

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan TA.....	5
1.4. Kontribusi/ Manfaat TA	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Perusahaan	7
2.2. Persaingan.....	7
2.3. Bauran Pemasaran.....	8
2.4. Produk (<i>Product</i>).....	8
2.4.1. Merek Produk	9
2.4.2. Informasi Di Kemasan	9
2.4.3. Benih.....	9
2.4.4. Kualitas Benih.....	10
2.5. Harga (<i>Price</i>)	11
2.5.1. Harga Benih.....	12
2.6. Tempat (<i>Place</i>)	12
2.7. Promosi (<i>Promotion</i>)	13
2.7.1. Personal Selling.....	14
2.7.2. Temu Lapang (<i>Farmer Field Day</i>)	14
2.7.3. Farmer Meeting	14
2.7.4. Klinik Benih (<i>One Day Promo</i>)	14
2.8. Preferensi Konsumen.....	15
2.9. Rencana Pemasaran.....	15
2.10. Kerangka Pikir	16
BAB III. METODOLOGI	17
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2. Jenis Penelitian	17
3.3. Data dan Sumber Data.....	17

3.3.1. Data Primer.....	17
3.3.2. Data Sekunder	17
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	17
3.5. Metode Analisis	18
3.6. Variabel Penelitian	18
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM	20
4.1. Keadaan Umum Perusahaan	20
4.1.1. Profil Perusahaan	20
4.1.2. Visi Misi Perusahaan	20
4.1.3. Wilayah SM 08	21
4.2. Alamat Perusahaan.....	21
4.3. Katalog Bintang Asia	21
4.3.1. Produk Napoli F1	21
4.4. Kegiatan Marketing.....	22
4.4.1. Penyuluhan (<i>Farmer Meeting</i>)	22
4.4.2. Temu Lapang (<i>Farmer Field Day</i>).....	22
4.4.3. Demo Plot.....	22
4.4.4. Klinik Benih	23
4.4.5. Pemberian Sampel	23
4.4.6. Display Produk.....	24
4.4.7. Studi Banding	24
4.4.8. Regional Expo.....	24
4.4.9. Road Show	24
4.4.10. Kunjungan Kios.....	24
4.4.11. <i>Sub Dealer Meeting</i>	25
4.4.12. <i>Dealer Meeting</i>	25
4.4.13. Expo Nasional.....	25
4.5. Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	25
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
5.1. Pengumpulan Data.....	27
5.1.1. Link Google Form	27
5.1.2. Kertas Kuesioner	27
5.2. Profil Petani.....	28
5.2.1. Usia Petani.....	28

5.2.2. Lokasi Lahan.....	28
5.2.3. Luas Lahan.....	29
5.3. Bauran Produk.....	29
5.3.1. Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	29
5.3.2. Kemasan Produk.....	31
5.3.3. Kualitas Benih.....	32
5.4. Harga Benih.....	35
5.5. Tempat.....	37
5.6. Promosi.....	38
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
6.1. Kesimpulan.....	40
6.2. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	46
Lampiran 1. Kuesioner Petani.....	46
Lampiran 2. Luaran Penelitian.....	52

Daftar Tabel

Tabel 1. Data penjualan benih di kios tani Kec. Secanggang.....	4
Tabel 2. Usia Petani Semangka.....	28
Tabel 3. Lokasi Lahan Petani.....	28
Tabel 4. Luas Lahan Petani	29
Tabel 5. Pengaruh Merek.....	29
Tabel 6. Pandangan petani terhadap merek.....	30
Tabel 7. Tingkat Pengenalan Kemasan	31
Tabel 8. Pengaruh Informasi Pada Kenasan.....	31
Tabel 9. Pengaruh Informasi Pada Kemasan BCA Dan PM.....	31
Tabel 10. Pandangan Petani Terhadap Kualitas Benih	32
Tabel 11. Potensi Hasil.....	33
Tabel 12. Pandangan Petani Terhadap Harga Benih Semangka.....	35
Tabel 13. Harga Maksimal Benih Yang Dapat Diterima Petani.....	36
Tabel 14. Loyalitas Petani.....	36
Tabel 15. Pandangan Petani Terhadap Tempat.....	37
Tabel 16. Ketersediaan Benih.....	38
Tabel 17. Kegiatan Promosi Benih Semangka	38

Daftar Gambar

Gambar 1. Data Penjualan Benih Semangka Napoli F1 Di Sumatera Utara	2
Gambar 2. Kerangka Pikir	16
Gambar 3. Farmer Meeting di Kec.Secanggang Kab. Langkat.....	22
Gambar 4. Temu Lapang di Kec. Secanggang Kab. Langkat.....	22
Gambar 5. Cek Demplot di Kec. Babalan Kab. Langkat.....	23
Gambar 6.Klinik Benih di Kios Tani Kec. Secanggang.....	23
Gambar 7. Kunjungan ke UD. Setia Mandiri.....	25
Gambar 8.Kualitas Benih Panah Merah.....	33
Gambar 9. Kualitas Benih Napoli F1.....	34
Gambar 10.Harga Maksimal Benih Yang Dapat Diterima Petani.....	36
Gambar 11. Kegiatan Promosi Benih Semangka.....	39