

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Tabulampot Indonesia, Kediri

Tabulampot Indonesia merupakan sebuah tempat budidaya tanaman tahunan sekaligus penjualan bibit dan hasil panen berbasis agrowisata. Tabulampot Indonesia didirikan oleh bapak Agus Joko Susilo selaku Kepala Desa Jambu pada tahun 2013. Berlokasi di Jl. Pb Sudirman, Jambu, Kec. Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Pada awalnya Tabulampot Indonesia hanya berdiri sebagai toko bibit tanaman tahunan yang belum memiliki nama. Terdapat berbagai macam bibit tanaman buah tahunan yang dijual. Toko bibit ini kemudian mulai berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Seiring perkembangannya owner Tabulampot Indonesia yang pada dasarnya berprofesi sebagai tukang okulasi keliling mulai berinovasi dan mulai berfikir untuk mengembangkan komoditas alpukat untuk dilakukan perbanyakan. Bapak Agus Joko Susilo menjelaskan bahwa di Indonesia alpukat merupakan buah meja yang telah banyak dikenal oleh masyarakat namun masih sedikit orang yang berminat untuk membudidayakan alpukat dalam skala yang besar dikarenakan stigma perawatan alpukat yang sulit terlebih lagi ketika mendekati musim panen. Beliau menuturkan ingin menjadi pelopor masyarakat Indonesia untuk mulai menyukai bertani melalui bertanam alpukat. Perawatan yang kerap kali ditakutkan masyarakat akan sangat sulit menjadi daya tarik bapak Agus untuk menginovasi varietas tanaman alpukat yang baru yang lebih tahan terhadap hama dan cepat berbuah. Bisnis yang hanya berupa toko bibit semakin berkembang hingga menjadi area agrowisata edukasi yang banyak diminati oleh masyarakat.

Namun dalam perjalanannya, pada tahun 2020 saat *Covid-19* masuk ke Indonesia. Toko bibit ini mulai mengalami penurunan. Perekonomian di Indonesia mulai terhenti begitu juga bisnis yang dikelola oleh bapak Agus ini. Dari *covid-19* banyak masyarakat yang mulai menyukai bertanam dan berkebun. Dari sinilah peluang toko bibit kembali terbuka, bapak Agus mulai membuat konten bertani dan menanam yang di upload ke kanal Youtube. Dari konten-konten tersebutlah masyarakat mulai tertarik dan mengikuti kanal youtube milik bapak Agus. Masa pandemi yang mengharuskan setiap orang

tetap dirumah dan tak kemana-mana membuat masyarakat hanya berdiam dirumah dan melakukan segala kegiatan dari rumah. Dari sanalah muncul ide untuk menanam alpukat dalam pot yang dapat dilakukan dirumah dengan posisi lahan sempit sekalipun. Tabulampot Indonesia, dipilih untuk menjadi nama sekaligus metode tanam yang dilakukan oleh agrowisata ini. Tabulampot Indonesia menjadi salah satu destinasi agrowisata tujuan masyarakat baik dari dalam maupun luar kota yang menyuguhkan estetika berbagai varietas alpukat yang ditanam dalam pot. (Dinas Kominfo Kab. Kediri. 2020). Selain tanaman alpukat, komoditas unggulan dari Tabulampot Indonesia sendiri terdiri dari tanaman durian dan kelengkeng. Tabulampot Indonesia juga memasarkan hasil panen buah alpukat dari masyarakat sekitar. Selama proses penerimaan hasil panen dari petani, buah-buah tersebut tidak bisa langsung di display. Terdapat beberapa penanganan yang perlu dilakukan oleh karyawan Tabulampot Indonesia sebelum hasil panen siap untuk dijual. Penanganan yang dilakukan ialah berupa sortasi buah yang bertujuan untuk memilah hasil panen berdasarkan bentuk, ukuran dan warna buah. Setelah melalui sortasi barulah hasil panen tersebut siap untuk dijual langsung ke konsumen. Penjualan yang dilakukan melalui dua cara yaitu penjualan offline dan online. Penjualan offline dilakukan ditempat dan bertemu secara langsung dengan konsumen. Sedangkan penjualan online dilakukan melalui kanal e-commers yang dimiliki oleh Tabulampot Indonesia.

Seiring dengan perkembangannya Tabulampot Indonesia yang hanya memiliki luas lahan sebesar 1,5 hektar mulai menambah cabang wisata yang juga dikelola oleh bapak Agus sebagai owner utama. Terletak di jalan raya Papar-Pare yang berjarak kurang lebih 1km dari Tabulampot Indonesia cabang tersebut diberi nama Kebun Bibit Kediri yang memiliki fasilitas resto, rest area, serta penginapan dengan nuansa kebun bibit. (Ubaidah,2020).

