

Analisis Penjualan Bibit Tanaman CV Agro Karya Mandiri di Desa Kemiri Lor Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo

Dipo Supatmo^{1*} Dyah Panuntun Utami², Uswatun Hasanah³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email: diposupatmo21456@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: 1) Mengetahui harga jual bibit tanaman yang dijual CV Agro Karya Mandiri Kemiri Lor Kabupaten Purworejo; 2) Mengetahui daerah penjualan bibit tanaman CV Agro Karya Mandiri Kemiri Lor Kabupaten Purworejo; dan 3) Mengetahui volume penjualan bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri desa Kemiri Lor Kabupaten Purworejo. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pemilihan lokasi penelitian *purposive sampling* dengan pertimbangan CV Agro Karya Mandiri memproduksi bibit yang sudah bersertifikat. Komoditas yang diteliti adalah bibit kopi, cengkeh, pala, jambu dan alpukat. Responden yang diteliti yaitu informan kunci dan informan biasa. Informan kunci yang dijadikan Sampel yaitu pemilik CV. Sedangkan informan biasa adalah manager penjualan dan manajer produksi, dan karyawan pengiraman barang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi harga jual bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri. Harga jual bibit yang relatif stabil adalah harga bibit cengkeh. Harga jual bibit jambu biji, alpukat dan pala pada tahun 2021 mengalami kenaikan karena adanya permintaan yang meningkat.

Kata kunci: *analisis penjualan , bibit, hortikultura*

ABSTRACT

This study aims to 1) find out the selling price of plant seeds sold by CV Agro Karya Mandiri Kemiri Lor, Purworejo Regency 2) find out the sales area of CV Agro Karya Mandiri Kemiri Lor plant seeds in Purworejo Regency 3) find out the sales volume of plant seeds in CV Agro Karya Mandiri village Kemiri Lor Purworejo Regency. The research design is a case study. The selection of the research location was purposive sampling with the consideration that CV Agro Karya Mandiri produced certified seeds. The commodities studied were coffee seeds, cloves, nutmeg, guava and avocado. The respondents studied were key informants and ordinary informants. The key informants used as samples are CV owners, sales managers and production managers, while regular informants are goods delivery employees. The results of the study showed that there were fluctuations in the selling price of plant seeds at CV Agro Karya Mandiri. The selling price of seeds which is relatively stable is the price of clove seeds. The selling price of guava, avocado and nutmeg seeds in 2021 will increase due to increased demand.

Keywords: *Sales analysis, seeds, horticulture*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia perdagangan saat ini semakin ketat, pada dasarnya semakin banyak persaingan maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini menyebabkan konsumen berFikir lebih cermat dan teliti dalam memilih sebuah produk yang akan dibeli dan produk yang lebih unggul sesuai kebutuhannya. darisaingan bisnis yang ketat, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai yang lebih, sehingga produk akan tampak berbeda dibandingkan dengan produk pesaing.

Marwan (1991) *dalam* Muhammad Rusdi, (2020) penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Artiprasetyo, A.(2012) penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Berdasarkan pengertian tersebut maka penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang utama bagi perusahaan. Hal ini disebabkan dengan penjualan maka perusahaan akan mendapatkan laba.

Aktivitas penjualan juga dapat digunakan untuk menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan juga konsumen mengetahui produk apa yang akan cara menghasilkan dihasilkan, promosi (upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dari sebuah perusahaan dengan tujuan calon pembeli, biasanya dilakukan agar perusahaan mendapatkan kenaikan penjualan dan laba), variasi produk (strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan), desain produk (rancangan atas kemasan pada suatu produk tertentu yang dilakukan sebagai upaya peningkatan dan syarat produksi yang mendukung pemasaran suatu produk), kualitas (kualitas suatu produk atau jasa diukur melalui beberapa tahapan atau

proses, dengan nilai, memperhitungkan nilai suatu produk atau jasa tanpa ada kekurangan sedikitpun sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai harapan pelanggan (Kotler dalam Mursid, 2014).

