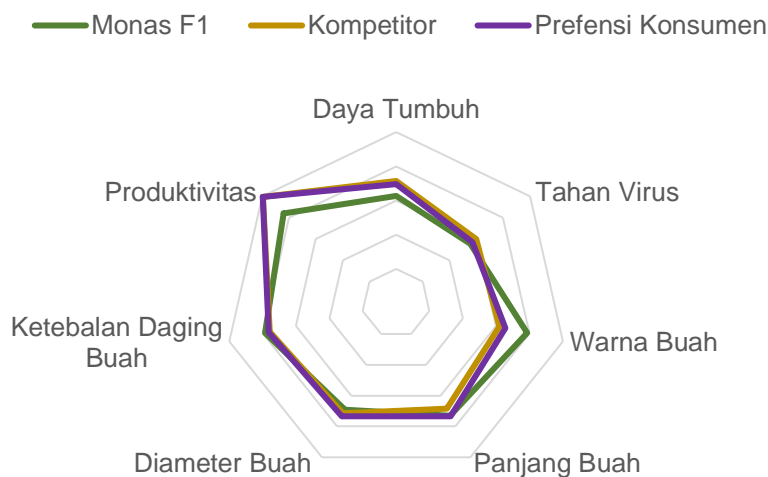
petani tertentu dipengaruhi dari informasi petani lain yang pernah menggunakan merek tertentu sehingga menjadi *brand image* tersendiri bagi petani yang mendengar atau mengetahuinya.

# PERBANDINGAN PRODUK MONAS F1 DENGAN PRODUK KOMPETITOR

Dalam pembahasan ini, akan dilihat perbandingan terhadap hasil pernyataan petani mengenai produk benih timun Monas F1 dan kompetitor terhadap variabel kualitas produk, harga, tempat dan promosi. Untuk mempermudah penilaian terhadap produk, maka hasil perbandingan antar produk digolongkan sesuai dengan nilai indeks pada tiap kriteria atau variabel yang telah ditentukan.

## Kualitas Produk

Berikut merupakan hasil data yang diperoleh dari lapangan dan menjadi objek perbandingan antara produk Monas F1(hijau) dan kompetitor (coklat) terhadap preferensi konsumen(ungu):



Gambar 1. Data yang telah diolah

Berdasarkan kriteria daya tumbuh, tahan virus, diameter buah, dan produktivitas, produk benih kompetitor lebih mendekati preferensi konsumen. Benih Monas F1 lebih unggul pada kriteria warna hijau tua, panjang buah, dan ketebalan daging yang sesuai dengan preferensi konsumen. Dapat dikatakan bahwa produk kompetitor lebih unggul dibanding Monas F1.

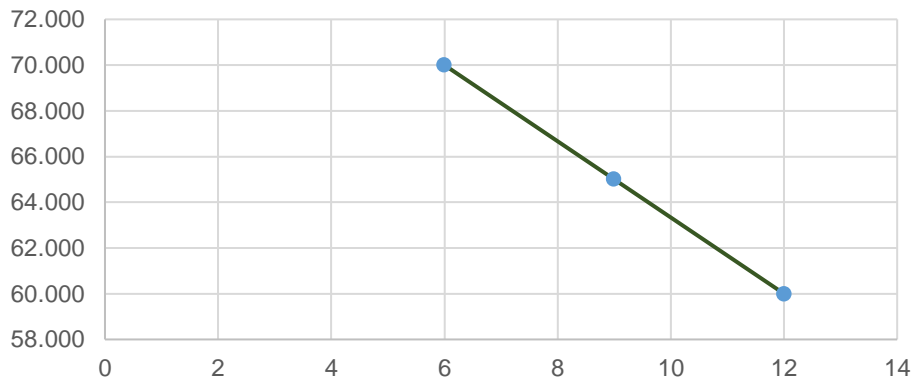
## Harga

Untuk harga produk benih yang ada di pasar saat ini, benih timun Monas F1 di jual dengan harga Rp70.000/bungkus dan produk kompetitor di harga Rp80.000/bungkus dengan berat 20 gram/bungkus. Analisa lebih lanjut dilakukan terhadap kesediaan

petani untuk membayar atau *willingnes to pay* (WTP) produk Monas F1 maupun produk kompetitor berdasarkan harga yang telah ditentukan.

