

## LAMPIRAN

### 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner bagi petani tomat yang pernah memakai ataupun sedang memakai benih tomat Clause Kani F1 dan petani tomat yang belum pernah memakai Kani F1.

#### 1. Identitas responden

No	Pertanyaan	Pilihan / Jawaban
1	Jenis Kelamin	- Laki-laki - Perempuan
2	Umur	*angka umur
3	Desa	- Sempajaya - Raya - Gurusinga

#### 2. Pertanyaan kepada petani

##### 2.1. Produk

N0	Atribut	Pertanyaan	Pilihan / Jawaban
1	Merek	Merek benih tomat apa yang akan Anda cari bila Anda akan membeli benih tomat saat ini?	- TM Marvel - Natavi F1 - TM Blazer - Absolut - Kani F1
2	Kemasan	Berapa ukuran kemasan benih tomat yang biasa Anda beli?	- 5 gram - 10 gram - 15 gram - 20 gram - 25 gram
3	Jumlah	Berapa banyak benih tomat yang Anda beli?	*angka satuan gram
4	Loyalitas	Bagaimana bila merek benih tomat yang Anda cari tidak ada saat ini?	- Tunggu dipesankan Toko - Cari Ke Toko Lain merek yang sama - Beli Merek Lain yang pernah ditanam - Beli Merek Lain yang dikenal - Beli Merek Lain yang disarankan toko / teman / keluarga
5	Kualitas - Daya tumbuh	Apakah daya tumbuh menentukan pilihan benih	- Sangat Tidak Menentukan

		Anda?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak Menentukan</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Menentukan</li> <li>- Sangat Menentukan</li> </ul>
		Bagaimana daya tumbuh benih tomat berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TM Marvel</li> <li>2. Natavi F1</li> <li>3. TM Blazer</li> <li>4. Absolut</li> <li>5. Kani F1</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Buruk</li> <li>- Buruk</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Baik</li> <li>- Sangat Baik</li> <li>- Tidak Tahu</li> </ul>
6	Kualitas - Ketahanan	Menurut Anda hal apa yang apa yang paling mengganggu dalam budidaya tomat? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perubahan cuaca</li> <li>- Hama</li> <li>- Penyakit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama sekali Tidak Mengganggu</li> <li>- Tidak Mengganggu</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Mengganggu</li> <li>- Sangat Mengganggu</li> </ul>
		Penyakit apakah yang sering dihadapi Bapak/Ibu dalam budidaya tomat? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Busuk daun</li> <li>- Penyakit embun tepung</li> <li>- Antraknose</li> <li>- Bercak daun</li> <li>-Virus</li> <li>- Kudis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Jarang</li> <li>- Jarang</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Sering</li> <li>- Sangat Sering</li> </ul>
		Bagaimana ketahanan penyakit benih tomat berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TM Marvel</li> <li>2. Natavi F1</li> <li>3. TM Blazer</li> <li>4. Absolut</li> <li>5. Kani F1</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Buruk</li> <li>- Buruk</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Baik</li> <li>- Sangat Baik</li> <li>- Tidak Tahu</li> </ul>
7	Kualitas - Karakter	Bagaimana karakter buah berikut menentukan pemilihan benih? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna buah</li> <li>- Ketebalan / kekuatan kulit</li> <li>- Ukuran buah</li> <li>- Produktivitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Tidak Menentukan</li> <li>- Tidak Menentukan</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Menentukan</li> <li>- Sangat Menentukan</li> </ul>
		Bagaimana warna buah dari benih tomat berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TM Marvel</li> <li>2. Natavi F1</li> <li>3. TM Blazer</li> <li>4. Absolut</li> <li>5. Kani F1</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Buruk</li> <li>- Buruk</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Baik</li> <li>- Sangat Baik</li> <li>- Tidak Tahu</li> </ul>
		Bagaimana ketebalan kulit dari	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Buruk</li> </ul>