Dunia bisnis yang didalamnya terdapat persaingan atau biasanya disebut dengan dinamika persaingan, memiliki arti perubahan-perubahan terhadap persaingan yang umum terjadi di perusahaan dalam memperebutkan konsumen dijangka waktu tertentu. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan dinamika yang terjadi agar bisa mengikuti persaingan agar tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar.

Keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan bisnis tidak hanya ditentukan oleh banyaknya produk yang terjual tetapi juga harga. Faktor harga mempengaruhi tingkat penjualan di sebuah perusahaan, harga dari sebuah produk yang dirasa tinggi akan membuat konsumen memilih dan membeli produk sejenis di tempat lain yang harganya dianggap lebih murah. Hal ini mengakibatkan penurunan volume penjualan, dan selanjutnya berpengaruh pada keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Umumnya keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari kemampuannya dalam mendapatkan laba atau diperoleh . Perusahaan melalui laba yang didapatkan dapat digunakan untuk mengembangkan usahanya. Tujuan perusahaan agar tercapai maka perusahaan melakukan kegiatan penjualan. Volume penjualan semakin tinggi maka semakin banyak pula laba yang didapatkan perusahaan. Perusahaan biasanya memiliki target dalam penjualan agar target laba juga tercapai sehingga pertumbuhan perusahaan meningkat.

Kegiatan penjualan produk juga dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang pertanian, mulai sektor hulu sampai hilir. Perusahaan pertanian yang melakukan kegiatan penjualan bibit tanaman di kecamatan Kemiri kabupaten Purworejo dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perusahaan Pertanian di Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo

No	Perusahaan	Luas Lahan (ha)	Jenis Bibit
1	CV Mitra Bibit	5	Jeruk, Alpukat, Durian, Manggis, Kelengkeng, Mangga, dll
2	CV Wahyu Tani	5	Manggis, Alpukat, Durian, Cengkeh, Pala Jambu biji, Kopi, dll
3	CV Wahyu Bibit	5	Manggis, Alpukat, Durian Cengkeh, Mangga, Jambu biji. dll
4	CV Alam Hijau Lestari	5	Manggis, Alpukat, Durian, Cengkeh, Mangga, Jambu biji, dll
5	CV PB Berkah	5	Manggis, Alpukat, Durian, Cengkeh, Mangga, Jambu biji, dll
6	CV Agro Karya Mandiri	5	Kopi, Pala, Durian, Jambu biji, Alpukat, Cengkeh, dll

Sumber: (Data Sekunder BPS 2020)

Berdasarkan Tabel 1 di atas diketahui bahwa CV yang bergerak di bidang pertanian dan kehutanan di kecamatan Kemiri kabupaten Purworejo berjumlah 6. Perusahaan tersebut menghasilkan berbagai macam bibit tanaman, diantaranya yaitu bibit manggis, mangga, alpukat, kopi, durian, cengkeh, jambu dan jeruk. Banyaknya jumlah perusahaan tersebut menyebabkan persaingan yang ketat dalam produksi maupun penjualan bibit.

CV Agro Karya Mandiri dalam meningkatkan penjualan harus mampu menerapkan strategi penjualan yang tepat agar tidak kalah bersaing dan juga perencanaan, pengarahan, dan pengawasan *personal selling*, termasuk penarikan pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, supervisi, pembayaran, dan motivasi sebagai tugas diberikan pada para tenaga penjualan (Swastha, 2014).

Perusahaan harus memperhatikan jumlah produksi dan kualitas bibit yang dihasilkan. Keunggulan bibit yang dijual CV. Agro Karya Mandiri yaitu bibit sudah bersertifikat Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih.

Harga bibit merupakan hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut, karena setiap harga yang ditetapkan berdampak pada jumlah permintaan bibit oleh konsumen. Harga bibit yang relatif tinggi biasanya permintaan lebih rendah, sedangkan harga bibit yang agak murah, maka permintaan bibit lebih tinggi. Berdasarkan hal tersebut CV. Agro Karya Mandiri harus menyusun penetapan harga bibit tanaman yang diproduksinya.

