

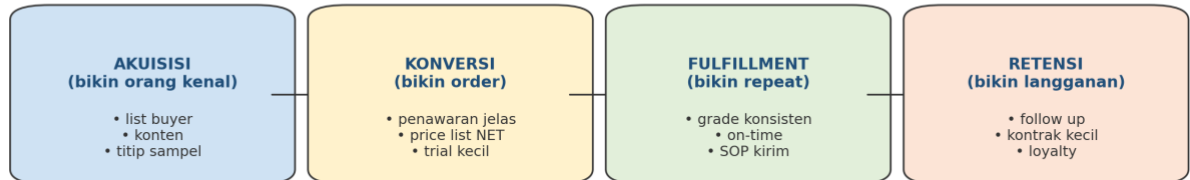
Strategi Jitu Marketing & Penjualan Hasil Panen

Mindset yang bikin menang

Marketing pertanian bukan soal “ramai”. Yang bikin menang adalah: standar mutu jelas, supply stabil, pengiriman tepat waktu, dan komunikasi cepat. Kalau 4 ini kuat, buyer akan repeat dan kamu bisa naik level ke PO/kontrak.

1) Sistem marketing yang benar (bukan sekadar posting)

Sistem Marketing yang ‘jalan’: Akuisisi → Konversi → Fulfillment → Retensi



Marketing pertanian menang bukan yang paling ramai, tapi yang paling konsisten supply & mutu.

Marketing itu sistem. Kalau kamu hanya fokus cari buyer baru tapi fulfillment berantakan, yang terjadi: komplain, retur, reputasi jatuh.

Sistem yang benar:

- Akuisisi: bikin orang kenal + percaya.
- Konversi: bikin mereka order (trial kecil).

- Fulfillment: kirim rapi, grade konsisten, on-time.
- Retensi: bikin langganan & kontrak kecil.

Target utama: repeat order (lebih murah, lebih stabil, lebih kuat daripada cari buyer baru terus).

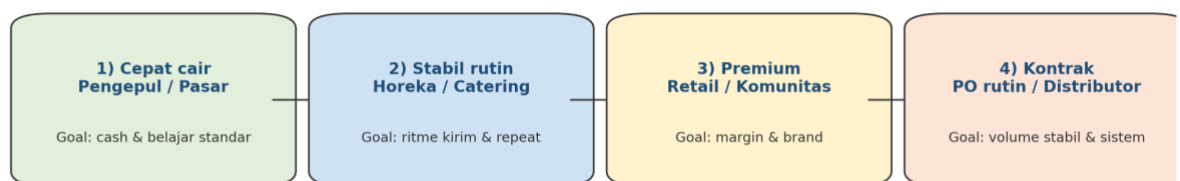
2) Tentukan target buyer (supaya marketing tepat sasaran)

Segmen buyer	Apa yang mereka cari	Cocok untuk	Cara pendekatan tercepat
Pengepul / pedagang pengumpul	volume + kecepatan	cabai, jagung, gabah/padi	datang langsung + uji transaksi kecil
Pedagang pasar / lapak	fleksibel, cepat, campur grade	cabai, kangkung	rutinitas jam belanja + kemasan rapi
Horeka (hotel/resto/catering)	konsistensi & jam kirim	kangkung, cabai, sayur harian	bawa sampel + standar pack + jadwal kirim
Retail modern / toko premium	grade tinggi, packaging, traceability	beras kemasan, cabai grade A, sayur pack	proposal 1 halaman + label batch + SOP retur
Industri / pabrik pakan	standar kadar air & pasokan	jagung	sampel + bukti kadar air + jadwal supply

Reseller / komunitas langganan	praktis, segar, harga net	beras pack, kangkung, cabai	katalog WA + paket langganan + pengantaran rutin
Aturan emas memilih segmen			
Semakin tinggi standar & margin, semakin butuh sistem: QC, kemasan, jam kirim, dan respon komplain. Mulai dari segmen yang 'fit' dengan kemampuan supply kamu saat ini.			