4.2 Produk Jual Tabulampot Indonesia

Selain menawarkan lokasi berwisata yang strategis, Tabulampot Indonesia juga menjual beberapa produk pertanian yang menjadi daya tarik pengunjung dari luar daerah. Berikut merupakan daftar produk pertanian yang dijual di Tabulampot Indonesia.

4.2.1 Bibit Tanaman

Bibit tanaman merupakan bakal calon tanaman yang telah tumbuh memiliki batang dan daun, bukan lagi biji. Bibit tanaman atau seedling adalah hasil dari benih atau biji suatu tumbuhan yang telah mengalami masa penyemaian, sudah berdaun dan memiliki batang, serta sudah bisa ditanam pada media yang lebih besar seperti lahan ataupun pot besar. Bibit tanaman yang diperjualkan di Tabulampot Indonesia adalah bibit dengan kualitas pilihan dengan media yang terjamin subur, Bibit yang dijual terfokus pada komoditas alpukat dengan teknik perbanyakan tanaman menggunakan sistem okulasi. Bibit okulasi juga termasuk bibit yang diperoleh dengan cara vegetatif. Bibit ini batang bawahnya berasal dari bibi dan diperoleh dengan menempel tunas batang bawah yang telah disiapkan. Batang bawah ini berfungsi sebagai penopang tanaman atau sebagai perakaran. Kelebihan cara okulasi yaitu mewarisi sifat baik dari induknya, perakaran cukup kuat dan lebih cepat berbuah.

4.2.2 Buah

Buah adalah produk yang tumbuh dari tanaman yang berbunga. Fungsi buah adalah sebagai tempat penyimpanan cadangan makanan dan sebagai tempat biji. Buah (*fruktus*) adalah organ pada tumbuhan yang merupakan perkembangan dari bakal buah (*ovarium*). Buah biasanya membungkus dan melindungi biji. Beraneka rupa dan bentuk buah tidak terlepas dari keterkaitannya dengan fungsi utama buah, yakni sebagai pemencar biji.

Selain menjual bibit, Tabulampot Indonesia juga menjual buah segar. Alpukat dan Durian merupakan komoditas unggulan yang diperjualkan di agrowisata tersebut. Buah Alpukat dan durian didapatkan langsung dari petani sekitar, beberapa diantaranya juga berasal dari kebun pribadi milik Tabulampot Indonesia. Berikut merupakan tabel harga produk jual Tabulampot Indonesia secara rinci:

No.	Kategori	Nama Varietas	Berat/Tinggi	Harga
1	Bibit Tanaman	All varietas	40 cm	Rp. 50.000
			60 cm	Rp. 100.000
			>1 meter	Rp. 150.000-3jt
2	Buah Alpukat	Alpukat Markus	1kg	Rp. 50.000
		Alpukat Aligator	1kg	Rp. 50.000
		Alpukat lokal	1kg	Rp. 50.000
		Alpukat Semut	1kg	Rp. 50.000
		Alpukat Miki	1kg	Rp. 50.000
		Alpukat Peluang	1kg	Rp. 50.000
		Alpukat Sab 034	1 buah	Rp. 60.000
		Alpukat Hass	1kg	Rp. 75.000
		Alpukat Kelud	1 buah	Rp. 100.000
3	Buah Durian	Durian Montong	1kg	Rp. 65.000
		Durian Lokal Sango	1kg	Rp. 70.000-Rp. 100.000
		Durian Bawor	1kg	Rp. 125.000
		Durian Musangking	1kg	Rp. 250.000
		Durian Duri Hitam	1kg	Rp. 350.000
4	Buah Kelengkeng	Kelengkeng Kateki	1kg	Rp. 60.000

Tabel 1. Rincian Harga Produk

4.3 Penerapan Strategi Penjualan Produk di Agrowisata Tabulampot

Indonesia

Strategi penjualan merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan volume penjualan produk. Terdapat banyak strategi penjualan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha bisnis untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang tengah dijual. Dijaman yang semakin maju ini, strategi Penjualan yang unik serta kreatif akan lebih dilirik konsumen dibandingkan strategi penjualan yang cenderung mainstream atau umum digunakan oleh pelaku usaha bisnis. Dengan terciptanya strategi penjualan yang sistematis dan efektif, maka secara otomatis akan terjadi peningkatan penjualan yang dapat dilihat saat melakukan evaluasi. Agrowisata Tabulampot Indonesia yang berlokasi di kabupaten Kediri melakukan beberapa penerapan strategi penjualan, yakni sebagai berikut:

4.3.1 Konsultasi Bebas Biaya

Salah satu strategi penjualan yang dilakukan Tabulampot Indonesia untuk dapat menarik pengunjung sekaligus konsumen ialah dengan memberikan jasa pelayanan konsultasi penanaman dan perawatan tanaman secara gratis. Konsultasi ini dapat dilakukan secara daring maupun luring. Konsultasi secara daring biasanya dilakukan melalui beberapa platform komunikasi seperti Whatsapp dan *direct message* Instagram, sedangkan konsultasi luring dapat bertemu langsung dengan karyawan lapang yang

menghandle pembibitan. Konsumen yang melakukan konsultasi umumnya mengeluhkan masalah yang beragam mulai dari bagaimana tata cara penanaman, pupuk yang digunakan untuk tanaman khususnya alpukat, penyebab pohon alpukat yang bertumbuh lebat tidak kunjung berbuah, dan masih banyak lagi. Konsultasi penanaman dan perawatan tanaman yang dilakukan di Tabulampot Indonesia dilakukan khusus pada komoditas tanam alpukat dan durian.

