



Manajemen Pemasaran Bibit Alpukat Di CV Wana Gemilang Kabupaten Magelang Jawa Tengah

Marketing Management of Avocado Seeds in CV Wana Gemilang, Magelang Regency, Central Java

Didik Widiyantono¹ dan Haryanti¹

¹Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo

Jl. K.H.A Dahlan 3 a Purworejo, Jawa Tengah Indonesia

*Email: didikwidiyantono2012@gmail.com, haryanti231@gmail.com

Korespondensi author: didikwidiyantono2012@gmail.com

ABSTRACT

Article History:

Accepted : 31-12-2023

Online : 31-12-2023

Keyword:

Avocado seedlings;
Vegetable Market Waste;
Fruit



Bibit bibit alpukat merupakan bibit yang lumayan banyak diminati didunia pembibitan karena banyaknya para konsumen. Selain itu bibit bibit alpukat juga mudah dalam perawatan. Tujuan penelitian ini adalah: Mengidentifikasi manajemen pemasaran CV Wana Gemilang, Mengetahui efektivitas pemasaran online dan offline bibit tanaman bibit alpukat di CV Wana Gemilang, Mengetahui cara meningkatkan keuntungan penjualan bibit alpukat di CV Wana Gemilang. Analisis data yang digunakan untuk membahas manajemen pemasaran secara deskriptif yaitu metode analisis yang berdasarkan pada pemecahan masalah masalah aktual yang ada pada masa sekarang. Penerapan Manajemen Pemasaran di CV. Wana Gemilang. Tahap Perencanaan Pemasaran Bibit Alpukat, Pengorganisasian, Pelaksanaan Pemasaran Buah Alpukat di CV. Wana Gemilang. Strategi Pemasaran secara Online dan Offline. Peningkatan Keuntungan Hasil Penjualan. Strategi pemasaran yang dilakukan di CV wana Gemilang ada dua cara yaitu secara offline dan online. Pemasaran offline masih dominan dilakukan karena faktor kepuasan pelanggan karena memilih sendiri bibit alpukatnya. Pemasaran online dilaksanakan dengan menggunakan akun Whatsapp saja sehingga untuk promosi masih kurang, namun walaupun begitu tetap banyak pelanggan yang melakukan pemesanan lewat whatsapp. Keuntungan CV Wana Gemilang pada bulan Februari yaitu sebesar Rp8.857.500,00. Kenaikan penjualan yang dialami oleh CV Wana Gemilang pada bulan Januari ke bulan Maret adalah sebanyak 30 %.

Avocado seeds are seeds that are quite in demand in the nursery world because of the large number of consumers. In addition, avocado seedlings are also easy to care for. The objectives of this study are: Identifying marketing management of CV Wana Gemilang, Knowing the effectiveness of online and offline marketing of avocado seeds in CV Wana Gemilang, Knowing how to increase sales profits of avocado seeds in CV Wana Gemilang. Data analysis used to discuss marketing management descriptively is an analysis method based on solving actual problems that exist today. Application of Marketing Management in CV. Wana Gemilang. Avocado Seed Marketing Planning Stage, Organizing, Implementing Avocado Marketing in CV. Wana Gemilang. Online and Offline Marketing Strategies. Increased profit from sales. There are two ways to do marketing strategies in CV wana Gemilang, namely offline and online. Offline

marketing is still predominantly done because of customer satisfaction factors because they choose their own avocado seeds. Online marketing is carried out using a Whatsapp account only so that promotion is still lacking, but even so there are still many customers who place orders via whatsapp. CV Wana Gemilang's profit in February amounted to Rp8,857,500.00. The increase in sales experienced by CV Wana Gemilang in January to March was as much as 30%.

A. PENDAHULUAN

Tanaman alpukat adalah tanaman yang mempunyai bunga sempurna. Dalam satu kuntum bunga mempunyai putik dan benang sari sehingga dapat melakukan penyerbukan sendiri. Saat ini kultivar tanaman alpukat bervariasi, baik dari dalam negeri maupun luar negeri [1]. Untuk meningkatkan kualitas buahnya, teknik okulasi dilakukan agar buah yang dihasilkan sama dengan induknya. Para ahli juga terus membuat kultivar bibit alpukat agar buah lebih berdaging dengan bagian kulit luar lebih tipis [2]. Jumlah produksi Bibit alpukat di Indonesia sebanyak 669.260 ton pada tahun 2021 [3].