a) Produk Monas F1 di Kec. Beringin

Berikut dapat dilihat gambaran data WTP yang telah diperoleh dan diolah yang disajikan dalam bentuk gambar kurva WTP sebagai berikut:



Gambar 2. Kurva WTP Monas F1 di Kec. Beringin

Gambar diatas memberikan gambaran mengenai WTP pada produk Monas F1 yang ada di Kec. Beringin. Nilai WTP yang diperoleh dari petani terhadap benih timun Monas F1 di harga Rp70.000,00 sebanyak 6 orang, Rp65.000,00 sebanyak 9 orang, dan Rp60.000,00 sebanyak 12 orang.

Tabel 1. Perkiraan Omset Monas F1 di Kec. Beringin

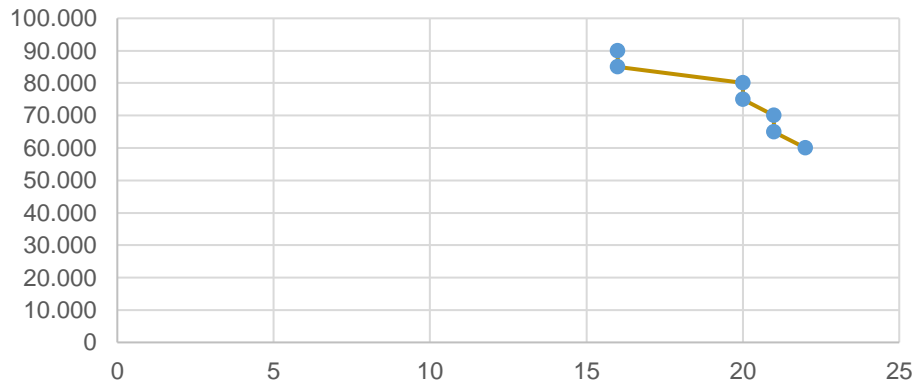
Harga	Jumlah yang Beli	Total
Rp60.000,00	12	<b>Rp720.000,00</b>
Rp65.000,00	9	Rp585.000,00
Rp70.000,00	6	Rp420.000,00
Rp75.000,00	0	-
Rp80.000,00	0	-
Rp85.000,00	0	-
Rp90.000,00	0	-

Nilai perkiraan omset dihitung melalui harga benih timun dikali dengan jumlah responden yang bersedia membeli. Untuk Monas F1 di Kec. Beringin omset terbanyak di harga Rp60.000,00 dengan nilai total penjualan Rp720.000,00. Sementara harga beli petani untuk benih Monas F1 pada umumnya adalah Rp70.000,00 yang berarti lebih tinggi dibanding dengan harga WTP petani di harga Rp60.000,00.



b) Produk Kompetitor di Kec. Beringin

Berikut dapat dilihat gambaran data WTP yang telah diperoleh dan diolah yang disajikan dalam bentuk gambar kurva WTP sebagai berikut:



Gambar 3. Kurva WTP Kompetitor di Kec. Beringin

Pada Gambar kurva di atas memberikan gambaran mengenai WTP pada produk kompetitor di Kec. Beringin. Nilai WTP yang diperoleh terhadap produk kompetitor di harga Rp90.000,00 adalah sebanyak 16 orang, Rp85.000,00 sebanyak 16 orang, Rp80.000,00 sebanyak 20 orang, Rp75.000,00 sebanyak 20 orang, Rp70.000,00 sebanyak 21 orang, Rp65.000,00 sebanyak 21 orang, dan Rp60.000,00 sebanyak 22 orang.