Gambar dibawah merupakan momen dimana konsumen melakukan konsultasi secara langsung bersama karyawan Tabulampot Indonesia. Konsumen yang memiliki keinginan belajar teknik okulasi sambung dapat belajar langsung *step by step* bersama praktisi yang telah berkecimpung didunia penanaman khususnya alpukat. Teknik sambung okulasi menjadi teknik perbanyak tanaman yang dilakukan untuk seluruh tanaman alpukat di Tabulampot Indonesia. Okulasi sambung merupakan sebuah teknik memperbanyak tanaman secara generatif dengan salah satu bagian vegetatif tanaman lain (dapat berupa cabang/ranting) dengan tujuan agar tanaman baru yang dihasilkan dapat berbuah lebih cepat.



Gambar 2. Konsultasi Okulasi

Selain memberikan percontohan, karyawan lapang yang bertugas pada bagian pembibitan dari Tabulampot Indonesia akan memberikan beberapa tips perawatan yang baik juga menawarkan kemitraan pengelolaan lahan bersama. Proses belajar dengan melakukan percontohan dapat memberikan efek ketertarikan lebih bagi konsumen sehingga konsumen dapat menerima informasi dan pengetahuan dengan mudah. Selain itu konsultasi dengan melakukan praktek memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung sehingga meninggalkan kesan tersendiri bagi mereka yang berencana

untuk belajar bertani. Dari pelayanan konsultasi inilah penguatan kepercayaan konsumen dibentuk dengan memberikan pemahaman bahwa produk bibit dari Tabulampot Indonesia merupakan produk berkualitas dan juga komoditas alpukat bukan lagi komoditas yang sulit dalam perawatan.

4.3.2 Memberikan Merch dan Bonus

Tabulampot Indonesia menjadi tempat penjualan bibit dan buah yang sering memberikan bonus pembelian serta souvenir berupa merch desain Tabulampot kepada konsumen sebagai bentuk strategi penjualannya. Bonus pembelian merupakan sebuah keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan berupa diskon tambahan atas suatu produk sebagai ganti membayar harga regular dengan batas tertentu. Dalam artian bonus ini dapat berupa barang tambahan yang diberikan oleh pihak Tabulampot ke konsumen. Bonus pembelian di Tabulampot sendiri beragam, untuk pembelian buah durian terutama durian jenis black thorn dengan minimal belanja sebanyak 1,5jt dapat mendapatkan bonus buah durian tambahan. Sedangkan untuk pembelian bibit dalam kapasitas besar biasanya mendapat harga khusus dan bibit tambahan. Strategi penjualan yang diterapkan pada Tabulampot Indonesia ini ternyata cukup efektif menarik minat konsumen. Banyak konsumen yang cenderung melakukan pembelian secara impulsif.



Gambar 3. merch kantong buah

Selain pemberian bonus, Tabulampot juga terhitung rutin memberikan merch kepada konsumen. Merch yang diberikan berupa kantong produk berwarna putih berbahan kain blacu dengan desain tulisan Tabulampot Indonesia. Terdapat dua ukuran kantong belanja yakni ukuran kecil dan

ukuran besar. Pemberian *merch* berupa kantong produk hanya diperuntukan untuk pembelian beberapa jenis produk diantaranya ialah pembelian alpukat kelud yang menjadi brand unggulan Tabulampot Indonesia. Selain itu *merch* kantong produk berukuran besar diperuntukkan untuk pembelian durian dalam jumlah banyak. Selain *merch* berupa kantong produk terdapat *merch* lain yaitu *plant tag* yang akan diberikan kepada konsumen yang membeli bibit tanaman. *Plant tag* akan digantungkan ke batang bibit tanaman untuk memudahkan konsumen mengetahui dan mengidentifikasi varietas bibit alpukat maupun durian yang beragam.