		benih tomat berikut: 1. TM Marvel 2. Natavi F1 3. TM Blazer 4. Absolut 5. Kani F1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buruk</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Baik</li> <li>- Sangat Baik</li> <li>Tidak Tahu</li> </ul>
		Bagaimana ukuran buah dari benih tomat berikut: 1. TM Marvel 2. Natavi F1 3. TM Blazer 4. Absolut 5. Kani F1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Buruk</li> <li>- Buruk</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Baik</li> <li>- Sangat Baik</li> <li>- Tidak Tahu</li> </ul>
8	Kualitas Produktifitas	Bagaimana produktivitas benih tomat berikut: 1. TM Marvel 2. Natavi F1 3. TM Blazer 4. Absolut 5. Kani F1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Buruk</li> <li>- Buruk</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Baik</li> <li>- Sangat Baik</li> <li>- Tidak Tahu</li> </ul>

## 2.2. Harga

9	Kesesuaian harga di pasar	Apakah harga menentukan pilihan benih Anda?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Tidak Menentukan</li> <li>- Tidak Menentukan</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Menentukan</li> <li>- Sangat Menentukan</li> </ul>
		Bagaimana harga benih tomat berikut menurut Anda: 1. TM Marvel 2. Natavi F1 3. TM Blazer 4. Absolut 5. Kani F1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Mahal</li> <li>- Mahal</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Murah</li> <li>- Sangat Murah</li> <li>- Tidak Tahu</li> </ul>
10	Jumlah harga yang sanggup diberikan (Rp)	Untuk benih dengan daya tumbuh, ketahanan, karakter produk dan produktivitas seperti yang Anda harapkan, berapa harga maksimal yang Anda sanggup berikan untuk kemasan 10 gram?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 200.000</li> <li>- 210.000</li> <li>- 220.000</li> <li>- 230.000</li> <li>- 240.000</li> <li>- 250.000</li> <li>- 260.000</li> <li>- 270.000</li> <li>- 280.000</li> <li>- 290.000</li> <li>- 300.000</li> <li>- 310.000</li> <li>- 320.000</li> <li>- 330.000</li> <li>- 340.000</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 350.000</li> <li>- Lainnya</li> </ul>
--	--	--	--

### 2.3. Tempat

11	Ketersediaan - Keterjangkauan	Seberapa menentukan ketersediaan dalam pengambilan keputusan membeli benih tomat?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Tidak Menentukan</li> <li>- Tidak Menentukan</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Menentukan</li> <li>- Sangat Menentukan</li> </ul>
		Bagaimana ketersediaan benih tomat berikut menurut Anda: 1. TM Marvel 2. Natavi F1 3. TM Blazer 4. Absolut 5. Kani F1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak pernah ada</li> <li>- Sering tidak ada</li> <li>- Kadang ada kadang tidak</li> <li>- Mudah didapat</li> <li>- Selalu ada</li> </ul>
		Seberapa mudah Anda membeli benih tomat?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Sulit</li> <li>- Sulit</li> <li>- Biasa Aja</li> <li>- Mudah</li> <li>- Sangat Mudah</li> </ul>
		Dimana Anda membeli benih tomat?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesan Pada Sales Melalui Telepon</li> <li>- Pesan Pada Toko Melalui Telepon</li> <li>- Titip Teman</li> <li>- Pergi Sendiri Ke Kios Terdekat</li> <li>- Pergi Sendiri Ke Distributor</li> </ul>
		Berapa jarak Anda dengan tempat Anda membeli benih?	*Angka satuan Km

### 2.4. Promosi

12		Bagaimana hal berikut menentukan merek benih yang Anda gunakan saat ini? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi teman petani</li> <li>- Informasi toko / kios</li> <li>- Informasi tenaga sales benih</li> <li>- Informasi penyuluh</li> <li>- Informasi saudara</li> <li>- Cari dan coba sendiri</li> <li>- Informasi poster</li> <li>- Informasi spanduk</li> <li>- Informasi brosur</li> <li>- Informasi video <i>online</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Tidak Menentukan</li> <li>- Tidak Menentukan</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Menentukan</li> <li>- Sangat Menentukan</li> </ul>
----	--	---	--