3) Tangga channel: cara naik level tanpa boncos

Tangga Channel: mulai dari yang mudah → naik ke yang stabil → naik ke margin



Saran aman: pegang 2 channel sekaligus (1 cepat cair + 1 stabil).

Strategi aman (yang sering berhasil):

- Pegang 1 channel cepat cair untuk jaga cash.
- Sambil bangun 1 channel stabil (repeat order) lewat standar mutu & ritme kirim.
- Setelah 6–10 pengiriman rapi, naik ke PO kecil/kontrak.

Kesalahan umum: langsung ke order besar tanpa SOP → susut naik → komplain → reputasi jatuh.

4) Buat penawaran yang ‘dibeli’ (produk jelas + harga NET)

Buyer jarang beli karena kamu “punya panen”. Mereka beli karena penawaran kamu jelas:

- Produk: grade, ukuran, kondisi.
- Kemasan: netto, jenis pack, ventilasi.
- Jadwal kirim: hari/jam.
- Harga NET: sudah termasuk packing/ongkir (kalau iya, tulis).
- Aturan QC/retur: toleransi dan batas waktu komplain.
- Kapasitas: berapa kg/minggu (realistis).

Elemen penawaran	Contoh singkat yang kuat
Produk	Cabai Grade A (merah, utuh, bersih) / Grade B (campur ukuran)
Kemasan	Pack 1 kg (plastik berlubang) / Box 5 kg; label batch
Jadwal kirim	Senin–Rabu–Jumat jam 06.00–09.00
Harga	Rp .../kg NET (include packing) + ongkir sesuai jarak
Pembayaran	Cash/DP; tempo hanya untuk buyer repeat
Retur	Komplain max 6 jam setelah terima + foto bukti; toleransi ...%

5) Strategi marketing konvensional (offline) yang paling efektif

A) Metode ‘Buka Pintu’ ke buyer (Horeka/retail)

- Siapkan sampel kecil yang rapi (grade A), plus 1 lembar spesifikasi & harga.
- Datang di jam yang tepat (bukan jam sibuk dapur/ramai pelanggan).

- Tanya standar mereka dulu: grade, pack, jam kirim, aturan retur.
- Tawarkan trial order kecil 1–2 kali pengiriman dulu (buat ngetes sistem).
- Follow up H+1: minta feedback dan catat (buat SOP).

B) Metode ‘Relasi & Ritme’ di pasar/pengepul

- Jual dengan standar timbang yang rapi (timbang bersih, catat transaksi).
- Bawa barang di jam harga bagus (umumnya pagi) dan jaga tampilan segar.
- Bangun 2–3 relasi inti (bukan banyak tapi tidak ada yang loyal).
- Tawarkan supply rutin kecil: ‘setiap Senin & Kamis ada ... kg’ supaya mereka nunggu.

C) Aktivasi offline yang murah tapi ngaruh

- Spanduk/label sederhana di kemasan (nama kebun + WA + jadwal kirim).
- Kartu nama / stiker label di setiap pack (buat repeat order).
- Sampel ke 10 warung makan/catering lokal (khusus kangkung/cabai).
- Ikut bazar/UMKM lokal untuk beras kemasan (uji pasar & brand).

6) Strategi marketing online (tanpa ribet tapi hasil)

A) WhatsApp Business = pusat penjualan paling praktis

- Buat katalog produk (grade/pack/harga/jadwal kirim).
- Siapkan pesan otomatis (sapaan, jam operasional, format order).
- Buat label chat: Prospek, Trial, Repeat, PO, Piutang.
- Simpan template penawaran & follow up (biar cepat respon).

B) Instagram/TikTok: bangun trust + lead (bukan sekadar like)

Pilar Konten Online (biar nggak bingung posting)



Konsisten > viral. Target: 3-5 posting/minggu + katalog WA rapi + follow up rutin.

Kunci konten pertanian: bukti mutu & proses. Jangan cuma foto panen. Tunjukkan:

- grade A vs B (jujur)
- packing & label batch
- panen pagi + naungan
- testimoni buyer

Arahkan semua ke WA katalog untuk order.