4.3.3 Tata Kelola Penjualan Bervariasi

Tata kelola dan sistem penjualan yang meenarik juga menjadi bagian dalam pembentukan strategi penjualan yang baik. Bagaimana tidak, semakin baik sistem promosi serta penjualan semakin tinggi pula peluang minat konsumen untuk membeli sebuah produk. Di Tabulampot sendiri terdapat beberapa tata kelola penjualan yang menarik sekaligus menjadi strategi penjualan yang efektif. Berikut merupakan beberapa tata kelola penjualan yang digunakan Tabulampot untuk menarik daya beli konsumen:

1) Menyediakan Tester

Sehubungan dengan produk penjualan Tabulampot Indonesia yang beberapa diantaranya ialah buah-buah segar maka pemberian tester buah secara gratis yang bisa dinikmati oleh konsumen ketika akan membeli buah menjadi salah satu tata kelola yang efektif. Buah alpukat yang dijual memiliki beragam jenis dan varietas terkadang membuat konsumen bingung memilih, pemberian tester ini membantu mereka mengicipi buah alpukat berbagai varietas dengan bermacam rasa dan teksturnya.



Gambar 4. Pemberian tester untuk pengunjung

2) Sistem Garansi Produk Durian

Pemberian garansi buah masih sangatlah jarang digunakan dikarenakan karakteristik buah yang tidak bisa dipastikan. Namun Tabulampot Indonesia mencoba menggunakan teknik garansi buah untuk menjadi strategi penjualannya. Garansi buah yang diterapkan untuk produk di Tabulampot Indonesia hanya berlaku untuk buah durian. Konsumen dibebaskan memilih durian mana yang akan diambil, kemudian durian akan ditimbang. Jika konsumen menyepakati untuk membeli durian tersebut maka selanjutnya durian akan dibuka terlebih dahulu untuk diicipi. Kriteria durian yang dapat ditukarkan ialah durian yang memiliki cacat ketika dibuka dan tidak manis. Strategi ini membuat banyak pecinta durian sangat tertarik dengan produk Tabulampot Indonesia dan berbondong-bondong memastikan kualitas durian ditempat ini.



Gambar 5. Cek rasa durian sebelum digaransi

3) Peluang Petik Buah Sendiri

Dibeberapa momen tertentu Tabulampot Indonesia membuka sesi membeli buah dengan memilih dan memetik langsung dari pohonnya. Momen seperti ini biasanya terjadi pada hari hari tertentu ketika alpukat dan kelengkeng mulai memasuki musim panen. Informasi mengenai minggu-minggu panen petik langsung dari pohon biasanya akan dishare oleh admin Tabulampot Indonesia ke akun sosial media resmi milik mereka. Di minggu-minggu tersebutlah konsumen akan datang untuk dapat melakukan petik buah sendiri dipandu oleh karyawan Tabulampot yang akan mengarahkan buah mana yang telah masak pohon. Berikut merupakan momen potong buah alpukat dengan varietas kelud yang telah masak pohon. Konsumen akan diajak berkeliling dan diberikan pilihan beberapa pohon alpukat yang buahnya siap untuk dipanen.



Gambar 6. Petik buah masak pohon

4) Paket Reservasi & Booking

Diantara banyaknya tata kelola penjualan Tabulampot Indonesia yang menarik, paket reservasi dan booking instansi maupun keluarga menjadi salah satu hal yang selalu dilirik oleh banyak konsumen. Banyak instansi sekolah mulai dari tk hingga sma yang melakukan kunjungan dan melakukan edukasi mengenai penanaman di Tabulampot. Tabulampot Indonesia sendiri memberikan paket kunjungan bersama tour guide ataupun paket booking rombongan. Setiap paket memiliki range harga yang beragam tergantung dengan permintaan fasilitas dan lama kunjungan. Paket yang menyediakan tour

guide umumnya membantu pengunjung mengenal masing masing varietas alpukat yang ada pada Tabulampot. Selain itu Tour Guide akan mengajak pengunjung berkeliling desa Jambu yang notabenenya merupakan desa wisata.



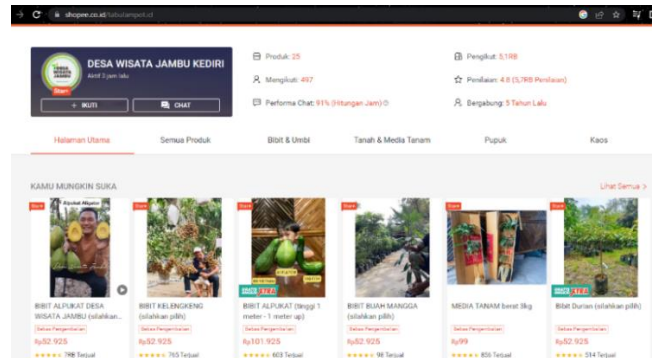
Gambar 7. Paket reservasi edukasi

4.3.4 Hybrid Shopping

Hybrid Shopping atau teknik penjualan hibrida ialah sebuah teknik penjualan dimana produsen melakukan jual beli secara dua jalur yakni penjualan secara online melalui e-commers dan konvensional. Penjualan secara e-commers dilakukan melalui beberapa aplikasi layaknya Shopee, Tiktok Shop, atau pun Tokopedia. Sedangkan penjualan secara konvensional harus melibatkan konsumen dan penjual bertatap muka secara langsung. Kunjungan konsumen juga sama menguntungkannya karena dapat meningkatkan tingkat kunjungan tahunan dari Tabulampot Indonesia. Strategi penjualan dengan melakukan multi selling terhitung sangat membantu usaha Tabulampot Indonesia berkembang. Dengan menerapkan startegi multi selling Tabulampot Indonesia dapat memperluas jangkauan pasar hingga keberbagai penjuru nusantara.