Bibit alpukat merupakan bibit yang lumayan banyak diminati didunia pembibitan karena banyaknya para konsumen [4]. Selain itu bibit alpukat juga mudah dalam perawatan [5]. Bibit alpukat merupakan salah satu buah yang paling dimintai oleh semua kalangan karena buahnya yang cenderung semua orang suka dan banyak manfaatnya [6]. CV. Wana Gemilang memiliki peranan penting dalam usaha produksi bibit alpukat. Hal ini disebabkan oleh produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini masih tergolong baru. Banyak masyarakat belum mengetahuinya khususnya untuk produk bibit tanaman bibit alpukat. Bibit alpukat merupakan usahaya yang baru [7]. CV Wana Gemilang sampai saat ini telah melakukan pemasaran berbagai bibit alpukat karena banyaknya permintaan bibit alpukat di periode sebelumnya sehingga menjadikan bibit alpukat sebagai salah satu produk yang diminati, bahkan salah satu lahan CV Wana Gemilang mengkhususkan area untuk perawatan bibit alpukat dengan luas lahan 0,5 hektar. Tujuan penelitian ini adalah a. Mengidentifikasi manajemen pemasaran CV Wana Gemilang. b. Mengetahui efektivitas pemasaran online dan offline bibit tanaman bibit alpukat di CV Wana Gemilang. c. Mengetahui keuntungan penjualan bibit alpukat di CV Wana Gemilang.

B. MATERI DAN METODE

1. Materi

CV Wana Gemilang, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.

2. Metode penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan pengamatan langsung dan wawancara kepada bidang pemasaran, pembimbing lapang

serta karyawan di CV Wana Gemilang. Data yang diambil antara lain data tentang penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan dan dokumentasi foto.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara mengutip dari buku, arsip, jurnal yang berkaitan dengan Praktik Kerja Lapangan. Data yang diambil antara lain : sejarah keadaan umum CV Wana Gemilang, struktur organisasi dan studi Pustaka.

4. Analisis data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi. Analisis data yang digunakan untuk membahas manajemen pemasaran secara deskriptif yaitu metode analisis yang berdasarkan pada pemecahan masalah masalah aktual yang ada pada masa sekarang. Data yang dikumpulkan disusun, dijelaskan kemudian dianalisis. Keuntungan penjualan bibit alpukat dilakukan dengan menghitung keuntungan, persentase keuntungan dan persentase kenaikan.

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan} &= \text{Harga jual} - \text{harga beli} \\ &= \text{Rp}12.007.500,00 - \text{Rp}3.150.000,00 = \text{Rp}8.857.500,00\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase keuntungan} &= \frac{\text{keuntungan}}{\text{harga beli}} \times 100 \\ &= \frac{\text{Rp}8.857.500,00}{\text{Rp}3.150.000,00} \times 100\% = 281,2\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase kenaikan} &= \frac{\text{nilai akhir} - \text{nilai awal}}{\text{nilai awal}} \times 100 \\ &= \frac{450 - 420}{100} \times 100 = 30\%\end{aligned}$$

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Manajemen Pemasaran di CV. Wana Gemilang

a. Tahap Perencanaan Pemasaran Bibit Alpukat

Kegiatan Perencanaan pemasaran bibit alpukat di CV Wana Gemilang dimulai dari hal-hal berikut: Analisis Situasi. Analisis situasi melalui pemanfaatan peluang untuk meningkatkan penjualan [8]. Langkah perencanaan pemasaran yang pertama yaitu analisis situasi pasar bibit saat

ini yang sedang berkembang di kalangan masyarakat. Seperti saat ini kebanyakan konsumen memilih membeli alpukat karena alpukat memiliki banyak manfaat dan mudah dikonsumsi buahnya, selain itu banyak konsumen antara/*intermediate consumer* yang membeli alpukat karena memiliki peluang keuntungan yang tinggi.

1) Menetapkan Tujuan dan Target Pasar.

Tujuan pemasaran bibit alpukat yaitu banyaknya tingkat permintaan konsumen terhadap bibit alpukat. Target pasar saat ini yaitu para petani bibit alpukat, para distributor bibit buah dan masyarakat pada umumnya.