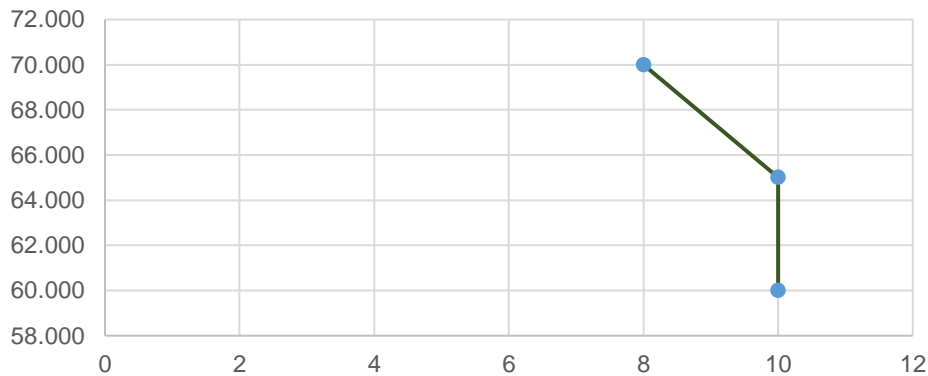
Tabel 2. Perkiraan Omset Kompetitor di Kec. Beringin

Harga	Jumlah yang Beli	Total
Rp60.000,00	22	Rp1.320.000,00
Rp65.000,00	21	Rp1.365.000,00
Rp70.000,00	21	Rp1.470.000,00
Rp75.000,00	20	Rp1.500.000,00
Rp80.000,00	20	<b>Rp1.600.000,00</b>
Rp85.000,00	16	Rp1.360.000,00
Rp90.000,00	16	Rp1.440.000,00

Bila dilihat dari perkiraan omset terbanyak melalui harga benih timun dikali dengan jumlah responden petani yang bersedia membeli, maka untuk produk kompetitor di Kec. Beringin diperoleh perkiraan omset terbanyak di harga Rp80.000,00 dengan total penjualan sebesar Rp1.600.000,00. Dapat dilihat bahwa harga pada omset terbanyak sama atau sesuai dengan harga yang beredar di pasar, yakni Rp80.000,00.

c) Produk Monas F1 di Kec. Percut Sei Tuan

Berikut dapat dilihat gambaran data WTP yang telah diperoleh dan diolah yang disajikan dalam bentuk gambar kurva WTP sebagai berikut:



Gambar 4. Kurva WTP Monas F1 di Kec. Percut Sei Tuan

Pada gambar di atas diperoleh gambaran mengenai WTP pada produk kompetitor yang ada di Kec. Percut Sei Tuan. Nilai WTP yang diperoleh dari petani terhadap produk kompetitor di harga Rp70.000,00 adalah 8 orang, Rp65.000,00 sebanyak 10 orang, dan Rp60.000,00 sebanyak 10 orang.

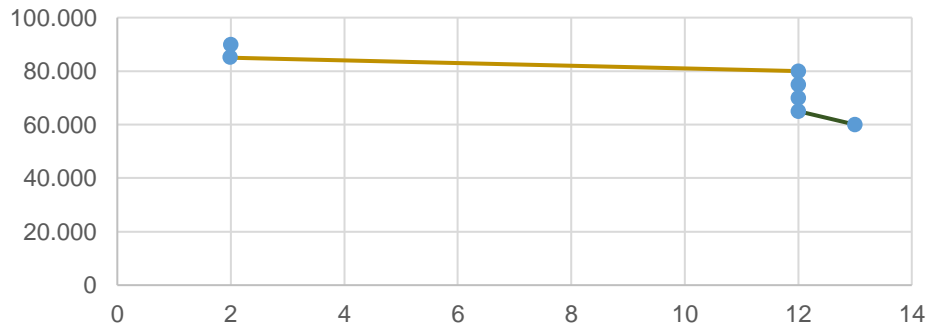
Tabel 3. Perkiraan Omset Monas F1 di Kec. Percut Sei Tuan