Regulasi pembelian secara online produk Tabulampot Indonesia dapat dilakukan melalui dua jalur yang pertama yaitu jalur pemesanan dengan menghubungi admin secara langsung dan melakukan check out produk melalui channel Tabulampot Indonesia di platform e-commers yang telah disediakan. Konsumen yang melakukan pemesanan melalui admin Tabulampot Indonesia umumnya merupakan pelanggan yang pernah berkunjung ke lokasi pembibitan ataupun yang ingin bekerja sama dalam

kapasitas besar. Ongkos kirim yang dikenakan per produk setiap pengiriman berbeda beda tergantung dengan jarak lokasi tujuan. Berikut merupakan salah satu akun e-commers Tabulampot Indonesia yang telah diikuti lebih dari 5k pelanggan aktif.



Gambar 8. akun shopee Tabulampot Indonesia

4.3.5 Melakukan Promosi

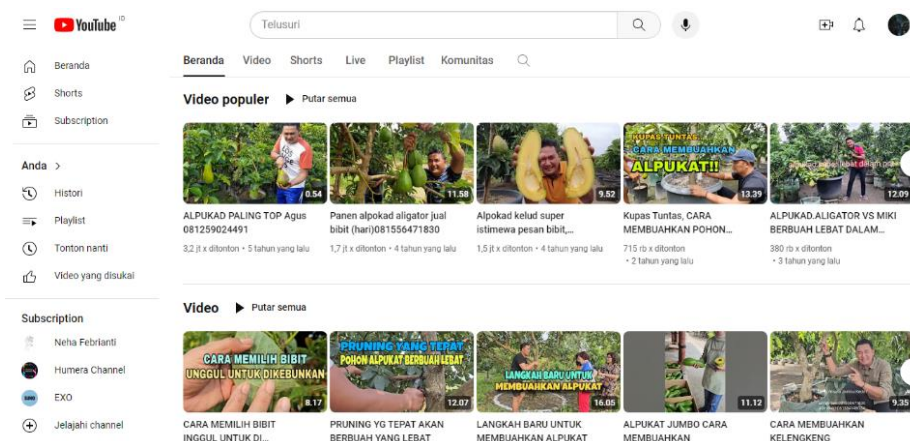
Menurut A.Hamdani dalam Sunyoto (2020) menjelaskan promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Promosi inilah yang membantu setiap pengusaha bisnis memasarkan produk yang mereka miliki. Dalam hal ini, Tabulampot Indonesia menggunakan strategi promosi berupa viral marketing berbasis sosial media.

Viral marketing merupakan sebuah teknik atau strategi pemasaran yang melibatkan kecepatan penyebaran informasi melalui konten sosial media. Teknik pemasaran ini menjadi cara jitu Tabulampot Indonesia untuk menggait hati konsumen. Di era modern ini perkembangan teknologi terutama jejaring sosial media cukup membantu pemasaran sebuah produk terutama produk pertanian di Tabulampot Indonesia. Viral marketing berfokus pada psikologi audiens dimana konten-konten yang dibuat secara menarik dan mengedukasi membuat audiens cenderung penasaran dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai produk yang sedang di promosikan. Sejak kurang lebih 6 tahun yang lalu Tabulampot Indonesia aktif mengunggah setiap perkembangan produk dan aktivitas yang terjadi di lokasi agrowisata tersebut.



Gambar 9. Konten alpukat kelud

Gambar diatas memperlihatkan momen dimana alpukat kelud dapat masak pohon yang kemudian dijadikan konten oleh Tabulampot Indonesia. Konten yang dibuat melibatkan pengunjung yang berada di Tabulampot Indonesia. Dibeberapa momen tertentu ketika alpukat berbuah dan masak dipohon pengunjung dapat berkesempatan merasakan buah secara langsung secara cuma-cuma. Hal ini menjadi bentuk strategi penjualan yang dibuat untuk mempengaruhi psikologi konsumen untuk membeli produk Tabulampot Indonesia. Selain itu Tabulampot juga memiliki kanal Youtube pribadi yang telah diikuti 100.000 lebih penonton. Dari sinilah awal Tabulampot Indonesia mulai dikenal oleh masyarakat dari sberbagai penjuru Indonesia. Lewat konten-konten edukasi yang diunggah oleh bapak Agus Joko Susilo sebagai seorang owner Tabulampot.