2) Menyusun Strategi.

Menyusun strategi dengan menyusun Target Pasar yaitu menetapkan sasaran, besarnya Segmen, Potensi Pertumbuhan, Persaingan, dan Kelayakan [9]. Strategi pemasaran yang direncanakan yaitu pemasaran secara langsung dan melalui akun Whatsapp, dengan promosi di Whatsapp story. Pemasaran di CV Wana Gemilang juga menyediakan jasa pengiriman bibit sampai di rumah konsumen untuk wilayah sekitar Magelang. CV Wana Gemilang menerima pemesanan online jarak jauh dengan pengiriman via cargo. Pemasaran bibit dapat menggunakan media social (market place) [10][11].

3) Tentukan Biaya Pemasaran.

Biaya pemasaran menentukan tingkat keuntungan [12]. CV Wana Gemilang mengeluarkan biaya pemasaran dengan membeli kuota internet. Biaya pemasaran umumnya hanya menggunakan kuota internet untuk promosi *online*, pemakaian 1 (satu) bulan menghabiskan kuota sebanyak Rp 100.000,00.

b. Pengorganisasian

Di CV Wana Gemilang ada pembagian tugas dan tanggungjawabnya yaitu:

- 1) Pemilik Sebagai penyedia lahan dan modal untuk berlangsungnya proses produksi, beliau juga sebagai direktur di CV Wana Gemilang. Pemilik bertugas dalam perencanaan kegiatan pemasaran bibit buah dengan luas lahan keseluruhan 2 hektar yang akan dirawat oleh karyawan. Pemilik juga bertugas sebagai pemberi arahan kepada karyawan, pengontrol dan pengawas kegiatan, sekaligus mengevaluasi hasil kerja para karyawan.
- 2) Komisaris. Bertugas mengawasi di lapangan langsung bersama kepala bagian pemasaran. Membantu pemasaran di lapak sekaligus yang menangani jika ada kegiatan internal dan eksternal.
- 3) Divisi pemasaran. bertugas menjaga kasir dan melayani pelanggan dalam

memasarkan bibit alpukat, dan melakukan kerja sama dengan beberapa vendor maupun konsumen yang sudah berlangganan maupun pelanggan baru. Bertugas memberi perintah pada karyawan atas izin direktur dalam mengkoordinir karyawan. Melakukan riset pasar, yaitu tugas dari seorang kepala bagian pemasaran untuk mencari informasi yang berkaitan dengan perkembangan bibit alpukat dipasaran untuk memahami kebutuhan pelanggan. Juga bertugas mempromosikan produk-produk bibit alpukat di social media, yang dilakukan oleh kepala divisi pemasaran dan komisaris dibantu beberapa karyawan.

- 4) Divisi perawatan kebun bertugas merawat bibit alpukat di kebun, bertugas melayani pembeli dengan mengantar pembeli langsung untuk melihat dan memilih bibit alpukat yang disenangi pelanggan dan menjaga lapak jika ada pembongkaran bibit pada saat di luar jam kerja
- 5) Bendahara, mengurus keuangan, penyediaan konsumsi dan merawat tanaman.

2. Pelaksanaan Pemasaran Buah Alpukat di CV. Wana Gemilang

Gemilang Manajemen pemasaran merupakan bagian penting dalam sebuah usaha untuk menjadikan pemasaran terkontrol dan tertata dalam melakukan kegiatannya. CV Wana Gemilang sangat memperhatikan perawatan bibit sehingga bibit yang akan dipasarkan akan memiliki kualitas yang baik. Kegiatan manajemen pemasaran di CV Wana Gemilang meliputi pembelian bibit alpukat dari petani yang sudah bekerja sama dengan CV Wana Gemilang sampai bibit sampai ke tangan konsumen dengan kondisi selamat. Dimulai dari pembelian bibit jadi, perawatan bibit, penjualan bibit, sampai pengiriman bibit alpukat.