		<p>Bagaimana Anda mengenal merek benih tomat berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TM Marvel</li> <li>2. Natavi F1</li> <li>3. TM Blazer</li> <li>4. Absolut</li> <li>5. Kani F1</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak tahu</li> <li>- Pernah dengar</li> <li>- Pernah tahu/lihat</li> <li>- Sedang memakai</li> <li>- Pernah paki (sekarang tidak)</li> <li>- Selalu pakai</li> </ul>
		<p>Seberapa penting hal berikut membantu Anda memilih benih yang paling sesuai?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promosi toko / kios</li> <li>- Pameran</li> <li>- Pembagian brosur</li> <li>- Benih gratis untuk dicoba</li> <li>- Demoplot produsen benih</li> <li>- Kunjungan petani ke demoplot</li> <li>- Demoplot di lahan sendiri</li> <li>- Video testimoni</li> <li>- Video cara budidaya</li> <li>- Kunjungan penyuluh/tenaga sales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Tidak Menentukan</li> <li>- Tidak Menentukan</li> <li>- Biasa Saja</li> <li>- Menentukan</li> <li>- Sangat Menentukan</li> </ul>

## 2. Luaran

### RENCANA PEMASARAN BENIH TOMAT CLAUSE KANI F1

Rencana pemasaran Clause Kani F1 yang dirancang dengan baik dan disertai berbagai komponen penting agar strategi bisnis yang ingin diterapkan bisa sukses sesuai keinginan perusahaan. Rencana pemasaran Clause Kani F1 ini akan membantu perusahaan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya preferensi konsumen atas Clause Kani F1 dan dapat mengidentifikasi target pelanggan, memahami pasar, dan menyelaraskan taktik pemasaran dengan sasaran bisnis. Rencana pemasaran yang baik akan menjadi salah satu jalan untuk mendapatkan lebih banyak konsumen dan dapat meningkatkan kesuksesan perusahaan.

belum banyak dikenal oleh konsumen atau petani di daerah Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara.

#### 3. Gambaran Faktor Pasar Dan Tren

- ✓ Tren harga Clause Kani F1 pada posisi murah dibandingkan kebanyakan dengan produk kompetitor namun dengan hasil kualitas yang baik
- ✓ Petani lebih memilih membeli benih tomat yang disukai sesuai dengan yang diharapkan petani dan harga tidak menjadi masalah dalam keputusan pembelian.

#### **BAGIAN 1: RINGKASAN EKSEKUTIF**

##### 1. Cara Perusahaan Untuk Menjangkau Responden:

Peyuluhan langsung ke pelanggan menawarkan dan menjelaskan cara pemakaian benih tomat Clause dan memdampingi pelanggan dalam budidaya benih tomat tersebut. Membuat demplot dilahan petani sendiri agar calon pelanggan dapat melihat langsung hasil dari budidaya tomat tersebut.

##### 2. Deskripsi Produk Perusahaan:

Menjelaskan latar belakang produk seperti: benih tomat Kani F1 Clause merupakan produk dari HM Clause, Perancis dan didistribusikan di Indonesia oleh PT Tri Berkat Agro. Benih tomat merek ini

##### 4. Pengenalan Produk Dan Layanan:

Tomat hibrida kani adalah tomat indeterminate, mampu beradaptasi dengan baik di dataran tinggi dengan ketinggian diatas 800 meter diatas permukaan laut. Umur berbunga 30-36 HS, umur panen 70-80 HS, bentuk buah bulat telur dengan ukuran 6,5-7,6 cm x 4,5-5,6 cm, warna buah muda hijau terang saat masak merah menyala halus dan mengkilap, tekstur buah kersa (sangat cocok untuk pengiriman jauh). Berat buah 100-124 gram, produksi tanaman 3,5-5,0 kg, produksi per hektar 51,4-83,5 ton/ha, daya simpan 10-15 hari setelah panen tahan terhadap serangan bakteri layu. Sebagai sebuah produk baru, Clause merupakan nama produk dan

usaha yang memproduksi benih tomat Kani F1.