Gambar 10. Kanal Youtube Tabulampot Indonesia

4.4 Hambatan Penerapan Strategi Penjualan Produk di Tabulampot

Indonesia

Dalam mencapai target penjualan dalam sebuah usaha bisnis sangatlah dibutuhkan strategi yang efektif serta efisien. Adapun strategi yang digunakan oleh sebuah usaha pasti akan mengalami kendala dan hambatan dalam setiap penerapannya. Tabulampot Indonesia menerapkan beberapa strategi penjualan dalam memasarkan produk jual mereka, dalam upaya penerapan tersebut terdapat beberapa hambatan yang ditemui diantaranya ialah:

4.4.1 Hambatan pada Konsultasi Perawatan dan Penanaman

Strategi pemberian konsultasi dan arahan terkait perawatan dan penanaman secara gratis menjadi daya tarik cukup tinggi bagi pengunjung. Namun, strategi ini memiliki beberapa hambatan saat penerapan dilapangan. Hambatan dalam strategi pemasaran yang menerapkan konsultasi perawatan dan penanaman tanaman alpukat bebas biaya muncul dari segi sistematis, terutama ketika akhir pekan datang. Jumlah pengunjung Tabulampot Indonesia pada waktu akhir pekan dapat melonjak hingga 4 kali lipat dari hari-hari biasanya. Banyak pengunjung datang dengan minat dan ketertarikan lebih terhadap tanaman alpukat sehingga tidak jarang banyak pengunjung membutuhkan arahan terkait cara tanam, perawatan, dan hal hal lain terkait budidaya tanaman alpukat. Ketidakseimbangan antara jumlah pegawai lapang dengan tingginya volume pengunjung menyebabkan proses konsultasi kurang efektif dan tidak se-optimal pada hari-hari biasa. Hal ini, tidak hanya mengganggu pengalaman pelanggan, tetapi juga dapat menghambat potensi penjualan.

Dalam situasi semacam ini, terdapat beberapa solusi yang dapat ditawarkan sehingga strategi ini dapat terus menjadi daya tarik yang efektif bagi pengunjung. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan adalah pengembangan strategi konsultasi penanaman dan perawatan secara masif, hal ini dapat dilakukan guna strategi ini dapat dikelola secara terstruktur dan terorganisir baik dari segi penjadwalan dan tata cara konsultasi. Selain itu, memberikan materi edukasi berupa konten-konten tutorial secara berkala atau workshop singkat yang dapat berisikan demo produk maupun

diseminasi informasi akan membantu menjaga loyalitas pengunjung karena Agrowisata Tabulampot Indonesia tak hanya menjadi area jual beli namun juga menjadi area belajar yang dapat diakses oleh segala jenis kalangan pelanggan.

4.4.2 Hambatan pada Pemberian *Merch* dan Bonus

Strategi pembelian *merch* dan bonus menjadi sebuah pendekatan pemasaran yang cukup merarik karena tidak hanya mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan namun juga mampu menciptakan buzz positif melalui promosi mulut ke mulut. Dengan menawarkan beberapa hadiah khusus atau barang gratis mampu memotivasi pelanggan untuk melakukan repeat buying terhadap sebuah produk. Namun, strategi ini juga rentan terhadap beberapa kendala. Hambatan dalam strategi yang melibatkan pemberian *merch* dan bonus di Tabulampot Indonesia adalah kerap terjadinya mis-informasi antara penjual dan pelanggan. Contoh mis-informasi yang terjadi ialah ketidakjelasan mengenai kriteria pemberian kantong buah alpukat yang hanya diperuntukkan untuk jenis buah alpukat maupun dengan minimum pembelian. Hal ini menimbulkan kebingungan dan kesalahpahaman di kalangan pengunjung. Ketika proses transaksi berlangsung, rata-rata pelanggan tidak mengetahui aturan tersebut dan merasa bingung, pelanggan menganggap bahwa *merch* berupa kantong buah akan diberikan kepada seluruh pembeli yang membeli buah alpukat. Hal ini berpotensi untuk menurunkan kepuasan pelanggan dan menimbulkan salah persepsi yang dapat berpengaruh terhadap pengalaman belanja pelanggan.

Untuk dapat mengatasi terjadinya mis-informasi antara pelanggan dan penjual, terdapat beberapa pemecahan masalah sebagai bentuk upaya mengatasi hal tersebut. Yang pertama ialah menyediakan informasi yang jelas dan mudah untuk dipahami oleh pelanggan terkait kriteria pemberian *merch* dan bonus disetiap interaksi dengan pelanggan, selain itu memberikan papan pengumuman ataupun brosur yang dapat terlihat jelas di area penjualan. Brosur ataupun papan pengumuman tersebut dapat berisikan informasi bahwa pembelian minimum, dan pembelian khusus

buah kelud dapat mendapatkan *free merch* dari Tabulampot Indonesia berupa kantong belanja. Selain itu, Tabulampot Indonesia dapat menggunakan media sosial untuk dapat menyampaikan informasi secara lebih luas. Media sosial dapat sangat membantu menjangkau lebih banyak audiens dan membantu mengurangi terjadinya kebingungan saat pelanggan melakukan pembelian ditempat.