Kegiatan manajemen pemasaran yang dilakukan CV Wana Gemilang dapat dilihat pada pendekatan berikut ini:

a. Pembelian Bibit Alpukat

Kegiatan awal yang dilakukan CV Wana Gemilang yaitu pembelian bibit alpukat yang berasal dari para petani yang sudah bekerja sama dengan perusahaan. Bibit yang didapat dari petani sudah berupa bibit yang siap jual dengan ukuran *polybag* 12cm x 17cm. Harga pembelian bibit dari petani sebesar Rp 7000,00 per bibit. Untuk harga bibit alpukat memiliki harga yang kurang lebih sama. Bibit alpukat dari petani berumur sekitar 2 bulan dan sudah disetek. Untuk penempatan bibit alpukat biasanya setelah dibongkar dari truck atau mobil biasanya di tata dengan rapi dengan cara dibariskan lima memanjang kesamping, untuk mempermudah perawatan bibit.

b. Perawatan Bibit Alpukat

Perawatan bibit alpukat siap jual biasanya masih perlu perawatan hingga ada pembeli yang membeli bibit tersebut. Untuk perawatan sendiri dimulai dari pemupukan dengan rentang sebulan sekali menggunakan pupuk NPK, untuk pupuk alpukat biasanya dibedakan dengan pupuk bibit yang lain yang ada di CV Wana Gemilang tersebut. Sebelum dilakukan pemupukan pekerja akan membersihkan atau melakukan penyiangan jika ada rumput-rumput yang muncul didalam polybag dan lahan sekitar, sehingga nutrisi yang akan diserap semakin efektif. Setelah disiangi baru dilakukan pemupukan dengan dosis disesuaikan dengan ukuran polybag. Untuk ukuran 12cmx17cm sebanyak sejumput dan jumlahnya disesuaikan sampai bibit yang ada di planter bag, semakin besar ukuran bibit semakin banyak pupuk yang diberikan. Selain pemupukan, perawatan yang lain yaitu penyiraman yang dilakukan oleh karyawan sebanyak dua kali dalam satu bulan. Untuk lahan didesain dengan tengah-tengah terdapat kolam dan mesin diesel untuk digunakan pada penyiraman, untuk penyiraman ada dua cara yang dilakukan yaitu dengan selang biasa dan dengan semprotan besar menggunakan mesin diesel. Dan jika plastik *polybag* sudah rusak atau sobek akan dilakukan pemindahan media tanam, jika bibit alpukat semakin besar maka juga akan dilakukan pemindahan bibit dari *polybag* kecil ke *polybag* besar ukuran 20cmx25cm, dan berlaku seterusnya. Pemindahan media tanam dilakukan oleh ibu-ibu biasanya dengan mencampur tanah dan sekam dengan perbandingan 1:1, untuk campuran akan ditambahkan kapur dolomit dipermukaan mediatanam, selain itu ada pupuk kandang yang dapat ditambahkan sebanyak 1:5 dari tanahnya. Penyemprotan pestisida dan obat-obatan lainnya juga dilakukan sebulan sekali dengan dosis yang sudah ditentukan yaitu insektisida:pupuk organik:perekat dengan perbandingan 1:1:2. Ketiga bahan tersebut dicampur terlebih dahulu di tangki kecil, setelah itu dituangkan ke tangki semprot besar ukuran 14 liter, setelah itu tambahkan air sebanyak 13 liter dan pestisida siap disemprotkan untuk semua jenis tanaman termasuk alpukat. Walaupun sudah dilakukan perawatan diatas tak menutup kemungkinan akan ada bibit yang mati karena penyakit seperti akarbusuk. Akar busuk terjadi karena akar yang terlalu banyak menyimpan kandungan air sehingga menyebabkan kondisi akan membusuk dengan ditandai daun yang lesu. Jika ada bibit yang seperti itu solusinya dicabut saja sehingga tidak akan memenuhi tempat pembibitan, karena kemungkinan besar sudah tidak

bisa diselamatkan. Selain itu ada juga daun yang mengering akibat penyemprotan yang mungkin terlalu panas untuk ukuran daun tersebut, namun dibiarkan saja tidak akan mengganggu pertumbuhan bibit alpukat, cukup dipetik saja daun yang kering dan dibuang. Perawatan ini akan berulang terus menerus selama kegiatan pemasaran berlangsung.

c. Penjualan Bibit Alpukat

Penjualan atau pemasaran bibit menggunakan dua sistem yaitu secara *offline* dan *online*. Untuk yang *offline* pembeli akan datang sendiri ke lapak untuk memilih sendiri atau jika pembeli tidak tau mengenai bibit bisa minta dipikirkan oleh karyawan. Macam

