

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran bibit alpukat varietas AJS asal Desa Jambu, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Konsumen Kebun Bibit Kediri, mayoritas konsumen berasal dari Jawa Timur. 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 berkala namun tidak terjadwal. 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 Shopee, WhatsApp dan ke toko langsung.
2. Preferensi konsumen terhadap bibit alpukat AJS di Kebun Bibit Kediri, 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* 25 x 30 cm. Namun, untuk mengoptimalkan pendapatan, harga maksimum yang direkomendasikan adalah Rp50.000 per *polybag*.
3. Strategi pemasaran bibit alpukat AJS mengutamakan keunggulan produk seperti potensi berbuah cepat, hasil panen tinggi, dan kualitas bibit yang segar. Sertifikat bibit serta testimoni pelanggan digunakan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Harga yang dirancang agar tetap kompetitif dan akan mendapat pangsa pasar yang lebih besar adalah Rp50.000.

### 6.2 Saran

Hasil penelitian yang telah disimpulkan, peneliti memberikan saran bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian. Adapun saran yang diberikan, yakni:

1. Keterjangkauan jarak dari kebun bibit di Kediri merupakan faktor kunci yang mempengaruhi tingkat penjualan. Untuk memperluas pasar penjualan AJS, strategi pengadaan bibit di Sulawesi Selatan perlu diimplementasikan, mengingat wilayah ini menempati peringkat kedua dalam distribusi konsumen.
2. Rata-rata usia konsumen adalah 36 tahun, dengan tingkat pendidikan yang didominasi oleh lulusan sekolah menengah atas hingga pascasarjana. Konsumen ini cenderung memiliki pengetahuan yang lebih mendalam, sehingga mempertimbangkan faktor-faktor tertentu dalam keputusan pembelian bibit. Oleh karena itu, Kebun Bibit Kediri perlu menerapkan strategi promosi dengan menjelaskan secara spesifik varietas bibit, harga bibit, dan potensi berbuah dari bibit alpukat AJS.

3. Untuk meningkatkan penjualan bibit alpukat AJS, Kebun Bibit Kediri disarankan untuk mempertimbangkan implementasi sertifikasi bibit guna memperkuat kepercayaan konsumen terhadap keaslian varietas bibit. Selain itu, promosi yang menekankan informasi mengenai potensi hasil buah dan upaya menjaga kesegaran bibit perlu diutamakan untuk mendukung keputusan pembelian konsumen.
4. Untuk mendorong peningkatan penjualan bibit alpukat AJS, Kebun Bibit Kediri disarankan untuk mempertimbangkan penetapan harga sebesar Rp50.000 per bibit. Strategi ini diperkirakan dapat memperoleh pangsa pasar mencapai 94%.