Harga	Jumlah yang Beli	Total
Rp60.000,00	10	Rp600.000,00
Rp65.000,00	10	<b>Rp650.000,00</b>
Rp70.000,00	8	Rp560.000,00
Rp75.000,00	0	-
Rp80.000,00	0	-
Rp85.000,00	0	-
Rp90.000,00	0	-

Bila dilihat dari perkiraan omset terbanyak melalui harga benih timun yang dikali dengan jumlah yang bersedia membeli, maka untuk Monas F1 di Kec. Percut Sei Tuan diperoleh omset terbanyak di harga Rp65.000,00 dengan total keuntungan Rp650.000,00. Dapat dilihat bahwa harga benih timun F1 yang berlaku di pasar saat ini sebesar Rp70.000,00 adalah lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang diinginkan oleh petani di nilai Rp65.000,00.

d) Produk Kompetitor di Kec. Percut Sei Tuan

Berikut dapat dilihat gambaran data WTP yang telah diperoleh dan diolah yang disajikan dalam bentuk gambar kurva WTP sebagai berikut:



Gambar 5. Kurva WTP Kompetitor di Kec. Percut Sei Tuan

Pada gambar di atas diperoleh gambaran mengenai WTP pada produk kompetitor yang ada di Kec. Beringin. WTP petani terhadap produk kompetitor di harga Rp90.000,00 adalah sebanyak 2 orang, Rp85.000,00 sebanyak 2 orang, Rp80.000,00 sebanyak 12 orang, Rp75.000,00 sebanyak 12 orang, Rp70.000,00 sebanyak 12 orang, Rp65.000,00 sebanyak 12 orang dan Rp60.000,00 sebanyak 13 orang.

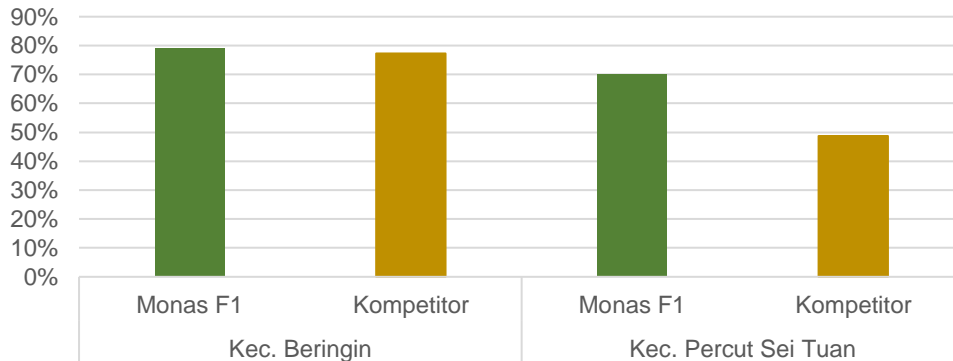
Tabel 4. Perkiraan Omset Kompetitor di Kec. Percut Sei Tuan

Harga	Jumlah yang Beli	Total
Rp60.000	13	Rp780.000,00
Rp65.000	12	Rp780.000,00
Rp70.000	12	Rp840.000,00
Rp75.000	12	Rp900.000,00
Rp80.000	12	<b>Rp960.000,00</b>
Rp85.000	2	Rp170.000,00
Rp90.000	2	Rp180.000,00

Bila dilihat dari perkiraan omset terbanyak melalui harga benih timun dikali dengan jumlah responden petani yang bersedia membeli, maka untuk produk kompetitor di Kec. Percut Sei Tuan diperoleh perkiraan omset terbanyak di harga Rp80.000,00 dengan total penjualan sebesar Rp960.000,00. Dapat dilihat bahwa harga pada omset terbanyak sama atau sesuai dengan harga yang beredar di pasar, yakni Rp80.000,00.

