

## ANALISIS STRATEGI *MARKETING* DAN PENERIMAAN PASAR PADA PRODUK BIJI ALPUKAT “ALPUKATUIL”

Prasetyon Sepsi Winarno<sup>1</sup>; Muhammad Agil Imawan<sup>2</sup>; Irra Chrisyanti Dewi<sup>3</sup>

Fakultas Pariwisata Universitas Ciputra Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : sepsi@ciputra.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa bagaimana strategi *marketing* dan penerimaan pasar pada produk Alpukatuil yang sudah kami produksi. Harapannya agar penelitian ini bermanfaat di pasaran dan bisa survive di masyarakat. Alpukatuil merupakan produk yang berbahan dasar dari substitusi bubuk biji alpukat. Pendekatan yang kami lakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data melalui wawancara, distribusi kuisisioner, dan dokumentasi. Analisis yang kami lakukan melalui beberapa tahapan yaitu: reduksi data, display data, verifikasi dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan metode triangulasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi *marketing* 7P berpengaruh signifikan pada penjualan Almondtil, sehingga berdampak positif pada penerimaan pasar. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk Alpukatuil diterima di masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari.

Kata kunci : biji alpukat; penerimaan pasar; strategi *marketing*; uji minat pasar

### PENDAHULUAN

Alpukat merupakan buah yang digemari banyak orang dan banyak manfaatnya. Pada umumnya, masyarakat memanfaatkan daging alpukat untuk diolah menjadi makanan dan minuman seperti *sushi*, kue, es campur, jus, dan lain-lain. Termasuk untuk bahan kecantikan dibuat masker wajah. Akan tetapi, dibalik manfaat tersebut, terdapat bagian dari alpukat yakni biji yang tidak dimanfaatkan dan dibuang, sehingga memicu terjadinya pencemaran lingkungan. Biji alpukat yang dibuang dapat menjadi limbah jika tidak dimanfaatkan dengan baik, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Marlina & Pratama (2018) tentang pengambilan minyak biji alpukat dari metode ekstraksi. Biji alpukat menjadi sumber minyak nabati yang bisa dijadikan sebagai bahan pengganti. Biji alpukat dapat diolah menjadi bubuk, sehingga dapat menjadi salah satu bahan pangan. Pemanfaatan biji alpukat menjadi bubuk mulai banyak dilakukan oleh masyarakat, seperti dimanfaatkan menjadi teh, kopi, dan mie. Pada penelitian ini, bubuk biji alpukat dimanfaatkan dalam pembuatan almond krispi keju untuk menggantikan *ground almond*. Menurut Violita et al. (2021) menyatakan bahwa biji alpukat mengandung karbohidrat dan kadar pati yang cukup tinggi, yakni sekitar 23%. Kandungan karbohidrat yang cukup tinggi tersebut juga dimiliki oleh kacang almond, di

mana mempunyai kandungan karbohidrat seberat 6,1 gram untuk setiap 28 gram kacang almond (Frey, 2021). Dengan kandungan karbohidrat yang hampir sama ini, tentunya dapat menciptakan sebuah peluang usaha baru.

Kacang almond merupakan salah satu jenis kacang-kacangan yang dapat diolah menjadi makanan dan minuman, seperti: almond krispi, susu almond, dan *pastry* almond. Dibalik manfaat kacang almond, harga jual di pasaran cukup mahal yaitu kisaran Rp. 50.000,00 untuk 250 gram. Oleh karena itu, harga makanan dan minuman yang memanfaatkan kacang almond menjadi mahal.

Tepung terigu merupakan bahan pangan yang terbuat dari tanaman gandum. Penggunaan tepung terigu merupakan hal yang penting dalam pembuatan makanan seperti *cake* atau *cookies* termasuk almond krispi keju. Berdasarkan tingkat kandungan protein, tepung terigu terbagi menjadi tiga, yaitu: tepung terigu protein rendah, tepung terigu protein sedang, dan tepung terigu protein tinggi. Dalam pembuatan *cookies*, tepung terigu yang digunakan adalah tepung terigu berprotein sedang atau rendah.

Salah satu jenis kue kering yang terkenal di Surabaya adalah almond krispi keju. Kue kering ini muncul pertama kali dan menjadi oleh-oleh yang berasal dari Surabaya, yang memiliki rasa keju, lalu menyebar hingga ke beberapa daerah di Indonesia dan dikembangkan dengan beberapa varian rasa. Rasa manis dan tekstur yang krispi dengan taburan keju dan irisan almond membuat kue kering ini banyak digemari masyarakat (Zakaria & Nurdiani, 2019).

