

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan persepsi petani terhadap strategi bauran pemasaran dapat disimpulkan.

1. Strategi bauran pemasaran benih jagung manis hibrida Talenta di Desa Giripurno, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bauran pemasaran benih jagung manis hibrida Talenta yaitu 4P (*product, price, place and promotion*), meliputi :

- a. Benih jagung manis hibrida yang diproduksi PT. Agri Makmur Pertiwi mempunyai berat bersih 250 gr atau sekitar 1.750 biji dan 500 gr atau sekitar 3.500 biji serta memiliki keunggulan yang tertera pada kemasan.
- b. Tingkat harga yang diberikan perusahaan patokan harga Rp 55.000/250 gr atau Rp 65.000/500 gr.
- c. Distribusi yang dilakukan oleh PT. Agri Makmur Pertiwi diawali dari perusahaan ke distributor kemudian oleh distributor disalurkan *dealer* kemudian disalurkan ke *retailer-retailer*.
- d. Kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh PT. Agri Makmur Pertiwi meliputi a) promosi penjualan secara langsung terdiri dari FFD atau *Farm Field Day*, TM (*Technical Meeting*), RM (*Retailer Meeting*); b) demo produk dan *doorprice* c) Iklan benih jagung manis hibrida merek Talenta dilakukan melalui radio, pemasangan baliho di jalan umum, leaflet di kios-kios pertanian dan pemberian sampel ke lahan pertanian.

2. Persepsi petani terhadap strategi bauran pemasaran benih jagung manis hibrida Talenta di Desa Giripurno, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Persepsi dari atribut produk dapat dijelaskan secara berurutan bahwa 3 atribut tersebut memiliki persepsi positif yaitu kualitas benih (57,7%), toleran terhadap HPT (53,3%), produktivitas (77,7%) dan 2 atribut memiliki persepsi negatif yaitu variasi kemasan (57,7%), toleran terhadap perubahan cuaca dan musim (71,1%).

- b. Persepsi dari atribut harga dapat dijelaskan secara berurutan bahwa 2 atribut memiliki persepsi positif yaitu diskon (55,5%) dan 1 atribut memiliki persepsi negatif yaitu harga benih (60%).
- c. Persepsi dari atribut distribusi dapat dijelaskan secara berurutan bahwa 3 atribut memiliki persepsi positif yaitu ketersediaan benih (51,1%), lokasi penjualan (82,2%) 1 atribut memiliki persepsi negatif yaitu kenyamanan tempat (51,1%).
- d. Persepsi dari atribut promosi dapat dijelaskan secara berurutan bahwa 2 atribut memiliki persepsi positif yaitu pendekatan langsung ke petani (75,5%), pemberian sampel ke petani (73,3%) dan 1 atribut memiliki persepsi negatif yaitu demo (60%).

Berdasarkan penelitian dari 45 orang responden di Dusun Sumbersari Desa Giripurno Kecamatan Bumiaji Kota Batu mempunyai persepsi positif terhadap atribut-atribut strategi bauran pemasaran sebanyak 8 atribut dan responden yang mempunyai persepsi negatif sebanyak 5 atribut. Jadi, dapat dikatakan penelitian di Dusun Sumbersari Desa Giripurno Kecamatan Bumiaji Kota Batu mengenai persepsi petani terhadap bauran pemasaran jagung manis hibrida Talenta sesuai yang diharapkan oleh peneliti dikarenakan bauran pemasaran yang dilakukan PT. Agri Makmur Pertiwi dapat menarik konsumen.

6.2 Saran

1. Startegi bauran pemasaran benih jagung manis hibrida Talenta meliputi 4P yang dilakukan oleh PT. Agri Makmur Pertiwi harus terus dipertahankan dengan melakukan perbaikan terus menerus pada 8 atribut yang dipertimbangkan petani. Pada strategi bauran produk atribut yang dipertimbangkan petani dan harus dipertahankan adalah atribut kualitas benih, toleran terhadap HPT, dan produktivitas; pada strategi bauran harga atribut diskon; pada strategi bauran distribusi atribut ketersediaan benih dan lokasi penjualan; dan pada strategi bauran promosi atribut pendekatan langsung ke petani dan pemberian sampel yang mana atribut-atribut tersebut mendapatkan

persepsi yang positif dari konsumen yaitu petani guna menaikkan tingkat atau volume penjualan benih jagung manis hibrida Talenta.

2. Untuk penelitian persepsi petani terhadap strategi bauran pemasaran selanjutnya, dapat memasukkan atribut-atribut lainnya yang kurang diperhatikan petani agar atribut-atribut yang kurang diperhatikan tersebut bisa lebih dipertimbangkan oleh konsumen sehingga dapat menaikkan volume penjualan perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menambahkan atribut bauran pemasaran dan lebih diperluas menjadi 7P atau 9P.