CV. Agro Karya Mandiri dalam menetapkan harga dengan berbagai pertimbangan disesuaikan dengan biaya produksi, kualitas dan manfaat produk. Berdasarkan hasil survei di CV. Agro Karya Mandiri dalam kurun waktu 5 tahun 2017 - 2021 penjualan bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri mengalami penurunan. Penurunan penjualan ini tentu sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh CV Agro Karya Mandiri. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui penjualan bibit tanaman dan daerah mana saja yang mengalami penurunan penjualan agar CV Agro Karya Mandiri dapat menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Tujuan studi kasus yaitu untuk mempelajari secara interaksi lingkungan, lembaga dan masyarakat (Suryabrata, 2003). Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif menurut Sugiono (2014) adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran ataupun lukisan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta - fakta, sifat – sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Studi kasus dilaksanakan di CV Agro Karya Mandiri dengan pertimbangan salah satu produsen bibit tanaman hortikultura yang menghasilkan bibit bersertifikasi. Ruang lingkup penelitian ini adalah analisis penjualan bibit tanaman hortikultura pada CV Agro Karya Mandiri dan trend penjualan bibit selama tahun 2017 sampai dengan 2021

Pemilihan lokasi penelitian *purposive sampling* dengan pertimbangan CV Agro Karya Mandiri memproduksi bibit yang sudah bersertifikat. Komoditas yang diteliti adalah bibit kopi, cengkeh, pala, jambu dan alpukat. Responden yang diteliti yaitu informan kunci dan informan biasa. Informan kunci yang dijadikan sampel yaitu pemilik CV. Sedangkan informan biasa adalah manager penjualan dan manajer produksi, dan karyawan pengiriman barang.

Analisis data harga jual bibit, daerah penjualan, dan volume penjualan menggunakan analisis deskriptif. Data disusun dalam tabel dan dijelaskan secara detail mengenai harga jual bibit tanaman cengkeh, kopi, alpukat, jambu biji, dan pala selama 7 tahun (2015-2021). Analisis deskriptif daerah penjualan maka data disusun dan dijelaskan secara detail daerah penjualan dan volume penjualan bibit cengkeh, kopi, alpukat, jambu, dan pala di masing-masing daerah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden /Informan

a. Karakteristik Informan

Informan yang digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai keberadaan CV Agro Karya Mandiri terdiri dari informan kunci dan informan biasa

1) Informan Kunci

Informan Kunci di CV Agro Karya Mandiri adalah ibu Tusinah yang merupakan pemilik CV Agro Karya Mandiri. Ibu Tusinah berusia 44 tahun dengan tingkat pendidikan tamat SLTA dan pengalaman mengelola perusahaan sudah lebih dari 10 tahun (Suharsaputra, 2012).

2) Informan biasa

Informan biasa di CV Agro Karya Mandiri adalah Amin Sucipto (Manajer Produksi), Tumiran (Karyawan Produksi dan Pengiriman Barang), Nuryanto (Karyawan Pengiriman Barang), Partinah (Karyawan Produksi).

a) Umur

Umur informan dihitungkan sejak dilahirkan sampai sekarang. Informan biasa berdasarkan umurnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Umur Informan Biasa di CV Agro Karya Mandiri

No	Nama	Umur (tahun)	Jabatan
1	Amin Sucipto	53	Manager produksi/penjualan
2	Tumiran	48	Karyawan produksi/pengiriman
3	Partinah	39	Karyawan produksi
4	Nuryanto	31	Karyawan produksi

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 2 di atas diketahui bahwa informan dengan usia paling muda adalah 31 tahun dan yang paling tua adalah 53 tahun. Dapat disimpulkan bahwa informan biasa yang diambil dalam penelitian ini adalah karyawan yang tergolong dalam usia produktif. Harapannya informan tersebut dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam analisis data dengan baik.

b) Pendidikan

Tingkat pendidikan formal yang telah diselesaikan informan dapat menunjukkan tingkat pengetahuan dan daya pikir. Tingkat pendidikan formal yang telah dicapai oleh informan biasa CV Agro Karya Mandiri dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Informan Biasa di CV Agro Karya Mandiri