-macam pembeli di CV Wana Gemilang yaitu:

- 1) Para petani yang akan menanam bibit alpukat
- 2) Penjual bibit keliling
- 3) Penjual bibit online
- 4) Para sesama penjual bibit, dsb

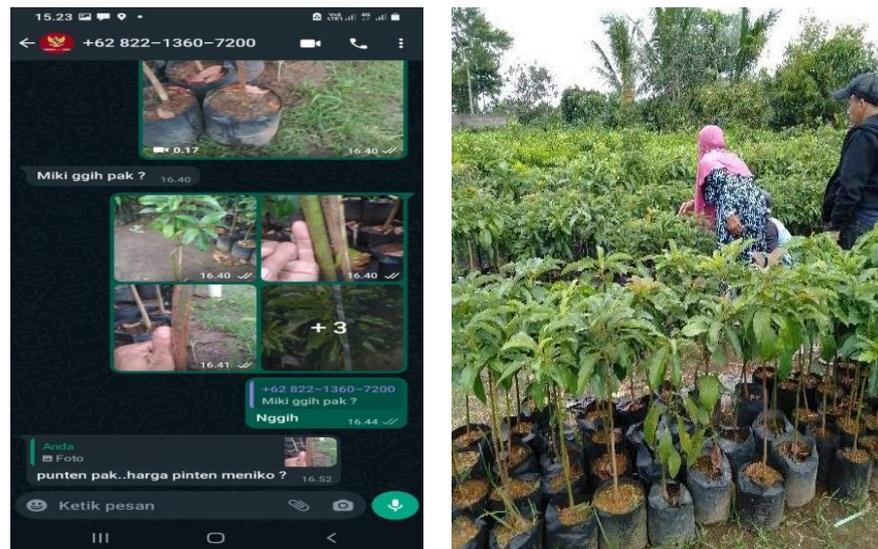
Dalam penjualan online menggunakan platform Whatsapp saja, tidak menggunakan media sosial lain karena kurangnya sumber daya yang mengelola.

d. Pengantaran bibit

CV Wana Gemilang menerima pesan antar, jadi untuk pembeliyang membeli banyak dan tidak memiliki mobil bisa menggunakan jasa pengantaran sampai rumah dengan kondisi bibit masih segar untuk area Magelang. Dan untuk yang pesan melalui Whatsapp dan lokasinya diluar jawa biasanya akan diantar melalui pengiriman online melalui kapal dengan ditutup plastik dahulu agar tidak terlalubanyak penguapan dijalan dan akan ditambah vitamin pada bibit nya agar masih segar ketika sampai tujuan. Selain kapal juga ada yang melalui pengiriman udara dengan pesawat maka media tanam akan dikurangi dan akan diganti dengan sekam agar tidak terlalu berat ketiga ditimbang.

3. Strategi Pemasaran secara *Online* dan *Offline*

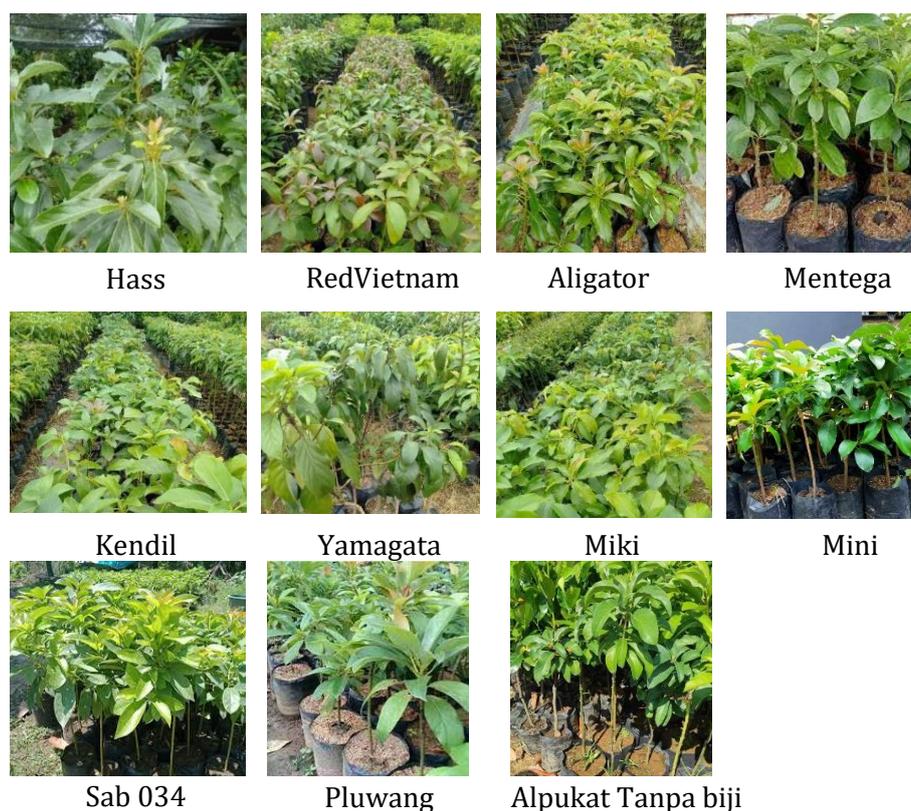
Strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Wana Gemilang adalah strategi secara *offline* dan *online*. Startegi pemasaran disajikan di Gambar 1.