## Tempat

Kios merupakan tempat penjualan alat pertanian yang paling sering dikunjungi oleh petani bila mau membeli produk benih timun. Kios terdekat ataupun terjangkau menjadi salah satu pertimbangan petani dalam membeli benih timun ditandai dengan hasil penelitian sebagai berikut:



Gambar 6. Keterjangkauan Tempat Pembelian Benih Timun di Kecamatan.

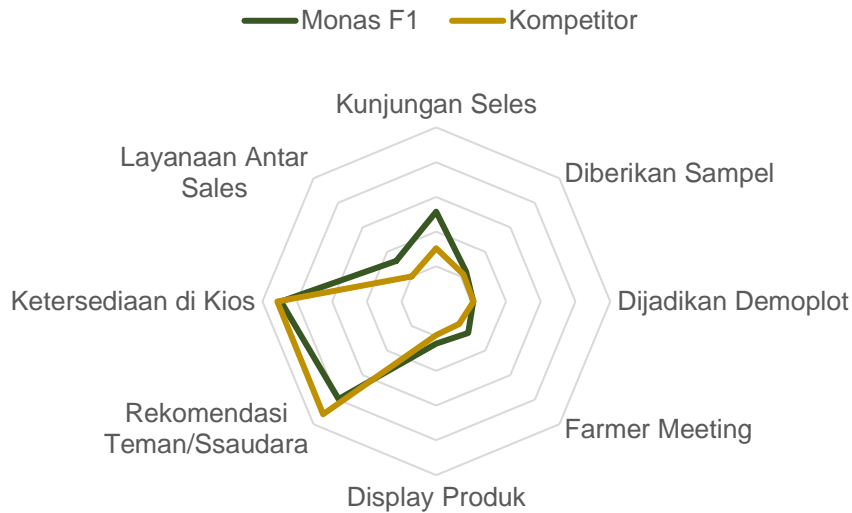
Keterjangkauan tempat pembelian terkait dengan tempat ataupun kios terdekat yang dapat dikunjungi petani tanpa mengeluarkan biaya transportasi yang besar untuk menjangkau tempat pembelian tersebut. Adapun beberapa petani di Kec. Percut Sei Tuan akan tetap membeli produk kompetitor, walaupun produk benih tsb dijual ditempat yang lebih jauh. Alasan petani tersebut didasari dengan kepuasan petani terhadap produk kompetitor sehingga mau membeli produk kompetitor dimanapun yang tersedia.

## Promosi

Berdasarkan data hasil yang telah diolah, maka promosi dibagi ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. Aktivitas Promosi

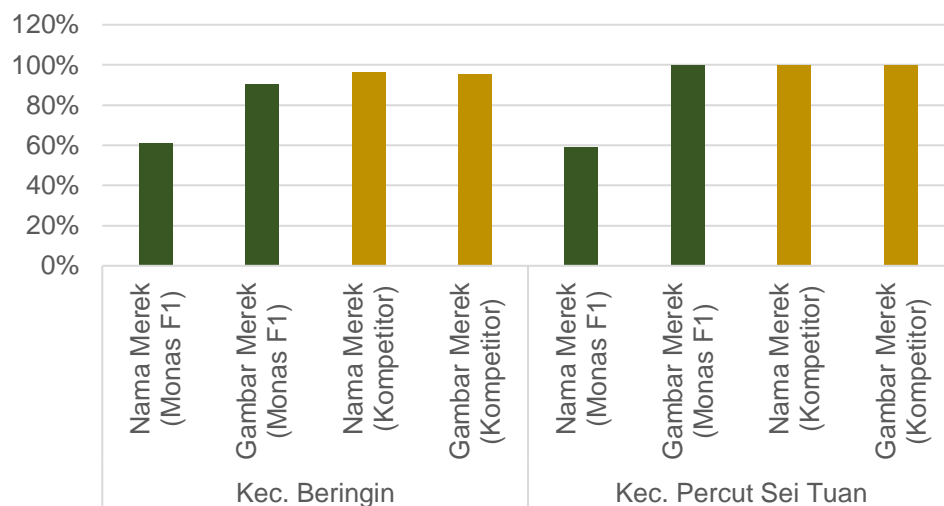
Hasil wawancara dengan petani yang ada di Kec. Beringin maupun Kec. Percut Sei Tuan diperoleh informasi bahwa petani mengenal produk benih timun Monas F1 dan kompetitor melalui tenaga sales perusahaan benih pemberian sampel gratis, farmer meeting, ketersediaan benih di kios terdekat, dan pengenalan produk melalui rekomendasi teman atau saudara. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang terjadi di lapangan, terutama bagi produk-produk benih tanaman, yang bertujuan dalam memikat hati petani.