Strategi *marketing* merupakan hal yang penting pada sebuah perusahaan untuk mencapai harapan dan hasil yang maksimal melalui perencanaan yang sudah tersusun sebelumnya. Perusahaan wajib merancang strategi produk, strategi harga, strategi kemasan dan lain-lain untuk memasarkan produknya. Menurut Erstiawan et al. (2021) menyatakan bahwa pendistribusian dan penjualan produk makanan usaha berskala kecil terhambat oleh pasar yang masih dikuasai usaha berskala besar. Selain itu, nilai tambah makanan yang masih kurang disertai pengemasan yang kurang menarik menjadikan produk mereka kurang bersaing di pasaran.

Oleh sebab itu, perusahaan wajib menerapkan strategi *marketing mix* yang terdiri dari 7P, yaitu: *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Strategi 7P dilakukan agar produk tidak kalah bersaing dengan produk yang lain, sehingga nilai kepuasan konsumen

menjadi meningkat (Ravangard et al., 2020). Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Analisis Strategi Marketing dan Penerimaan Pasar Pada Produk Biji Alpukat “Alpukatuil”.

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS (KUANTITATIF) Strategi Marketing**

Strategi *marketing* merupakan usaha untuk memasarkan produk/jasa dengan cara menghasilkan peningkatan pada jumlah penjualan produk/jasa (Adiyanto, 2020). Atmoko (2018) mengemukakan bahwa strategi *marketing* mengarah pada pengklasifikasian pasar, mengidentifikasi sasaran pasar, menentukan *positioning*, dan bauran pemasaran. Dalam penelitian ini menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari 7 elemen yaitu: *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Berikut beberapa hasil penelitian yang dilakukan beberapa peneliti terkait dengan penelitian ini, antara lain:

- a. Yeni (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu)” menyatakan bahwa produk keripik nenas dan rengginang ubi kayu tergolong produk special, karena termasuk produk cinderamata dari Riau, strategi penetapan harga ditetapkan oleh produsen berdasarkan orientasi biaya. Strategi promosi yang dilakukan masih terbatas karena mengandalkan *word of mouth*. Pendistribusian produk dijual melalui pedangan eceran sebesar 75% dan dijual langsung ke konsumen sebesar 25%.
- b. Yung dan Eui (2013) dengan judul “*Studies on The Design Marketing Strategies in The Experiential Economy Through The Case Study of The Starbucks Company*” menyatakan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan Starbucks memadukan strategi pemasaran 4P, sehingga ada keberhasilan dan memberikan pengalaman untuk pelanggan.
- c. Utama dkk. (2021) dengan judul “*Effective Marketing Strategies of Mc. Donalds in Malaysia and Indonesia*” menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Mc. Donald mengetahui restoran ini dari media sosial. Internet dan media sosial efektif memudahkan konsumen mengetahui informasi terbaru seperti menu terbaru lebih cepat. Selain itu, mayoritas pelanggan membeli makanan Mc. Donald karena lebih mudah dijangkau.

H<sub>1</sub>: Strategi marketing 7P secara signifikan diterapkan guna meningkatkan daya jual.

### **Tinjauan Penerimaan Pasar**

Penerimaan pasar merupakan proses di mana pelaku pasar mengadopsi dan menerima produk baru (Ibrahim dkk., 2020). Sedangkan Rauf dkk. (2017) menyatakan bahwa penerimaan pasar tidak hanya ditentukan oleh mutu yang dimiliki oleh suatu produk, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kesukaan panelis terhadap rasa, aroma, warna, dan tekstur dari produk itu sendiri. Oleh karena itu, tingkat kesukaan panelis pada produk dapat memengaruhi penerimaan produk di pasaran. Sehingga, uji organoleptik pun digunakan sebagai alat untuk mengukur daya tingkat penerimaan pasar pada penelitian ini. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Olaoye, et al. (2019) dengan judul “*Consumer Acceptability and Quality Characteristics of Cookies Produced from Composite Flours of Wheat and Banana/Avocado Peels*” menunjukkan bahwa *cookies* dengan bahan campuran dari tepung gandum, kulit alpukat dan pisang yang memiliki kandungan gizi mineral, serat dan abu yang lebih tinggi kadarnya diterima di pasaran dengan baik untuk dikonsumsi sehari-hari karena harga, citarasa dan kemasannya. Apalagi trend saat ini masyarakat ingin mengkonsumsi makanan sehat.