Secara *Online*Secara *Offline***Gambar 1.** Teknik Pemasaran Bibit Alpukat

Pemasaran secara *offline* adalah pemasaran yang memasarkan produk ke konsumen dengan cara konsumen langsung datang ke lapak atau ke tempat penjualan bibit di Dusun Sumberan, Desa Sidomulyo, Kecamatan Salaman., Kabupaten Magelang. Pemasaran secara *online* menggunakan *whatsapp* juga diterapkan di CV Wana Gemilang namun tidak seaktif pemasaran *offline* karena kurangnya sumber daya yang menangani platform sosial media mereka. Pemasaran *offline* masih banyak digunakan oleh perusahaan pertanian, karena volume dan nilai penjualan jauh lebih besar dibandingkan dengan menjual ke konsumen secara online rantai pemasaran lebih pendek. Dengan menerapkan pemasaran *online* dan *offline*, perusahaan CV. Wana Gemilang berorientasi pada penjualan produk jadi bukan pada kebutuhan pembeli. Sehingga menjual bibit merupakan target akhir pemasaran ini.

4. Peningkatan Keuntungan Hasil Penjualan

Bibit alpukat yang dipasarkan di CV Wana Gemilang ada beberapa yang paling sering dicari oleh konsumen yaitu bibit alpukat lokal. Selain jenis bibit alpukat tersebut ada banyak jenis yang lain yaitu bibit alpukat Miki ,Red Vietnam, Yamagata, Aligator, dll. Varietas bibit alpukat yang dijual di CV Wana Gemilang disajikan di Gambar 2. Dan Transaksi penjualan Bulan Februari disajikan di Tabel 1.



Gambar 2. Varietas bibit Alpukat yang dijual di CV

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa CV Wana Gemilang mengalami keuntungan sebesar Rp8.857.500,00. Dari total Total pembelian bulan Februari = $450 \times \text{Rp } 7.000,00 = \text{Rp}3.150.000,00$. Selama bulan Februari total penjualan sebesar = $\text{Rp}12.007.500,00$. Gemilang mengalami keuntungan dengan persentase sebesar 281,2%.

Pada bulan Januari diketahui jumlah penjualan bibit sebanyak 420 bibit alpukat, pada bulan Februari sebanyak 438 bibit, dan pada bulan Maret terjual sebanyak 450 bibit. Persentase kenaikan penjualan yang dialami oleh CV Wana Gemilang pada bulan Januari ke bulan Maret adalah sebanyak 30 %.

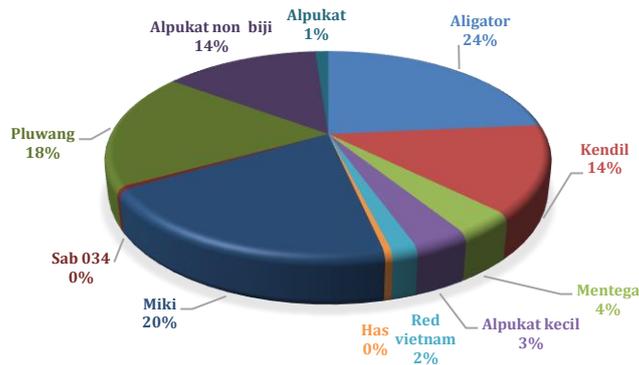
Tabel 1. Transaksi penjualan Bulan Februari