Tampak bahwa upaya yang dilakukan Monas F1 yakni kunjungan sales, pemberian sampel, farmer meeting, dan layanan antar sales lebih intensif dibanding produk kompetitor. Untuk kegiatan display produk pada Monas F1 dan produk kompetitor sama-sama intensif dilakukan.

## 2. Tingkat Pengenalan Merek

Bila dilihat dari hasil data yang diperoleh, maka dapat dikatakan *brand awareness* (kesadaran merek) untuk produk Monas F1 ada pada tingkat *brand recognition* (pengenalan merek). Lebih lanjut dapat dijelaskan bahwa merek Monas F1 lebih dikenal dengan sebutan "Bintang Asia", di mana Bintang Asia sendiri merupakan sebutan atau nama dari perusahaan PT Benih Citra Asia yang dikenal di kalangan petani. Untuk merek dan pengenalan gambar merek pada produk kompetitor memiliki *brand awareness* di tingkat *brand recall* (Peningkat kembali merek).



# STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

## Strategi Produk

Setelah melihat hasil perbandingan antara produk Monas F1 dengan kompetitor, maka dapat dilakukan sebuah perbaikan terhadap produk Monas F1 dalam katagori daya tumbuh dan produktivitas. Perbaikan tersebut dapat mendorong peningkatan daya saing Monas F1 sesuai dengan prefensi konsumen terhadap kualitas produk.

## Strategi Harga

Beberapa petani tidak terlalu bermasalah diharga selagi pendapatan mereka sesuai dengan harga dari benih yang diperjual belikan di kios. Dalam meningkatkan keuntungan atau omset perusahaan, PT Benih Citra Asia dapat menurunkan harga jual produk, yakni dari harga Rp70.000,00 menjadi Rp65.000,00 sampai Rp60.000,00.