H<sub>2</sub>: Produk Almondtuil berbahan dasar biji alpukat secara positif signifikan dapat diterima pasar.

### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk meneliti kondisi objek alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2013). Penelitian dilaksanakan mulai bulan November 2021 sampai dengan Maret 2022 di Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. Peneliti sebagai instrument utama dalam pengambilan data. Peneliti mendatangi informan dan memberikan sampel Alpuktuil yang sudah dibuat dengan beberapa perlakuan. Sumber data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur. Subjek penelitian terdiri dari panelis bertugas dalam pengujian organoleptik untuk menilai mutu dan sifat sensoris produk, responden bertugas sebagai partisipan pengumpul data dalam pengujian minat pasar, dan informan yang telah membeli produk almond krispi keju. Peneliti

mendistribusikan kuisioner untuk mendapatkan data dari uji organoleptic menggunakan skala likert skala 1-4.

Analisis data dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan, yaitu: 1) metode eksperimen, 2) metode observasi, 3) uji organoleptic, 4) uji ANOVA, 5) uji minat pasar, 6) Analisa statistic deskriptif, dan 7) Analisa data kualitatif. Sedangkan uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan: 1) uji *credibility*, 2) validitas eksternal, 3) realibilitas, dan 4) objektivitas.

### HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Peneliti melakukan uji organoleptik untuk mengetahui sampel resep Alpukatuil terbaik yang disukai oleh para panelis. Pada saat melakukan uji organoleptik, para panelis mengisi kuesioner yang berisi tabel uji kesukaan terhadap rasa, warna, aroma, dan tekstur dari tujuh sampel resep Alpukatuil. Uji organoleptik dilakukan dengan total 90 panelis tidak terlatih yang dilakukan dalam tiga kali pengulangan.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui jumlah panelis tidak terlatih yang mengisi kuesioner uji organoleptik berjumlah 90 orang, dengan persentase 38,88% berjenis kelamin laki-laki dan 72,22% berjenis kelamin perempuan. Pemilihan jenis kelamin panelis dalam uji organoleptik dipilih secara acak karena menyesuaikan lokasi penelitian.

Uji minat pasar untuk mengetahui penerimaan masyarakat terhadap hasil terbaik uji organoleptik terhadap Alpukatuil. Pada uji minat pasar, orang-orang yang menyukai produk Alpukatuil mengisi kuesioner yang ada pada *Google Form* yang berisikan minat masyarakat membeli produk dari sisi harga, label, kemasan, dan tempat pemasaran. Uji minat pasar dilakukan pada 11 orang. Orang-orang yang menyukai produk Alpukatuil diminta untuk mengisi kuesioner dalam *Google Form* yang berisi minat pembelian produk dari segi harga, kemasan, label, dan penjualan (*online/offline*) pada uji minat pasar Asmarantaka, dkk. (2017). Peneliti melakukan uji minat pasar dalam 1 hari pada 42 orang.

#### 1. Usia dan Jenis Kelamin

Peneliti melakukan uji minat pasar pada 42 responden yang telah mencoba produk Alpukatuil. Usia responden paling banyak berumur > 20 tahun dengan jumlah 39 orang dengan persentase sebesar 97% dan usia < 20 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 3%. Jumlah responden perempuan merupakan yang terbanyak pada uji minat

pasar ini dengan jumlah 25 orang atau sebesar 60% dan responden laki-laki berjumlah 17 orang dengan persentase sebesar 40%.

## 2. Harga Produk Alpukatuil

Peneliti telah melakukan uji minat pasar kepada 42 responden. Harga Alpukatuil paling banyak dipilih oleh 67% atau 28 responden senilai Rp. 25.000,00 per 50 gram. Berdasarkan hasil tersebut dan perhitungan harga pokok produksi, peneliti menentukan seharga Rp. 20.000,00 untuk satu toples almond krispi keju berbahan substitusi bubuk biji alpukat dengan berat 50 gram.

## 3. Kemasan Produk Almond Krispi Keju

Sebanyak 83% atau 35 responden memilih toples tabung mika sebagai kemasan Alpukatuil. Sedangkan kemasan mika dengan dibungkus plastik dipilih sebanyak 17% atau 7 responden. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menentukan toples tabung mika sebagai kemasan Alpukatuil.