Tanggal	Varietas Bibit Alpukat	Kuantitas	Harga (Rp.)	Total (Rp.)
1-2-2023	Aligator	25	12.500	312.500
	Kendil	10	12.500	125.000
	Mentega	15	12.500	187.500
15-2-2023	Alpukat kecil	15	15.000	225.000
	Aligator	8	15.000	120.000
	Red vietnam	4	25.000	100.000
5-2-2023	Kendil	20	17.500	350.000
	Hass	2	20.000	40.000

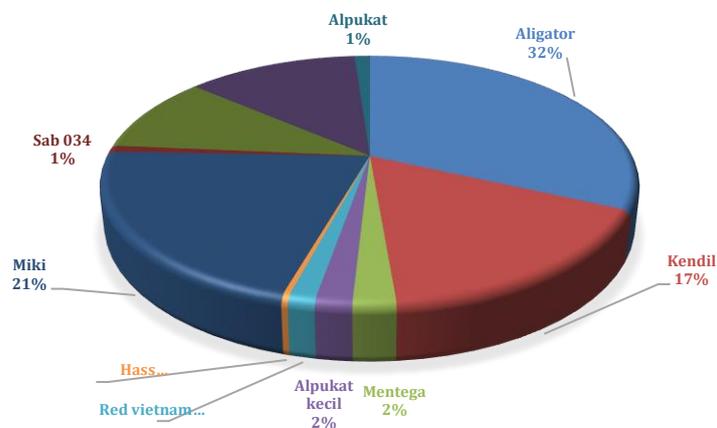
	Red vietnam	2	20.000	40.000
7-2-2023	Mentega	1	75.000	75.000
	Kendil	30	50.000	1.500.000
11-2-2023	Miki	30	50.000	1.500.000
	Aligator	40	50.000	2.000.000
	Aligator	1	40.000	40.000
12-2-2023	Miki	6	60.000	360.000
	Sab 034	1	50.000	50.000
	Sab 034	1	50.000	50.000
15-2-2023	Aligator	1	40.000	40.000
	Kendil	1	40.000	40.000
	Miki	1	50.000	50.000
	Red vietnam	1	25.000	25.000
16-2-2023	Aligator	10	12.500	125.000
	Pluwang	30	15.000	450.000
18-2-2023	Aligator	3	22.500	67.500
20-2-2023	Miki	50	12.500	625.000
	Pluwang	50	15.000	750.000
	Alpukat non biji	60	25.000	1.500.000
21-2-2023	Aligator	15	75.000	1.125.000
24-2-2023	Alpukat	4	25.000	100.000
	Alpukat	1	35.000	35.000
Total		438		12.007.500

Sumber: Data Primer,2023

Persentase varietas bibit alpukat yang terjual disajikan di Gambar 3. Selama satu bulan variets bibit alpukat yang banyak terjual adalah varietas Aligator sebesar 24%, sedangkan untuk urutan kedua adalah varietas mili 20%. Tanaman alpukat alligator ini dapat tumbuh subur, berbuah lebih cepat pada usia 2-4 tahun Produksi jenis alpukat ini 70 kg–100 kg [13]. Alpukat miki merupakan tanaman dengan berukuran buah besar yaitu berat 400-600 gram/buah [14]. Varietas yang paling sedikit terjual adalah Sab 034, berbeda dengan dengan lainnnya produksi varietas ini yaitu sebsar 170- 200 kg / pohon, disisi lain varietas ini tahan terhadap penyakit [15].



