

Keputusan Konsumen Membeli Kecambah Kelapa Sawit PPKS

Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) merupakan salah satu produsen utama benih kelapa sawit unggul. Banyaknya varietas unggul yang ditawarkan menimbulkan perbedaan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan ini meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana petani mengambil keputusan dalam membeli kecambah kelapa sawit PPKS.



Bahan Dan Metode

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus tahun 2023 di Pusat Penelitian Kelapa Sawit di Kecamatan Medan Maimun, Provinsi Sumatera Utara.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder dan data primer.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu untuk mengetahui keputusan petani membeli kecambah kelapa sawit PPKS.

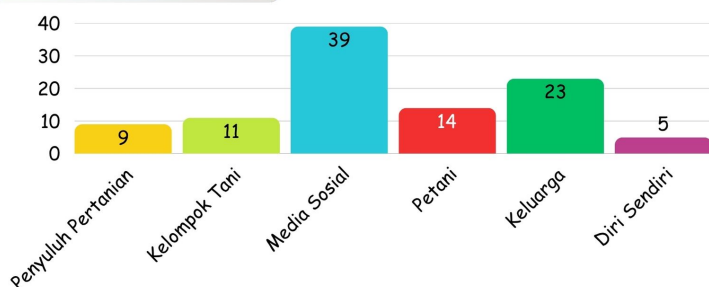
Proses Keputusan Petani Membeli Kecambah



1. Pengenalan Kebutuhan

Sebagian besar petani (66%) menanam kelapa sawit dengan motivasi utama memperoleh keuntungan. Sebagian lainnya karena faktor turun-temurun (32%) dan mengikuti petani lain (2%).

2. Pencarian Informasi



3. Tahap Pembelian

Sebagian besar petani membeli langsung di kantor PPKS (51%), melalui hotline WhatsApp (30%), dan aplikasi MySawit (14%). Varietas yang paling banyak dipilih adalah Yangambi (48%) dan Dumpy (27%), dengan frekuensi pembelian rata-rata lebih dari 3 kali per tahun (55%). Jumlah kecambah sekali beli bervariasi antara 100 hingga >1.200 butir, dengan harga Rp8.000 (Rp7.200 setelah diskon).

4. Perilaku Setelah Pembelian

Tingkat kepuasan petani sangat tinggi (98% puas, 100% berencana membeli ulang). Jika harga naik, 91% tetap membeli. Jika varietas yang diinginkan tidak tersedia, 48% petani menunggu, 36% memilih varietas lain, dan hanya 16% yang beralih ke produsen lain. Hal ini menunjukkan loyalitas kuat terhadap kecambah PPKS.

5. Evaluasi Alternatif