## 4. Media Pemasaran

Sebanyak 35 orang atau 83,3% memilih sosial media sebagai tempat yang cocok untuk memasarkan produk Alpukatuil. Lalu, 25 orang responden juga memilih produk ini bisa dipasarkan di media *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Selain itu, media pemasaran *offline* dipilih sebanyak 27 responden sebagai media pemasaran produk ini. Peneliti memutuskan untuk memasarkan produk ini di media sosial dan *offline* seperti dijual di toko oleh-oleh atau *bakery*.

## 5. Ketertarikan untuk membeli produk

Berdasarkan hasil uji minat pasar tentang ketertarikan pembelian produk Alpukatuil, sebanyak 39 responden atau 93% tertarik untuk membeli produk ini. Sedangkan, sebanyak 3 responden atau 7% tidak tertarik membeli produk ini.

Penelitian ini merujuk pada Atmoko (2018) dan Yung, dkk. (2013) yang menggunakan strategi *marketing 7P*, sebagai berikut:

### 1. *Product*

Hasil penelitian kreasi produk ini adalah “Alpukatuil” singkatan dari “Alpukat *Tuile*” merupakan produk almond krispi keju dengan substitusi bubuk biji alpukat. Merujuk penelitian Olaoye, dkk. (2019) dalam penerimaan pasar, terdapat karakteristik sensori yang memengaruhi tingkat penerimaan konsumen. Tabel 2 menunjukkan hasil wawancara penerimaan pasar tentang karakteristik sensori (warna, aroma, rasa, dan

tekstur) dari ketiga informan. Berdasarkan pernyataan ketiga informan, produk Alpukatuil memiliki rasa yang enak. Terdapat saran dari dua informan untuk menambah varian rasa, seperti coklat atau teh hijau, dan taburan keju. Aromanya harum khas almond, keju, dan spekulos. Warna produk Alpukatuil coklat yang pas dan tidak terlalu gosong. Ketiga informan memberi respon untuk terlalu renyah, sehingga mudah remuk, dan disarankan dapat menambah ukuran ketebalan.

### 2. Price

Perhitungan harga pokok produksi (HPP) Alpukatuil dengan berat 100 gram sekitar Rp. 13.052,00. Peneliti menambahkan biaya kemasan untuk dua toples seharga Rp. 5.000,00 dan biaya listrik/air Rp. 1730,00. *Mark up* satu resep sebesar Rp. 21.217,00 untuk dua toples Alpukatuil, sehingga menghasilkan harga untuk satu toples seberat 50 gram Rp. 20.000,00. Penelitian Ibrahim, dkk. (2020) dan Rauf, dkk. (2017) menyatakan salah satu faktor penerimaan pasar terhadap produk adalah harga. Tabel 3 menunjukkan wawancara penerimaan pasar tentang harga Alpukatuil. Harga produk Alpukatuil sebesar Rp. 20.000,00 per toples dengan berat 50gram. Menurut ketiga informan, Alpukatuil dapat dijangkau dan murah, dibandingkan harga almond krispi keju di toko oleh-oleh yang lain. Sebagai perbandingan, harga di pasaran untuk 100 gram almond krispi keju sebesar Rp. 70.000,00.

### 3. Place

Pembuatan Alpukatuil dilakukan di rumah peneliti yang berlokasi di Jalan Mohammad Yamin, Kabupaten Krian, Kota Sidoarjo. Penjualan produk hasil dilakukan melalui Instagram, di mana 83,3% responden memilih media *online*. Produk ini juga dijual *offline*, 64,3% responden memilih penjualan melalui toko oleh-oleh atau *bakery*. Peneliti menjual produk kreasi secara *offline* di Warung Pantes.

### 4. Promotion

Peneliti melakukan promosi melalui postingan di fitur *feed* dan *story* Instagram. Hal ini dilakukan karena kecenderungan masyarakat menggunakan Instagram dan Facebook untuk berbelanja mencari barang yang diinginkan. Instagram dan Facebook juga banyak dipakai dari kalangan remaja hingga dewasa. Selain itu, peneliti tidak perlu mengeluarkan biaya untuk melakukan promosi melalui Instagram.