4.4.3 Hambatan pada Tata Kelola Penjualan

Tata kelola yang cukup beragam dan bervariasi di agrowisata Tabulampot Indonesia nyatanya memberikan banyak daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke lokasi. Namun, meskipun konsep ini sangat menarik tidak dapat dipungkiri terdapat beberapa kendala yang harus dihadapi dalam proses pelaksanaannya. Salah satu hambatan terjadi pada sistem petik buah langsung masak pohon. Sistem ini menjadi daya tarik pengunjung karena alpukat merupakan salah satu tanaman yang tak selalu bisa mengalami fase masak pohon. Hal itu membuat banyak pengunjung datang dengan harapan dapat merasakan pengalaman memetik alpukat matang langsung dari pohonnya. Namun, pada bulan-bulan tertentu, alpukat tiddak berbuah karena tidak berada dalam masa panen. Masalah serupa juga dialami pada komoditi kelengkeng, pada bulan-bulan kosong (bukan bulan panen) pengunjung tidak dapat merasakan pengalaman memetik buah langsung dari pohon. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pihak pengelola karena berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung.

Salah satu solusi yang dapat dilakukan oleh Agrowisata Tabulampot Indonesia sebagai pengelola sekaligus penjual ialah melakukan peningkatan komunikasi dan promosi melalui media sosial termasuk menginformasikan terkait waktu panen, dan kegiatan lain yang dapat menggantikan petik buah langsung. Selain itu melalui sosial media pengelola dapat memberikan informasi bahwa alih-alih petik buah sendiri, Tabulampot Indonesia juga menyediakan produk buah alpukat segar dengan kualitas terbaik.

4.4.4 Hambatan pada Promosi

Promosi menjadi bagian penting dalam pengembangan suatu strategi penjualan. Hambatan pada promosi kerap kali berkaitan dengan pengelolaan akun media sosial yang menjadi saluran komunikasi utama untuk dapat mempromosikan Tabulampot Indonesia dan menjangkau lebih banyak audiens sebagai pengunjung. Ditengah persaingan promosi yang semakin ketat dalam dunia bisnis, terutama dalam sektor agrowisata, diperlukan perhatian dan strategi yang lebih terorganisir terhadap promosi di media sosial. Oleh karena itu, konsistensi, kreativitas, dan riset setiap trend terbaru di sosial media perlu dilakukan untuk terus mengikuti cara kerja algoritma di berbagai platform media sosial. Apabila engagement rendah maka akan berdampak pula dalam menjangkau audiens lebih aktif.

Melihat dari hal tersebut, solusi yang dapat ditawarkan ialah dilakukan pengelolaan akun media sosial dengan membentuk tim khusus yang menangani media sosial secara berkelanjutan, yang dapat melakukan riset berkala mengenai cara kerja algoritma sosial media, waktu tayang, dan meningkatkan interaksi dan engagement. Sehingga berbagai media sosial Tabulampot Indonesia dapat tetap aktif dengan menyuguhkan banyak konten-konten edukatif yang menarik pengunjung untuk datang langsung.

4.5 Rata-Rata Penjualan Harian Tabulampot Indonesia

Setiap sektor yang berhubungan dengan penjualan perlu melakukan pelacakan penjualan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sekaligus memantau tingkat keberhasilan penjualan pada sebuah bisnis yang digeluti. Dalam berjalannya sebuah bisnis terdapat banyak data penjualan mentah yang mungkin tidak selalu memberikan gambaran paling jelas namun salah satu cara memantau tingkat keberhasilan pada sebuah bisnis yang berjalan salah satunya ialah menggunakan perhitungan penjualan rata-rata dengan jangkauan periode tertentu. Perhitungan penjualan rata-rata menjadi titik vital dimana kinerja strategi penjualan dan pemasaran yang menghubungkan penjual langsung ke konsumen dapat di evaluasi dengan baik.

Berikut ini merupakan sampel data penghasilan selama satu minggu yang didapatkan dari data primer minggu ketiga pada kegiatan Praktek Kerja Lapang selama di Agrowisata Tabulampot Indonesia:

Hari, Tanggal	Jenis Produk	Penerimaan
Senin, 19 Februari	Buah Alpukat	Rp 1,240,000
	Buah Kelengkeng	-
	Buah Durian	Rp 1,948,000
	Bibit Tanaman	Rp 1,248,000
	Produk Jadi	-
	Total	Rp 4,486,000
Selasa, 20 Februari	Buah Alpukat	Rp 2,636,000
	Buah Kelengkeng	-
	Buah Durian	Rp 964,000
	Bibit Tanaman	Rp 950,000
	Produk Jadi	-
	Total	Rp 4,550,000
Rabu, 21 Februari	Buah Alpukat	Rp 1,866,000
	Buah Kelengkeng	-
	Buah Durian	Rp 1,378,000
	Bibit Tanaman	Rp 1,500,000
	Produk Jadi	-
	Total	Rp 4,744,000
Kamis, 22 Februari	Buah Alpukat	Rp 2,709,000
	Buah Kelengkeng	-
	Buah Durian	Rp 1,477,000
	Bibit Tanaman	Rp 1,800,000
	Produk Jadi	Rp 75,000
	Total	Rp 6,061,000
Jumat, 23 Februari	Buah Alpukat	Rp 1,510,000
	Buah Kelengkeng	Rp 800,000
	Buah Durian	Rp 2,770,000
	Bibit Tanaman	Rp 1,920,000
	Produk Jadi	-
	Total	Rp 7,000,000
Sabtu, 24 Februari	Buah Alpukat	Rp 3,460,000
	Buah Kelengkeng	Rp 600,000
	Buah Durian	Rp 4,849,000
	Bibit Tanaman	Rp 5,620,000
	Produk Jadi	Rp 1,040,000
	Total	Rp 15,569,000
Minggu, 25 Februari	Buah Alpukat	Rp 6,000,000
	Buah Kelengkeng	Rp 300,000
	Buah Durian	Rp 4,750,000
	Bibit Tanaman	Rp 8,250,000
	Produk Jadi	Rp 1,000,000
	Total	Rp 20,000,000

Tabel 2. Catatan Penjualan Minggu ke-3

Berdasarkan tabel 2. maka dapat dilihat bahwa tingkat penerimaan yang diperoleh pada minggu ke-3 cenderung terus meningkat menuju akhir pekan, yang dapat diindikasikan oleh pola kenaikan yang stabil dari hari senin hingga hari jumat. Dari tabel tersebut, pada hari senin diperoleh total penerimaan sejumlah Rp.4.486.000,- yang didapatkan dari hasil penjualan buah-buahan, dan bibit. Untuk produk dan buah kelengkeng tidak memiliki total penerimaan dikarenakan biasanya dua produk ini hanya tersedia ketika menjelang weekend. Selanjutnya, total hasil penerimaan mengalami peningkatan yang terhitung cukup stabil, seperti pada hari Selasa penerimaan berjumlah Rp.4.550.000,-, di hari rabu menjadi Rp.4.744.000,-, di hari kamis meningkat menjadi Rp.6.061.000, dan pada hari jumat menjadi Rp.7.000.000,-. Pada akhir pekan, angka penerimaan mengalami kelonjakan hingga 2-3 kali lipat dari hari-hari biasa, hal ini dikarenakan volume pengunjung yang turut meningkat pada hari itu. Pada pekan ke-3 di hari sabtu, jumlah penerimaan yang didapat berada di Rp.15.569.000,- dan di hari minggu mencapai Rp.20.000.000,-.

Dari data penerimaan dari hasil penjualan minggu ke-3 tersebut kemudian dapat dihitung rata-rata penjualan. Rata-rata penjualan bergantung pada dua faktor yaitu periode dan frekuensi data yang akan dianalisa. Berikut merupakan perhitungan rata-rata penjualan dengan periode harian dari Tabulampot Indonesia, Kediri:

No.	Hari	Total Penerimaan
1	Senin	Rp 4,486,000
2	Selasa	Rp 4,550,000
3	Rabu	Rp 4,744,000
4	Kamis	Rp 6,061,000
5	Jumat	Rp 7,000,000
6	Sabtu	Rp 15,569,000
7	Minggu	Rp 20,000,000

Tabel 3. Rekap pencatatan penerimaan penjualan

Diketahui rumus rata-rata yang digunakan adalah:

$$x = \frac{\sum \text{Penjualan harian}}{\text{Jumlah hari}}$$

Maka :

$$\begin{aligned} \text{Rata - rata} &= \frac{4.486.000 + 4.550.000 + 4.744.000 + 6.061.000 + 7.000.000 + 15.000.000 + 20.000.000}{7} \\ &= \frac{61.841.000}{7} \\ &= \text{Rp. 8.835.000/hari} \end{aligned}$$

Penjabaran:

Rata-rata penjualan harian adalah sebuah nilai rata-rata dari keseluruhan total penjualan dalam sebuah periode tertentu. Konsep ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar penjualan harian secara umum, sehingga nantinya dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana indikator kerja suatu usaha dalam periode tertentu. Dalam perhitungan rata-rata, seluruh hasil penerimaan yang diambil dari data perolehan penerimaan penjualan selama satu minggu pada minggu ke-3 dijumlahkan dan menghasilkan total Rp.61.841.000 kemudian dibagi dengan jumlah hari selama sepekan, Diperoleh hasil rata-rata penjualan harian sebesar Rp.8.835.000,-. Nilai penjualan yang dihilangkan ini merupakan pendapatan kotor yang belum dikurangkan dengan biaya-biaya, seperti biaya tenaga kerja, dan biaya operasional Tabulampot Indonesia.