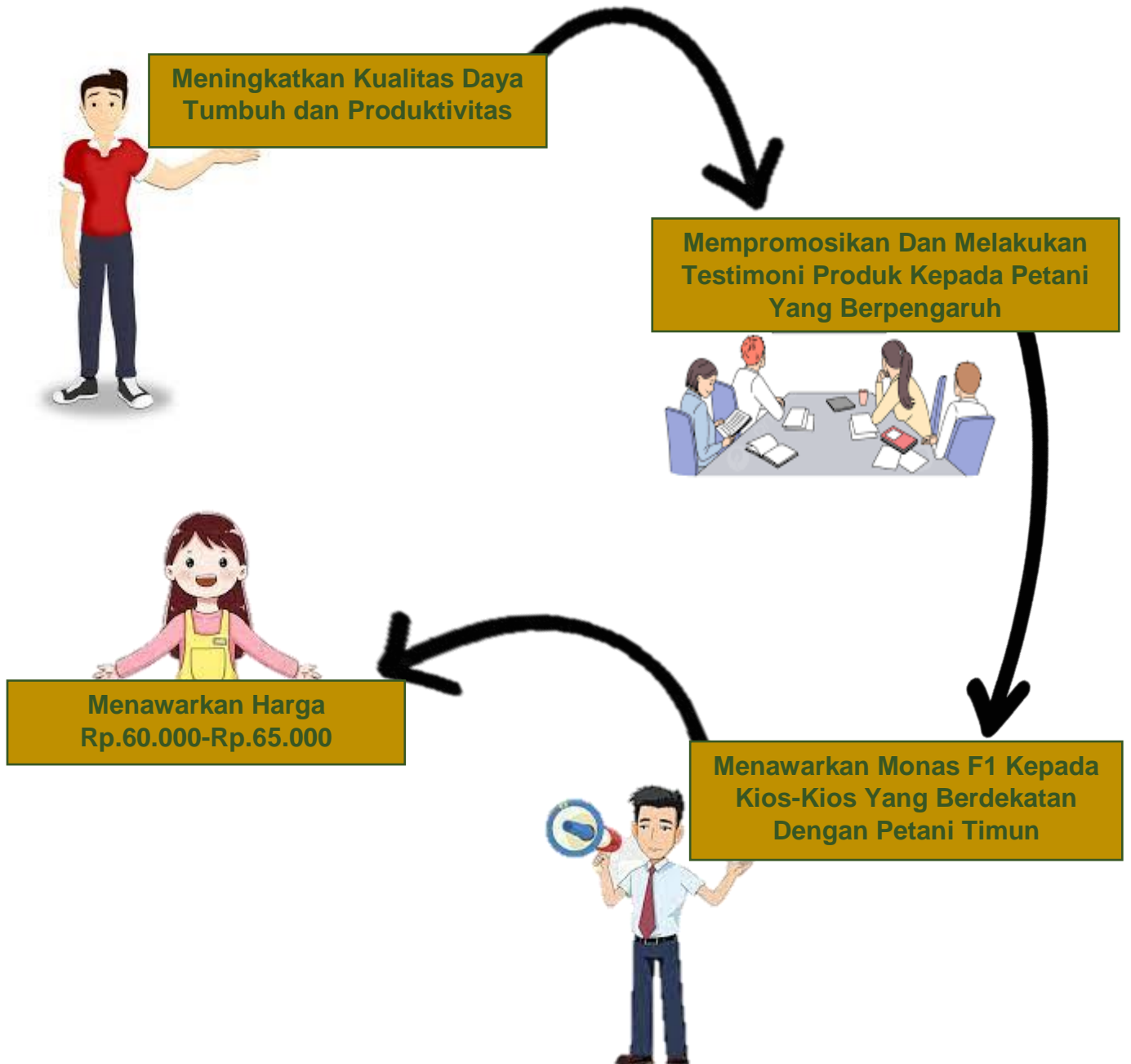
## Strategi Tempat

Dapat dikatakan bahwa terjangkaunya sebuah tempat pembelian produk benih Monas F1 dan kompetitor di Kec. Beringin menjadi faktor bagi petani untuk mau menggunakan produk benih timun. Agar produk lebih dikenal dan petani mau menggunakan produk Monas F1, maka PT Benih Citra Asia dapat memperluas penjualannya di kios-kios yang berdekatan dengan petani timun.

## Strategi Promosi

Aktivitas promosi yang dilakukan pihak Monas F1 untuk kunjungan tenaga *sales*, pemberian sampel, *farmer meeting*, *display* produk, dan layanan antar pihak *sales* lebih intensif dilakukan dibandingkan kompetitor, namun kriteria mutu yang diharapkan petani mulai dari daya tumbuh, tahan virus, diameter buah, dan produktivitas kurang dapat dipenuhi oleh benih Monas F1. Untuk dapat lebih diterima oleh petani, maka pihak PT Benih Citra Asia dapat mengupayakan lebih banyak testimoni positif mengenai produk benih Monas F1 kepada petani agar petani dapat merekomendasikannya kepada petani lain.

## Skema Strategi Bersaing





"Bila ada kesalahan dalam penulisan saya, saya mohon maaf sebesar-besarnya karena saya bukanlah makhluk yang sempurna dan yang sempurna itu hanya ada pada rokok"

ATAS PERHATIANNYA  
SAYA UCAPKAN

# TERIMAKASIH