### 5. People

SDM yang melakukan proses produksi hanya satu orang, yaitu peneliti sendiri. Peneliti bertugas mengatur administrasi, keuangan, dan promosi. Selain itu, peneliti juga melakukan kontrol kualitas produk Alpukatuil.

#### 6. *Process*

Proses pembelian Alpukatuil secara *online* di Instagram dimulai dengan pembeli menghubungi penjual melalui *link* nomor Whatsapp yang tertera atau melalui *direct message* (DM). Pemesanan dicatat dan penjual akan memberitahu kapan produk akan dikirim. Proses pembayaran dilakukan setelah barang sampai pada pembeli. Penjual meminta kritik dan saran dari pembeli, sehari setelah menerima dan mengonsumsi Alpukatuil. Penjualan secara *offline* dimulai dengan pembeli melihat produk di etalase Warung Pantes, kemudian melakukan pembayaran di kasir.

#### 7. *Physical Evidence*

Produk Alpukatuil dikemas dengan toples mika berbentuk tabung agar produk terlihat oleh para pembeli. Selain itu, juga diberi label berlogo biji alpukat yang menandakan bahwa produk terbuat dari biji alpukat. Merujuk penelitian Ibrahim, dkk. (2020) dan Rauf, dkk. (2017), salah satu faktor yang memengaruhi tingkat penerimaan pasar adalah kemasan dan label. Tabel 4 memuat pernyataan informan tentang kemasan dan label produk Alpukatuil. Berdasarkan pernyataan ketiga informan, pilihan menggunakan toples mika berbentuk tabung sesuai benar untuk produk Alpukatuil dan label yang tertera cantik dan bagus. Terdapat saran untuk menambah ukuran kemasan, agar terdapat pilihan ukuran saat pembelian produk Alpukatuil.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji organoleptik dengan uji ANOVA pada 90 panelis yang berbeda diketahui almond krispi keju berbahan substitusi bubuk biji alpukat dengan perlakuan oven konsentrasi 5%.
2. Hasil uji minat pasar menunjukkan produk Alpukatuil menarik para responden untuk membeli.
3. Strategi *marketing* 7P, meliputi: a) Produk Alpukatuil singkatan dari “alpukat *tuile*”; b) Harga per toples Rp. 20.000,00 dengan berat 50 gram; c) Tempat penjualan *online* melalui Instagram, penjualan *offline* di Warung Pantes; d) Promosi melalui postingan di fitur *feed* dan *story* Instagram; e) SDM yang melaksanakan proses produksi hanya



satu orang; f) Proses pembelian Alpukatuil melalui Instagram, *link* nomor Whatsapp yang tertera atau *direct message* (DM) Instagram, sedangkan penjualan offline pada kasir Warung Pantes; g) Produk Alpukatuil dikemas dengan toples mika berbentuk tabung, ada label dengan logo biji alpukat yang menandakan produk tersebut berbahan dasar dari biji alpukat.

4. Hasil penerimaan pasar menunjukkan rasa, warna, aroma, dan tekstur produk Alpukatuil memiliki rasa yang enak, warna coklat yang pas, aroma harum, dan tekstur yang renyah.

Adapun saran yang perlu diperhatikan adalah:

1. Penjualan Alpukatuil sebaiknya dijual di *e-commerce*, agar bisa dikirim ke luar kota melalui kurir ekspedisi supaya dapat meningkatkan penjualan produk.
2. Menambah ukuran ketebalan Alpukatuil, sehingga memiliki tekstur yang tidak mudah remuk apabila terkena guncangan.
3. Penelitian selanjutnya dapat meluaskan jangkauan pasar secara *online* agar semakin banyak orang mengetahui produk Alpukatuil.

#### REFERENSI

- Adiyanto, Yoga. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Ranging (Rengginang) di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*. 13(2):267-276.
- Agusman, 2013. Pengujian Organoleptik. Program Studi Teknologi Pangan. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Alissa, K., Hung, Y. C., Hou, C.Y., Lim, G. C. W., dan Ciou, J. Y. 2020. *Developing New Health Material: The Utilization of Spray Drying Technology on Avocado (Persea Americana Mill) Seed Powder*. *Foods* 2. 9(2):139.
- Arikunto, S. 2013. Manajemen Penelitian. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ariani, Desi dan Dwiyanto, B.M. 2013. Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management*. 2(3):1-10.
- Atmoko, T. P. H. 2018. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. 1(2):83-96.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J. dan Istiqomah, R. R. 2020. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kusumawaty, Yeni. 2018. Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*. 20(2): 124-138.
- Marlina, L. dan Pratama, D. W. 2018. Pengambilan Biji Alpukat Dengan Metode Ekstraksi. *TEDC*. 12(1):31-37.

