

ABSTRAK

DESTRI BR PANJAITAN. Strategi Pemasaran Bibit Alpukat Varietas AJS Asal Desa Jambu, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Dibimbing oleh ibu Natalia Lusianingsih Sumanto, S.Si., M.Si dan Bapak Aldon MHP Sinaga., S.P., M.MA.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi penjualan bibit alpukat varietas AJS yang terjadi selama 6 bulan. Fluktuasi dapat disebabkan kurang optimal dalam mengidentifikasi dan menjangkau target konsumen yang tepat, serta menunjukkan potensi masalah dalam bauran pemasaran yang diterapkan, mulai dari kualitas produk hingga strategi harga, yang digunakan untuk mendorong permintaan bibit Alpukat AJS. Penelitian ini bertujuan mengetahui segmentasi konsumen di Kebun Bibit Kediri dan mengetahui preferensi konsumen Kebun Bibit Kediri atas bauran produk dan harga. Responden dipilih dengan Teknik *quota sampling*. Jumlah sampel responden adalah 51 orang. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan segmentasi konsumen Kebun Bibit Kediri, mayoritas konsumen berasal dari Jawa Timur, diikuti oleh Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan. Dari aspek demografi, konsumen didominasi oleh perempuan dengan usia rata-rata 36 tahun dan rentang usia antara 20 hingga 51 tahun. Tingkat pendidikan konsumen berkisar dari menengah atas (SMA) hingga tinggi (S2). Secara profesional, konsumen mayoritas adalah wiraswasta dan pekerja swasta, dengan kisaran pendapatan bulanan menengah hingga tinggi, yaitu antara Rp2.000.000 hingga di atas Rp10.000.000. Frekuensi pembelian bibit menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi, dengan 96% konsumen berpotensi menjadi pelanggan tetap. Tujuan pembelian bibit alpukat terutama untuk budidaya skala kebun dan tanaman pekarangan. Sebelum melakukan pembelian, konsumen cenderung mencari informasi terkait varietas bibit dan harga, dengan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah varietas bibit serta contoh buah yang dihasilkan. Informasi tersebut sebagian besar diperoleh melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Selain itu, konsumen lebih memilih berbelanja melalui platform daring seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan WhatsApp untuk memperoleh bibit. Sedangkan untuk bauran pemasaran, kualitas produk menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Atribut kualitas bibit yang paling menonjol adalah kesegaran bibit dan potensi berbuah, yang juga menjadi aspek paling disukai oleh konsumen yang telah melakukan pembelian, sehingga menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Selain itu, sertifikasi bibit dan varietas bibit merupakan faktor penting lainnya yang mempengaruhi preferensi konsumen. Dari segi penetapan harga, konsumen bersedia membayar rata-rata maksimum sebesar Rp57.000 per *polybag* untuk bibit alpukat AJS dengan spesifikasi tinggi 50 cm, umur 6–7 bulan, dan ukuran *polybag* 25x30 cm. Namun, untuk mengoptimalkan pendapatan, harga maksimum yang direkomendasikan adalah Rp50.000 per *polybag*.

Kata Kunci: Segmentasi Pasar, Bauran Pemasaran, Produk, Harga.

ABSTRACT

DESTRI BR PANJAITAN. Marketing Strategy for AJS Avocado Seedlings from Jambu Village, Kayen Kidul Subdistrict, Kediri Regency, East Java. Supervised by Mrs. Natalia Lusianingsih Sumanto, S.Si., M.Si and Mr. Aldon MHP Sinaga., S.P., M.MA.

This study was motivated by the fluctuations in sales of AJS avocado seedlings over a 6-month period. These fluctuations may be attributed to suboptimal efforts in identifying and reaching the appropriate target consumers, as well as indicating potential issues with the marketing mix employed, ranging from product quality to pricing strategies, which are used to stimulate demand for AJS avocado seedlings. This study aims to determine consumer segmentation at the Kediri Seedling Nursery and to identify consumer preferences at the Kediri Seedling Nursery regarding product mix and pricing. Respondents were selected using quota sampling. The sample size was 51 respondents. Data analysis in this study utilized descriptive analysis. The results of the study show the consumer segmentation of Kediri Seed Nursery, with the majority of consumers coming from East Java, followed by North Sumatra and South Sulawesi. From a demographic perspective, consumers are predominantly women with an average age of 36 years and an age range between 20 and 51 years. The educational level of consumers ranges from upper secondary (high school) to higher education (master's degree). Professionally, the majority of consumers are entrepreneurs and private sector employees, with medium to high monthly incomes ranging from Rp2,000,000 to over Rp10,000,000. The frequency of seedling purchases indicates a high level of loyalty, with 96% of consumers likely to become regular customers. The primary purpose of purchasing avocado seedlings is for large-scale cultivation and backyard gardening. Before making a purchase, consumers tend to seek information about seedling varieties and prices, with the main factors influencing purchasing decisions being seedling varieties and the quality of the fruit produced. This information is primarily obtained through social media platforms such as TikTok and Instagram. Additionally, consumers prefer to shop through online platforms such as Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, and WhatsApp to obtain seedlings. Regarding marketing mix, product quality is the primary factor influencing consumer purchasing decisions. The most prominent quality attributes of seedlings are freshness and fruit-bearing potential, which are also the most favored aspects by consumers who have made purchases, resulting in high satisfaction levels. Furthermore, seed certification and seed variety are other important factors influencing consumer preferences. In terms of pricing, consumers are willing to pay an average maximum of Rp57,000 per polybag for AJS avocado seeds with high specifications (50 cm height, 6–7 months old, and 25x30 cm polybag size). However, to optimize revenue, the recommended maximum price is Rp50,000 per polybag.

Keywords: Market Segmentation, Marketing Mix, Product, Price.