No	Pendidikan	Jumlah
1	S1	1
2	SD	1
3	SLTP	1
4	SLTP	1
Jumlah		4

Sumber; Analisi Data primer 2022

Berdasarkan Tabel 3 tingkat pendidikan informan biasa jenjang pendidikan S1 berjumlah 1 orang, SD berjumlah 1 orang, SLTP berjumlah 2 orang. Dapat disimpulkan bahwa jenjang pendidikan formal informan biasa masih rendah. Tingkat pendidikan formal yang rendah tersebut telah diimbangi dengan pengalaman kerja yang sudah lama dalam bidang usaha pembibitan tanaman.

c) Tingkat pengalaman

Tingkat pengalaman dapat menjadi kunci suatu keberhasilan usaha. Tingkat pengalaman Manager produksi dan karyawan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Pengalaman Informan Biasa di CV Agro Karya Mandiri

No	Pengalaman (tahun)	Kategori	Jumlah orang
1	10	Tinggi	1
2	8	tinggi	1
3	9	tinggi	1
4	5	tinggi	1

Sumber: Analisis Data Sekunder CV Agro Karya Mandiri, 2022

Berdasarkan Tabel 4 tingkat pengalaman usaha bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri tergolong tinggi karena sudah bekerja membuat bibit tanaman selama 7 tahun atau lebih. Informan tersebut dapat memberikan informasi mengenai usaha Bibit di CV Agro Karya Mandiri dengan baik.

2. Analisis Penjualan Bibit

Perkembangan Harga Jual Bibit Tanaman CV Agro Karya Mandiri selama tahun 2015 sampai dengan 2021.

Tabel 5. Perkembangan Harga Jual Bibit Tanaman di CV Agro Karya Mandiri

No	Jenis Bibit	Harga Jual (Rp)						
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Jambu Biji	20.000	20.000	15.000	15.000	13.000	13.000	15.000
2	Cengkeh	2.000	2000	3.000	3.000	3.500	3000	3.000
3	Kopi	5.000	5.000	6.500	6.500	8.500	8.500	5.500
4	Alpukat	10.000	10.000	25.000	10.000	15.000	15.000	20.000
5	Pala	3.500	3.500	3.000	3.000	2.000	2.000	3.000

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 5 diketahui bahwa terjadi fluktuasi harga jual bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri. Harga jual bibit yang relatif stabil adalah harga bibit cengkeh. Harga jual bibit jambu biji, alpukat dan pala pada tahun 2021 mengalami kenaikan karena adanya permintaan yang meningkat. Harga bibit jambu biji tahun 2022 naik dari Rp 13.000 menjadi Rp 15.000 karena permintaan bibit jambu biji meningkat. Hal ini disebabkan banyak petani yang menanam jambu biji. Bibit pala banyak diminati karena banyak petani yang membeli bibit pala untuk ditanam. Harga bibit kopi turun dari Rp 8.500 menjadi Rp 5.500 karena banyak penjual bibit kopi yang menjual dengan harga yang

murah sehingga CV. Agro Karya Mandiri juga menurunkan harga jual agar bibit kopi laku terjual.

3. Daerah Penjualan Bibit Tanaman CV Agro Karya Mandiri dari Tahun 2015 sampai dengan 2021

Tabel 6. Daerah Penjualan Bibit Tanaman Di CV Agro Karya Mandiri

No	Jenis Tanaman dan daerah penjualan	Tahun						
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Jambu biji							
	Daerah penjualan	Kebumen	Wonosobo	Serdang	Kediri, Kebumen	Jember	Cilacap, Wonosobo	Nganjuk
	Penjualan secara langsung dan tidak langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung
	Volumen penjualan	1300.000	4000.000	1500.000	1500.000	1.300.000	1300.000	1500.000
2	Cengkeh							
	Daerah penjualan	Serdang	Mamuju	Jember	Mamuju, Flores	Kediri	Kediri, Flores	Cilacap
	Penjualan secara langsung dan tidak langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan secara langsung
	Volumen penjualan	400.000	400.000	300.000	300.000	350.000	200.000	250.000
3	Kopi							
	Daerah penjualan	flores	Benoa Baroe dan Flores	Nganjuk	Rokan , Flores dan mamuju	Benoa Baroe dan Flores	Jember, Flores dan Mamuju	Kediri
	Penjualan secara langsung dan tidak langsung	Penjuala n tidak langsung	Langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan tidak langsung	Penjualan secara langsung
	Volumen penjualan	1500.000	1500.000	1.500,000	1000.000	1000.000	1500,000	1500.000
4	Alpukat							
	Daerah Penjualan	Kediri	Benoa Baroe	Flores dan Benoa Baroe	Nganjuk	Nganjuk .Kediri dan Benoa Baroe	Nganjuk	Kediri
	Penjualan secara langsung dan tidak langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara tidak langsung	Penjualan secara tidak langsung	Penjualana secara langsung	Penjualan secara tidak langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan

Lanjutan Tabel 6

	Volumen penjualan	2000.000	2000.000	2.500.000	2.500.000	1.500.000	1.500.000	2.500.000
5	Pala							
	Daerah penjualan	Benoa Baroe	Flores	Nganjuk	Kediri dan Flores	Jember	Jember	kediri
	Penjualan langsung dan tidak langsung	Penjualan secara tidak langsung	Penjualan secara tidak langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan Tidak langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung	Penjualan secara langsung
	Volume penjualan	1050.000	1050.000	1200.000	1200.000	800.000	800.000	1200.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2022

Penjualan bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri pada tahun 2015 sampai dengan 2021 fluktuatif menunjukkan keadaan penjualan kadang naik dan turun. Hal ini disebabkan kurangnya komunikasi antara pembeli dengan CV Agro Karya Mandiri sehingga pembeli tidak memesan dan membeli bibit di CV Agro Karya Mandiri. Selain itu penurunan volume penjualan bibit juga disebabkan promosi yang dilakukan CV Agro Karya Mandiri kurang gencar, sehingga masyarakat kurang mengenal CV Agro Karya Mandiri. Penurunan jumlah penjualan bibit cengkeh pada tahun 2020 dan 2021 disebabkan terjadi kegagalan dalam proses pembibitan. Penyebab kegagalan atau kematian bibit tanaman cengkeh karena cuaca yang kurang mendukung pada waktu itu.

Daerah penjualan paling tinggi adalah Kalimantan, NTT dan Sulawesi karena pembelian bibit kopi, pala dan cengkeh untuk usaha bisnis sendiri dan proyek pemerintah. Sedangkan daerah penjualan yang paling sedikit yaitu Cilacap, Wonosobo, Kebumen dan Magelang. Penyebab sedikitnya permintaan bibit karena konsumen menilai kualitas bibit kurang bagus. Hal ini selanjutnya berdampak negatif pada turunnya harga bibit.

Untuk melayani pasar luar Jawa maka sistem penjualan yang dilakukan CV Agro Karya Mandiri menggunakan *e-commerce* dan kolega. Sistem *e-commerce* yang digunakan oleh CV Agro Karya Mandiri menggunakan e-katalog 5.0 yang merupakan web dari lembaga kebijakan pengadaan barang/jasa pemerintah dibawah naungan Kemeterian Pertanian. Penjualan dengan e-katalog memudahkan konsumen melakukan transaksi pembelian dan juga pemesanan bibit. Proses pengiriman bibit juga lebih cepat yaitu kurang dari satu minggu sehingga penjualan menggunakan e-katalog menjadi pilihan konsumen.

Pembelian secara lelang relatif lebih lama, biasanya sekitar satu minggu hiu, Chang, Cheng, dan Fang (2009).

Sistem kolega yang dilakukan oleh CV Agro Karya Mandiri adalah pembeli yang berasal dari Jawa Timur, Nganjuk, Kediri, Sumatera dan Lampung. Kolega CV Agro Karya Mandiri adalah pembeli yang pernah membeli bibit di CV Agro Karya Mandiri. Biasanya kolega dalam membeli bibit dengan memesan terlebih dahulu melalui telepon.