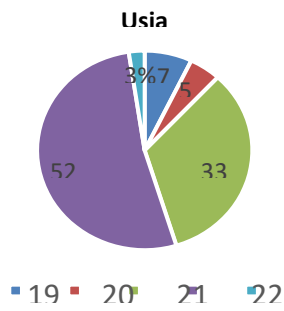
- Miles, M. B. Huberman, A.M. dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis*. California: Sage Publication.
- Moleong, L. J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mugiono, Marwati, S., dan Awami, S.N., 2014. Analisis Pendapatan Usaha Gula Merah Kelapa (Studi Kasus di Desa Medono Kecamatan Kaliwiro Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*. 10(2):22-31.
- Oh Z.J., Utama, A.A.G.S., Musa, W.N.A.B.W., Hasly, W.B., Al-Rifae, R.F.B., Hussain, N.S.A.B.M., Andriawan, N. 2021. *Effective Marketing Strategies of McDonald's in Malaysia and Indonesia*. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*. Vol 6(2):33-46.
- Olaoye, O. A., Ekeh, J. I., Okakpu, C. J., dan Uka, A. C. 2019. *Consumer Acceptability and Quality Characteristics of Cookies Produced from Composite Flours of Wheat and Banana/Avocado Peels*. *Journal Analysis Food Science and Technology*. Vol 20(1):56-64.
- Rastini, E. K., Minah, F. N., Puspita, A., dan Berliana, R. 2017. Pemanfaatan Sumber Omega - 9 dari Substitusi Tepung Biji Alpukat (*Persea Americana M.*) Dalam Pembuatan Keripik Simulasi. *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi di Industri*. ISSN 2085-4218.
- Sholikhah, Amirotnun. 2016. *Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif*. 10(2):342-362.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tugiyanti, E., Iriyanti, N., dan Apriyanto, Y. S. 2019. *The Effect of Avocado Seed Powder (Persea americana Mill.) on The Liver and Kidney Functions and Meat Quality of Culled Female Quail (Coturnix Coturnix Japonica)*. *Journal Vet World*. 12(10): 1608-1615.
- Yung, J. J. dan Eui, C. J. 2013. *Studies on the Design Marketing Strategies in the Experiential Economy through the Case Study of 'the Starbucks Company'*. *Jurnal Studies on the Design Marketing Strategies in the Experiential Economy*. 4:30-36.
- Zaidiyah, Rahmiati, T. M., Sunartaty, R., dan Faisal, A. 2020. Pemanfaatan Pati Biji Alpukat (*Persea Americana*) Pada Pengolahan Makanan Tradisional (Dodol). *Jurnal TEKSAGRO*. 1(1): 38-45.
- Zulhida, Rahmi dan Tambunan, Hery Sugianto. 2013. Pemanfaatan Biji Alpukat (*Persea Americana Mill*) Sebagai Bahan Pembuat Pati. *Jurnal Agrium*. 18(2): 144-148.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

#### GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

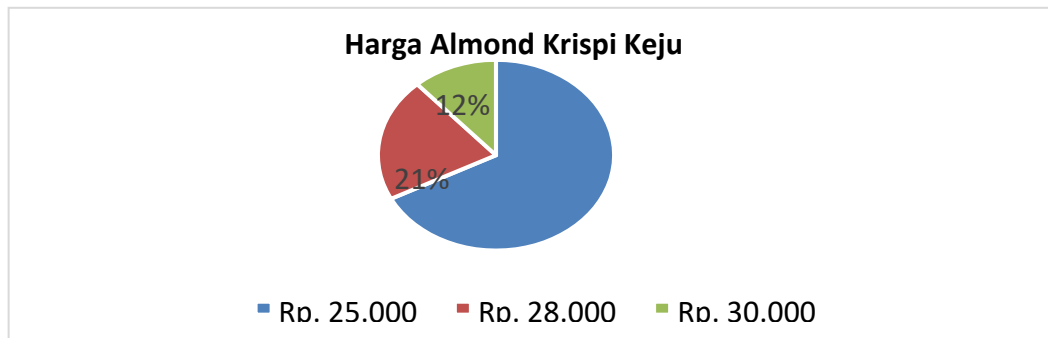
Tabel 1. Hasil Analisis Profil Jenis Kelamin