Gambar 3. Persentase varietas bibit alpukat yang terjual



Gambar 4. Harga jual bibit alpukat

. Harga jual bibit alpukat disajikan di Gambar 4. Harga jual bibit alpukat tertinggi adalah Aligator sebanyak 32%, urutan ke dua adalah Miki sebanyak 21%. Sebagaimana dengan banyaknya bibit yang terjual maka yang tertinggi juga varietas alligator dan mili. Jumlah penjualan varietas alligator sebanyak 140 dengan harga jual rerata Rp. 41.16112.500,00 sehingga didapatkan total penjualan sebanyak Rp5.762.500 (32%). Harga jual varietas mili lebih mahal yaitu rerata Rp29.138 dengan harga jual total Rp2.535.000 (21%).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan di CV wana Gemilang ada dua cara yaitu secara offline dan online. Pemasaran offline masih dominan dilakukan karena faktor kepuasan pelanggan karena memilih sendiri bibit alpukatnya. Pemasaran online dilaksanakan dengan menggunakan akun Whatsapp saja sehingga untuk promosi

masih kurang, namun walaupun begitu tetap banyak pelanggan yang melakukan pemesanan lewat whatsapp.

Keuntungan CV Wana Gemilang pada bulan Februari yaitu sebesar Rp8.857.500,00. Kenaikan penjualan yang dialami oleh CV Wana Gemilang pada bulan Januari ke bulan Maret adalah sebanyak 30 %.

Saran

Untuk peningkatan keuntungan di CV Wana Gemilang bisa dengan memaksimalkan kegiatan promosi agar penjualan semakin meningkat sehingga menghasilkan keuntungan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] S. Z. F. Nurcahyo, *Pohon Alpukat: Klasifikasi, Ciri, Jenis Dan Manfaat Alpukat*. Lindungihutan. 2022. <https://Lindungihutan.Com/Blog/Pohon-Alpukat-Ciri-Ciri-Jenis-Dan-Manfaat/>
- [2] F. M. Fadul, *Perbanyak Tanaman Alpukat (Parsea Americana) Dengan Metode Sambung Pucuk Di Pt. Wahana Insan Kemilau*. 2019.
- [3] BPS Kabupaten Magelang. (2020). Kecamatan Salaman Dalam Angka 2020. In Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang (Ed.), *BPS Kabupaten Magelang*. BPS Kabupaten Magelang.
- [4] B.S. Dewi, R. Safe'i, S. Harianto, A. Bintoro, G.D. Winarno, D. Iswandar, and T. Santoso, *Biodiversitas Flora Dan Fauna Universitas Lampung*. 2017.
- [5] W. Andajani, and D. Rahardjo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Alpukat" *Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 4(2), 143. 2020). <https://doi.org/10.30737/agrinika.v4i2.1058>
- [6] S. Zubaidah, *Teknologi Produksi Tanaman Buah Tropis*. Penerbit P4I. 2023.
- [7] I. Afkarina, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Bibit Buah Alpukat Pada Ud. Jaya Makmur Tani Desa Karangsono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember (Doctoral dissertation, UIN KH achmad siddiq jember)*. 2023.
- [8] A. Masatip, I. Maemunah, D. Rosari, and C. Anggreani, "Analisis Strategi Pemasaran pada Hotel Inna Parapat dalam Situasi Pandemi Covid-19" *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 150-159. 2020.
- [9] N.H. Putri, N.S. Sari, and N. Rahmah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen)". *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504-514. 2022.
- [10] Prayoga, *Usahatani Dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul Di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*. 2022.

- [11] A. Ariyanto, F. Wongso, H. W. I. Indrawan, M.F.A. Musnaini, N. Anggraini, S. Suherman, and W.G.S.R. Devi, Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi Penerbit Insan Cendekia Mandiri (Grup Penerbitan Cv Insan Cendekia Mandiri). (Yogyakarta:Plantaxia, Hal 10 (Vol. 53, Issue 9). 2017.
- [12] O. Magdalena, M.C. Dwitrayani, and M.Y. Darmita, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Hasil Penjualan Pada Rumah Makan Di Kecamatan Kuta Selatan" *Journal Research of Accounting*, 4(1), 35-48. 2022.
- [13] R. Wibowo. Panen Setiap Saat Alpukat Aligator di Lahan Pekarangan, 2020. <http://pertanian.magelangkota.go.id/informasi/teknologi-pertanian/364-panen-setiap-saat-alpukat-aligator-di-lahan-pekarangan>
- [14] Wulandari, *Manajemen Penanganan Pasca Panen Alpukat Varietas Miki di UD. Mitra Tani Unggul Kecamatan Semboro Kabupaten Jember*. 2023. sipora.polije.ac.id
- [15] Agroindah . Bibit Alpukat Sab 034. <https://www.agroindah.com/p/bibit-alpukat-sab-034-yang-baik.html>