C) Marketplace & komunitas

- Marketplace cocok untuk beras kemasan & produk olahan (lebih tahan kirim).
- Komunitas (WA/RT/RW/komplek) cocok untuk sayur pack mingguan (langganan).
- Gunakan sistem pre-order (H-1) untuk menekan susut.

D) Google Business Profile (gratis) untuk buyer lokal

- Buat profil 'Kebun/Supplier Sayur ...' + alamat + jam operasional + foto pack.
- Minta review dari buyer repeat (rating membangun trust).
- Cantumkan nomor WA dan 'jadwal kirim' di deskripsi.

Anti-capek online

Online itu bukan harus viral. Target realistis: 3-5 posting/minggu + WA katalog rapi + follow up rutin. Repeat order yang bikin bisnis hidup.

7) Penawaran yang bikin repeat (paket & langganan)

Model penawaran	Cocok untuk	Cara jalanin	Keuntungan
Trial order kecil	semua channel	kirim 1–2x untuk uji mutu	nambah kepercayaan tanpa risiko besar
Langganan mingguan	komunitas/reseller/Horeka	jadwal tetap; minimal order	volume stabil, cashflow rata
Bundle mix	online/komunitas	paket sayur+cabai / beras+sayur	nilai transaksi naik
Harga bertingkat	Horeka/retail	diskon kecil jika volume stabil	mendorong repeat tanpa perang harga

8) SOP komunikasi penjualan (script siap pakai)

A) Kenalan (WA)

“Halo Pak/Bu ..., saya ... dari ... (kebun/supplier). Kami supply [komoditas] rutin. Boleh saya kirim spesifikasi grade + kemasan + jadwal kirim + harga? Kami bisa mulai dari trial order kecil dulu.”

B) Follow up setelah trial

“Terima kasih Pak/Bu. Boleh saya minta feedbacknya: grade, kemasan, jam kirim, dan hal yang perlu kami perbaiki? Kalau cocok, kami bisa jadwalkan pengiriman rutin [hari/jam] dengan volume kecil tapi stabil.”

C) Minta PO rutin kecil

“Kalau boleh, kita kunci jadwal rutin dulu ya Pak/Bu: [hari/jam], volume [...] kg. Standar grade & toleransi tetap seperti kemarin. Pembayaran [cash/tempo ..]. Saya kirim draft PO sederhana untuk rapi.”

9) KPI marketing & penjualan (yang wajib dipantau)

KPI	Definisi gampang	Target awal yang masuk akal	Kalau jelek → perbaiki
Lead masuk	jumlah calon buyer kontak	10–30/minggu	akuisisi: list buyer, konten, sampel
Conversion rate	lead → trial	10–30%	penawaran: spesifikasi, harga NET, respon cepat
Repeat rate	trial → repeat	>= 50% (ideal)	fulfillment: mutu, on-time, komunikasi
% Grade A	kg grade A / total	naik bertahap	panen/pascapanen/QC
Susut/retur	kg hilang/retur	turun terus	handling, packing, SOP retur
On-time delivery	kiriman tepat jam	>= 90%	jadwal panen, rute, kesiapan packing
Piutang macet	order belum dibayar	seminimal mungkin	term pembayaran & kontrol piutang

10) Rencana 30 hari (praktis) — dari nol sampai ada repeat order

Minggu	Fokus	Checklist hasil yang harus ada
M1	Standar produk + harga NET + aset marketing	price list; definisi grade; foto pack; katalog WA
M2	Akuisisi buyer (offline + online)	list 50 buyer; 20 chat; 10 kunjungan; 3 trial
M3	Perbaiki fulfillment & QC	susut turun; POD rapi; komplain ditangani cepat
M4	Retensi & PO kecil	2 buyer repeat; jadwal rutin; draft PO; kontrol pembayaran
Kalimat kunci untuk sukses penjualan panen		
Volume kecil tapi stabil lebih kuat daripada volume besar tapi putus-putus. Fokus bikin		

buyer repeat lewat mutu, on-time, dan komunikasi yang enak.