Nomor	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase
1.	Laki-Laki	35	38,88%
2.	Perempuan	65	72,22%
Total		90	100%

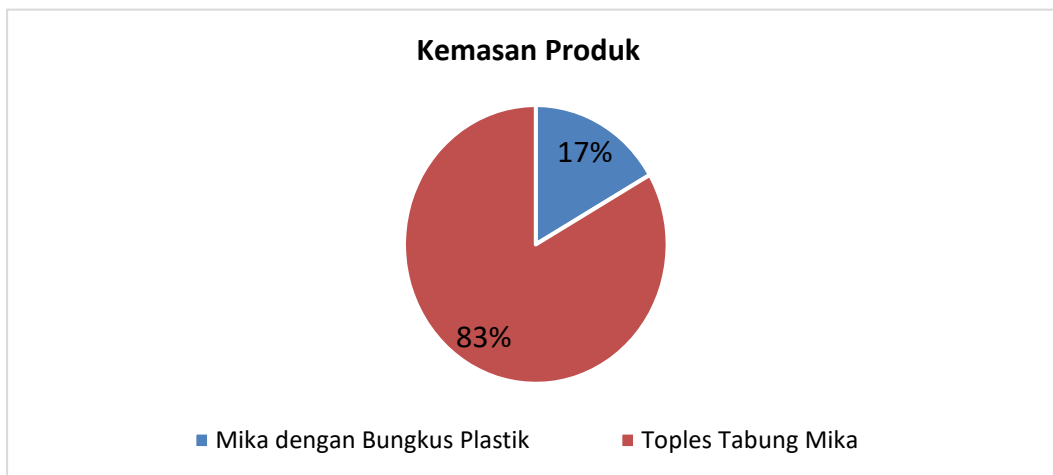
Sumber: Data Diolah (2022)



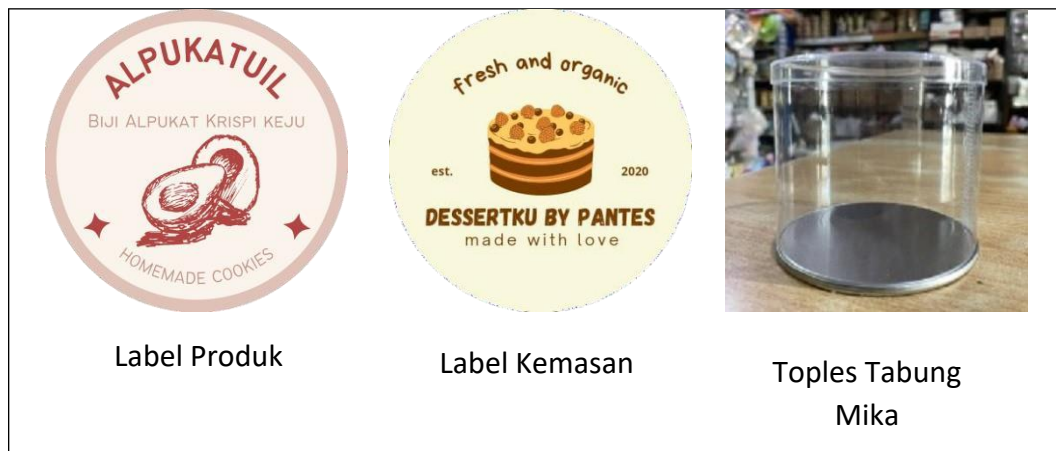
Gambar 1. Usia Responden  
Sumber: Data Diolah (2022)