- a. Keunggulannya Produk:
- ✓ Daya tumbuh
  - ✓ Ketahanan terhadap penyakit
  - ✓ Warna buah
  - ✓ Ketebalan Buah

## **BAGIAN 2: PESAN MEREK**

Sebelum merancang strategi terperinci untuk mencapai tujuan pemasaran utama, penting untuk membangun suara merek yang kohesif yang unik untuk merek dan sesuai dengan kebutuhan dan etos pelanggan target Anda. Pesan merek mencakup elemen-elemen seperti:

1. Nilai Inti: Mendefinisikan pilar inti dari apa yang diyakini perusahaan dan membentuk budaya perusahaan. Pesan merek Clause Kani F1 Efektifitas daya tumbuh, ketahanan terhadap penyakit, warnah buah, ketebalan buah, ukuran buah.
2. Unique Seller Proposition (USP): Menjelaskan nilai Clause Kani F1 kepada pelanggan dan terdapat pembeda utama dari persaingan.
  - a. Harga Clause Kani F1 di anggap murah
  - b. Efektifitas daya tumbuh, ketahanan terhadap penyakit, warnah buah, ketebalan buah
  - c. Informasi Clause Kani F1 kurang baik karena target pasar kurang mengetahui tentang produk melalui promosi yang digunakan saat ini.
  - d. Mudah dalam membudiyakan Clause Kani F1

- e. Kemudahan memperoleh Clause Kani F1 akan sangat mudah diperoleh, karena sudah ada didekat petani berusahatani

## **BAGIAN 3: PELANGGAN TARGET DAN PERSONAL PEMBELIAN**

Gambaran umum tentang target Pelanggan siapa, apa yang mereka inginkan, dan apa yang memotivasi mereka untuk memakai Clause Kani F1. Menargetkan kelompok konsumen tertentu akan membantu berbicara langsung kepada audiens tertentu dan membantu membentuk kampanye dan inisiatif pemasaran di masa mendatang.

1. Informasi demografis dasar usia dan jenis kelamin.
  - a. Jenis Kelamin  
Konsumen Kani F1 berjenis kelamin laki-laki (petani tomat) karena yang menjadi kepala keluarga. Oleh karena itu pendekatan yang digunakan langsung ke kepala keluarga karena yang membuat keputusan.
  - b. Kelompok Umur  
Konsumen Kani F1 memiliki sebaran umur generasi X (45-54 tahun). Umur ini termasuk tumbuh di masa ketika teknologi berkembang pesat, tetapi belum secanggih seperti sekarang ini. Karena itu, generasi ini merasakan pertumbuhan dunia digital dan masih mengalami era kehidupan non-digital, dan memahami pentingnya keduanya. Oleh karena itu TBA harus melakukan pendekatan dan berinteraksi langsung ke calon konsumen. Petani berada di kelompok umur 45-54 tahun (50% dari 60 responden) atau

generasi X.

2. Motivasi responden membeli Clause Kani F1
  - a. Karena kualitas produk yang dihasilkan, tempat yang terjangkau atau dapat menghubungi pemesanan untuk mendapatkan Clause Kani F1
  - b. Mudah memperoleh Clause Kani F1 Informasi Clause Kani F1 lengkap.
  - c. Informasi di dapat melalui sales perusahaan langsung ke pelanggan.
3. Target Pasar Mendapat Informasi dari:

Berdasarkan data yang diperoleh responden lebih banyak memperoleh informasi melalui media:

  - a. Saleh perusahaan
  - b. Informasi penyuluhan
  - c. Informasi teman petani

## SECTION 4: STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran Clause Kani F1 akan merinci bagaimana mempromosikan produk dan layanan, dan bagaimana merencanakan menggunakan metode ini untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan Clause Kani F1. Pastikan untuk menyertakan taktik khusus yang akan digunakan untuk memenuhi setiap tujuan pemasaran yang diuraikan secara efisien. Beberapa ide yang dapat dipertimbangkan termasuk:

1. Strategi Promosi: Bagaimana akan menjangkau pelanggan baru. Beberapa media promosi yang diakui responden untuk mendapatkan informasi mengenai produk Clause Kani F1 sebagai berikut:

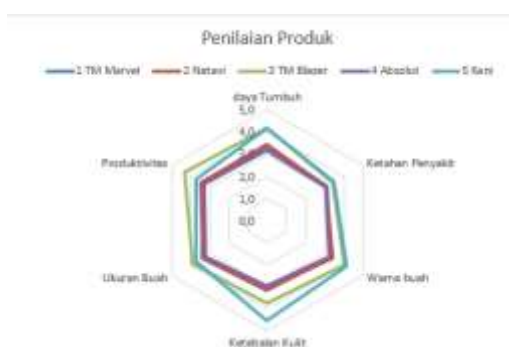


- a. Demplot dilahan petani: Perusahaan memberikan informasi berupa demplot perusahaan dilahan petani karena akan menarik konsumen membeli produk perusahaan tersebut.
- b. Kunjungan Sales: Perusahaan akan banyak menyebar informasi melalui sales perusahaan yang memberikan informasi tentang kualitas produk dan memberikan penawaran langsung dan bermitra dengan konsumen seperti cara budidaya produk Clause Kani F1 yang baik sehingga responden dapat memperoleh informasi mengenai Clause Kani F1 dan menciptakan loyalitas terhadap produk perusahaan.
- c. Kunjungan petani ke demplot: Perusahaan akan menggunakan demplot di tempat perusahaan sebagai cara promosi untuk memperkenalkan, hal akan mempengaruhi konsumen karena dapat melihat langsung hasil mau proses budidaya Clause Kani F1.



1. Strategi Distribusi: Bagaimana pelanggan akan membeli Clause Kani F1 yang dijual perusahaan.
  - a. Perusahaan akan menjual Clause Kani F1 melalui sales perusahaan dan kerjasama dengan toko pertanian yang dekat dengan lahan pertanian tomat karena ketersediaan benih dan mudah didapat menjadi salah satu petani tetap memakai produk perusahaan, toko pertanian yang akan menjual langsung Clause Kani F1 ke-petani di setiap wilayah.
  - b. Pendistribusian barang ke toko pertanian bermitra dengan cara harga perusahaan ke toko dibawah harga saat menjual langsung ke konsumen, toko memberikan harga ke konsumen dengan patokan harga maksimal yang di tetapkan agar toko tidak sesuka hati menetapkan harga produk dari perusahaan
  - c. Memperkuat pengetahuan sales untuk mengetahui seperti apa Clause Kani F1 (Manfaat, keunggulan, kelemahan).

mengikuti efektivitas daya tumbuh, ketahanan terhadap penyakit, warna buah, ketebalan buah serta membangun jejaring pemasaran yang memberikan kemudahan memperoleh Kani F1, serta cara budidaya Kani F1 yang baik dan benar dan pendampingan pelanggan dalam budidaya Kani F1 memberikan solusi saat ada masalah yang di hadapi konsumen saat budidaya Kani F1 sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk Clause Kani F1. Clause Kani F1 akan mampu mendapatkan pelanggan baru dari responden kompetitor jika meningkatkan beberapa hal yang diatas.



2. Strategi Konversi: cara Mengubah calon pelanggan baru menjadi pelanggan yang *loyal* terhadap Clause Kani F1.

Clause Kani F1 akan sangat memperhatikan dan