4. Volume Penjualan Bibit Tanaman Di CV Agro Karya Mandiri Tahun 2015 sampai dengan 2022

Tabel 7. Volume Penjualan Bibit Tanaman Di CV Agro Karya Mandiri

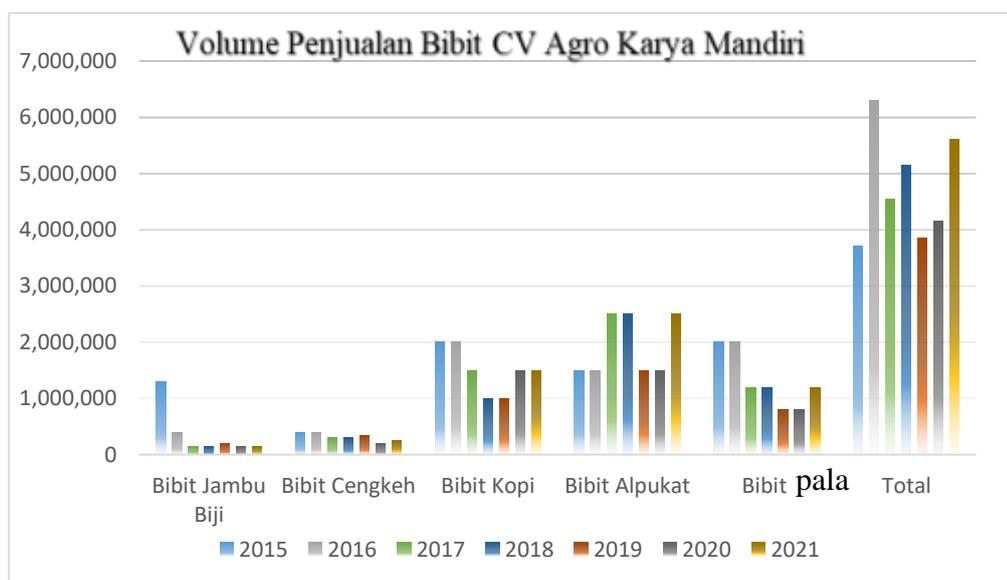
Tahun	Bibit Jambu Biji	Bibit Cengkeh	Bibit Kopi	Bibit Alpukat	Bibit Pala	Total Penjualan (Batang)
2015	1300.000	400.000	2000.000	1500.000	2000.000	3.703.500
2016	400.000	400.000	2000.000	1500.000	2000.000	6.300.000
2017	150.000	300.000	1.500.000	2.500.000	1.200.000	455.2000
2018	150.000	300.000	1.000.000	2.500.000	1.200.000	515.0000
2019	200.000	350.000	1.000.000	1.500.000	800.000	3850.000
2020	150.000	200.000	1.500.000	1.500.000	800.000	4150.000
2021	150.000	250.000	1.500.000	2.500.000	1.200.000	5600.000

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa volume penjualan bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri berfluktuasi. Tahun 2017 CV. Agro Karya Mandiri memiliki volume penjualan paling tinggi yaitu 5.650.000 batang. Namun pada tahun selanjutnya mengalami penurunan dan paling rendah volume penjualan terjadi pada tahun 2019. Penjualan bibit pada tahun 2019 menurun drastis dikarenakan adanya kegagalan produksi bibit. Produksi menurun karena pada saat itu musim kemarau dan banyak bibit yang pertumbuhannya tidak maksimal bahkan mati sehingga kualitas bibit menurun dan berdampak pada berkurangnya permintaan bibit tanaman. Tahun 2020 dan 2021 volume penjualan bibit mulai meningkat kembali karena CV Agro Karya Mandiri mulai menggunakan media sosial untuk promosi dan kegiatan penjualan. Konsumen lebih menyukai transaksi secara online karena lebih mudah dan cepat. Pemesanan dan transaksi secara online dilakukan melalui WA. Pembeli dapat berkomunikasi langsung

tanpa harus datang ke lokasi CV Agro Karya Mandiri. Pembeli juga mudah mendapatkan banyak informasi tentang berbagai macam bibit yang dijual CV Agro Karya Mandiri.