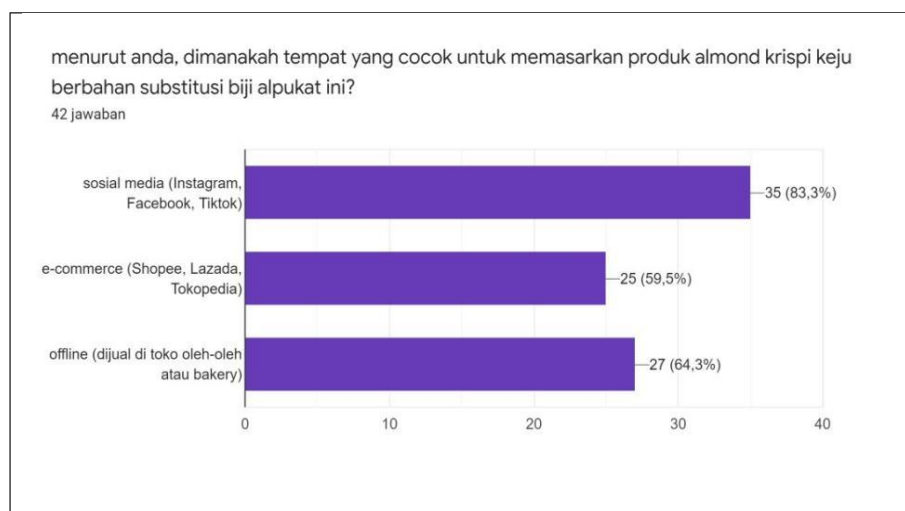
Gambar 2. Hasil Uji Minat Pasar (Harga)  
Sumber: Data Diolah (2022)



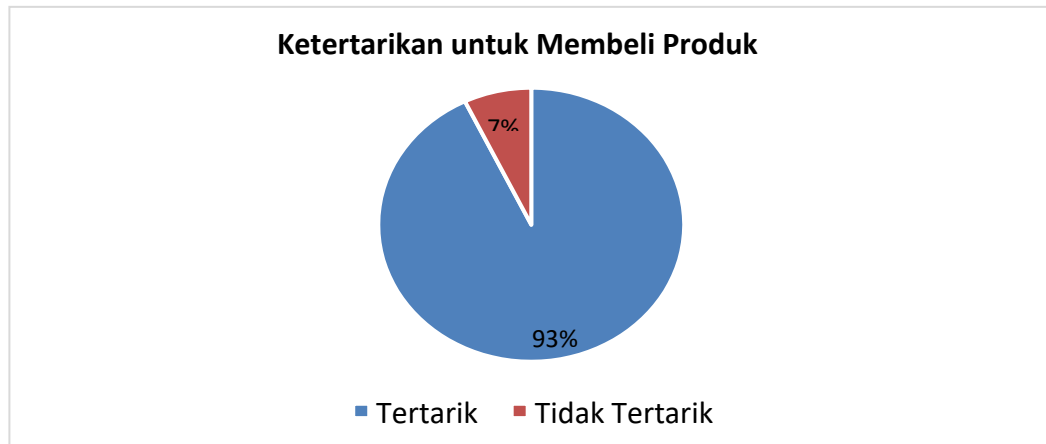
Gambar 3. Hasil Uji Minat Pasar (Kemasan)  
Sumber: Data Diolah (2022)



Gambar 4. Label dan Kemasan Produk  
Sumber: Data Diolah (2022)



Gambar 5. Media Pemasaran  
Sumber: Data Diolah (2022)



**Gambar 6. Ketertarikan Pembelian Produk**  
Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 2. Penerimaan Pasar Karakteristik Sensori Produk Alpukatuil

Pernyataan	Informan		
	Adinda	Ibra	Silvia
Rasa	Rasa sudah enak, mungkin varian rasa bisa diperbanyak lagi.	Rasa enak sekali.	Rasa sudah pas. Keju bisa dibanyakan agar lebih enak lagi.
Aroma	Aroma spekulos harum sekali.	Aroma terasa. keju ya	Aromanya enak keju dicampur sama almond
Warna	Warna bagus. sudah	Warna agak sedikit coklat.	Warna cantik sudah
Tekstur	Mungkin bisa ditebalkan lagi, agar tidak terlalu renyah dan tidak mudah remuk.	Renyah, pas. sudah	Tekstur bisa lebih dikeraskan lagi agar tidak mudah remuk.

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 3. Penerimaan Pasar Tentang Harga Produk Alpukatuil

Pernyataan	Informan		
	Adinda	Ibra	Silvia
Harga	Harga sudah murah, daripada membeli di toko oleh-oleh.	Harga sudah terjangkau.	Harga murah

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 4. Penerimaan Pasar Tentang Kemasan dan Label Produk Alpukatuil

Pernyataan	Informan		
	Adinda	Ibra	Silvia
Kemasan	Pilihan kemasan sudah benar. Menghindari barang pecah. Dan label sudah bagus	Kemasan bagus. Bisa ditambah lagi pilihan ukuran kemasannya agar ada pilihannya.	Kemasan sudah cantik, dan labelnya sudah bagus.

Sumber: Data Diolah (2022)