Adanya kemudahan dalam kegiatan transaksi didukung dengan kualitas bibit yang bagus sehingga terjadi peningkatan penjualan bibit pada tahun 2020 dan 2021. Pada Volume penjualan bibit tanaman secara grafik dapat dilihat pada di bawah ini



Gambar 1. Diagram Batang Volumen Penjualan Bibit
Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa penjualan bibit paling tinggi adalah alpukat, selanjutnya kopi dan pala. Jambu biji penjualan paling rendah karena terjadi faktor kegagalan pada kurang sinar matahari menjadikan pertumbuhan bibit jambu biji kurang sempurna atau kurang ideal menjadikan produksi bibit jambu biji menjadi turun. Alpukat, kopi dan pala volume penjualan paling tinggi karena adanya permintaan yang cukup besar di beberapa daerah terutama di luar Jawa. Pembeli dari luar Jawa banyak membeli di CV Agro Karya Mandiri karena mendapatkan informasi melalui WEB penjualan pemerintah LKPP Merupa akan Lembaga kebijakan pengadaan Barang dan jasa jadi semua perusahaan dan CV yang bidang pertanian sudah ikut Lembaga Kebijakan jasa terutama CV Agro Karya Mandiri sudah ikut Lembaga

pengadaan Kebijakan Jasa di bawa naungan Kementerian pertanian jadi sistem penjualan CV Agro Karya Mandiri penjualan secara *online* melalui Lembaga pengadaan Kebijakan Jasa Bisa.

IV. PENUTUP

Harga jual bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri fluktuatif yang disebabkan keadaan produksi kurang mendukung sehingga bibit banyak yang tidak terjual dan harga diturunkan. Daerah penjualan bibit CV Agro Karya Mandiri cukup luas meliputi Jawa, Sumatera, Sulawesi, Kalimantan dan NTT. Volume penjualan bibit tanaman di CV Agro Karya Mandiri fluktuatif yang disebabkan oleh kurangnya komunikasi dengan pembeli, kurangnya strategi promosi dan terjadinya kegagalan pembibitan karena cuaca yang kurang mendukung. Penjualan tertinggi adalah bibit alpukat dan pala karena banyak diminati oleh konsumen.

CV Agro Karya Mandiri harus melakukan strategi penjualan yang lebih baik lagi dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan secara *online*, memperbanyak sistem kolega, dan memberikan pelatihan untuk tenaga kerja agar semakin terampil dalam proses produksi dan perawatan bibit. CV Agro Karya Mandiri sebaiknya lebih gencar melakukan promosi di media sosial agar masyarakat semakin mengenal dan mengetahui CV Agro Karya Mandiri

DAFTAR PUSTAKA

- Artiprasetyo, A. (2012). Analisis Strategi terhadap Penurunan Penjualan dan Laba Perusahaan Jamu Kemasan Bogor. *scientific; Jurnal IPB scientific repository Volume.6, nomor3. Halaman11-12. diakses dari <http://repository.ipb.ac.id/article/view/1234>.*
- Amin, S. (2019). *CV Agro Karya Mandiri Kemiri Lor Kabupaten Purworejo 2022. CV Agro Karya Mandiri Kabupaten Purworejo.*
- Kaharu, D.(2016).Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Comsic Surabaya.*Riset Manajemen; Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5 Nomor 3. Halaman 8-9. diakses dari <http://stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/572>.*
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa (2017).*Rekap Data Harga Penjualan perusahaan* diakses dari www.agrokaryamandiri.com
- Mulyono, R., Utami, D.P., dan Wicaksono, I.A. (2021). Penerapan Bauran Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Bibit Tanaman. di CV Wahyu Tani Putra Purworejo. *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan, Volume 9. Nomor 1. Halaman 143-144. Diakses dari <http://Jurnal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/view/11>*
- Tjiptono, F.(2018). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono,F. (2011). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*. Jakarta: Erlangga.
- Wahyuningsih, T. (2018). Analisis Sistem Informasi Penjualan Bibit Di UD. Agro Sejahtera Kediri. *Techaisain; Jurnal Simik Techaisain Volume. 2, Nomor.7 Halaman 3-4. diakses dari <https://simik.lp2m.unpkediri.ac.id>.*
- Yosevani, M. (2018). Analisis Harga Jual Bibit Melalui Penetapan Harga Pokok Produksi Bibit Kol, *Sulawesi Economic; Jurnal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness Volume.7 Halaman 6-7 diakses dari <https://Jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/14448>.*