

METODOLOGI

7. Uraian yang anda ketahui tentang lokasi ! (gunakan minimal 3 referensi)

Koperasi Samosir kasih sinergi adalah suatu koperasi yang berada di Desa Tanjung, Kec.Simanindo, Kab. Samosir, yang merangkul beberapa kelompok tani. Koperasi Samosir kasih sinergi memiliki lahan kurang lebih seluas 300 ha lahan. Memiliki kandungan tanah yang khusus yang sangat baik untuk budidaya. Koperasi ini memproduksi dalam bidang hortikultura khususnya budidaya sayur kol, kentang, sawi putih, cabai merah, tomat, dan wortel.

Koperasi Samosir kasih sinergi telah mengekspor sayur mayur ke taiwan sebanyak 16 ton yang terdiri dari sayur wortel, kol, dan sayur putih. Koperasi ini sudah bekerjasama secara resmi dengan PT. MGH Group.

Tujuan berdirinya koperasi Samosir kasih sinergi ini untuk mengajak masyarakat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan petani di kabupaten Samosir. Koperasi ini juga menjadi tempat untuk memudahkan petani menjadi pengusaha yang mandiri dan sukses dengan binaan koperasi Samosir kasih sinergi, di mana untuk mencapai visi Pemerintah Kab. Samosir yaitu terwujudnya masyarakat Samosir yang sejahtera, mandiri dan berdaya saing berbasis pariwisata dan pertanian.

8. Lokasi dan Waktu Intership

a. Tempat/lokasiinternship	Kopersi Samosir Kasih Sinergi Desa Tanjung, Kec.Simanindo, Kab.Samosir
b. Waktu intership	April – juni

9. Data apa saja yang anda butuhkan untuk memperoleh/ mencapai tujuan anda dalam intership ?

1. Strategi Pemasaran produk hortikultura sayur.
2. Kelayakan usaha tani produk hortikultura sayur.

10. Cara apa yang anda akan gunakan untuk memperoleh data yang anda butuhkan?

1. Observasi pengamatan langsung pada objek yang di teliti.
2. Wawancara langsung, dengan menggunakan daftar pertanyaan kuesioner.
3. Mencatat seluruh data yang di butuhkan untuk penelitian.
4. Camera untuk dokumentasi praktik.

11. Bentuk kontribu siapa yang akan dapat anda berikan dari kegiatan intership (silahkan centang)

- Artikel populer
- Laporan praktek baik
- Laporan metode baru
- Laporan Analisa praktis

HASIL DAN PEMBAHASAN

12. Uraikan hasil (temuan) yang diperoleh terkait dengan masalah, komoditi, konsentrasi, model bisnis dan informasi tentang industri yang diangkat pada proposal. Kemudian dilengkapi dengan pembahasan pada masing-masing temuan tersebut dengan tetap mengacu dan menggunakan pertimbangan referensi/ teori dasar terkait komoditi, konsentrasi, model bisnis dan informasi tentang industri yang akan anda hadapi dalam INTERNSHIP pilih ! (minimal 5 referensi).

I. Profil Perusahaan Internship

Koperasi Samosir kasih sinergi adalah suatu koperasi yang berada di Desa Tanjungan, Kec.Simanindo, Kab. Samosir, yang merangkul beberapa kelompok tani. Koperasi Samosir kasih sinergi memiliki lahan kurang lebih seluas 300 ha. Memiliki kandungan tanah yang baik untuk budidaya sayur mayur. Koperasi ini memproduksi dalam bidang hortikultura khususnya budidaya sayur kol, kentang, sawi putih, cabai merah, tomat, dan wortel. Seperti yang kita ketahui bahwa sayur merupakan komoditi yang cukup strategis, karena hampir semua masyarakat Indonesia mengkonsumsinya. Sayur mayur adalah salah satu sumber vitamin dan mineral yang biasanya di konsumsi dalam bentuk segar atau bumbu masakan, selain itu dapat di olah sebagai bahan baku industri makanan seperti pengalengan sayur dan lain sebagainya.

Tujuan berdirinya koperasi Samosir kasih sinergi ini untuk mengajak masyarakat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan petani di kabupaten Samosir. Koperasi ini juga menjadi tempat untuk memudahkan petani menjadi pengusaha yang mandiri dan sukses dengan binaan koperasi Samosir kasih sinergi, di mana untuk mencapai visi Pemerintah Kab. Samosir yaitu terwujudnya masyarakat Samosir yang sejahtera, mandiri dan berdaya saing berbasis pariwisata dan pertanian.

Koperasi Samosir Kasih Sinergi adalah sebuah Koperasi yang bergerak di bidang pertanian. Meskipun di sebut sebagai koperasi yang memproduksi sayur mayur ada beberapa cara yang dapat di lakukan untuk meningkatkan produksi dengan budidaya dan pasca panen. Salah satu hal yang perlu di perhatikan dalam budidaya sayur mayur adalah kualitas hasil tanaman yang tercukupi. Sayur mayur terlihat mahal jika memiliki kualitas sayur yang baik.

Kita ketahui bahwa pengembangan pertanian saat ini masih mempunyai peranan yang strategis dalam pengembangan ekonomi di Koperasi samosir kasih sinergi. Skala usaha tani di koperasi masih sangat kecil sehingga kurangnya efisiensi pemasaran. Selain itu kemampuan petani untuk membiayai usaha taninya sangat terbatas, sehingga produktifitas yang di capai masih di bawah produktivitas potensial. Salah satu sebab rendahnya produksi yang pertama Koperasi samosir masih melakukan pembenahan baik itu dari segi pengolahan hingga pemasaran produk. Kedua, tidak menggunakan budidaya anjuran yang artinya perawatan yang kurang maksimal, dan pasca panen yang masih menerapkan secara tradisional. Petani masih tidak terlalu banyak seperti pembelian pupuk dan pestisida, semua berharap atas bantuan pemerintah setempat (Setjen DPR-RI, 2015)

Desa Tanjungan merupakan salah satu desa di Kec. Simanindo Kab. Samosir dimana tempat tersebut memiliki potensi untuk mengembangkan berbagai jenis tanaman, utamanya adalah jenis tanaman semusim. Jenis tanaman semusim yang di usahakan adalah sayur-sayuran berupa sayur sawi putih, wortel, kentang, tomat, cabe merah. Karena sayur merupakan sayuran yang murah, mudah busuk atau tidak tahan lama di simpan. Berdasarkan ciri-ciri tersebut, maka sayuran perlu mendapatkan penanganan yang intensif mulai dari prapanen, pasca panen sampai dengan pemasaran sehingga dapat sampai ke tujuan dengan keadaan yang masih segar. Umur penyimpanan sayuran di koperasi terbilang relatif pendek yang dapat bertahan sekitar 2-3 hari yang mengakibatkan petani memerlukan pemasaran yang cepat (Ibrahim, 2014).

Pada umumnya petani di desa Tanjungan memiliki kelemahan dalam kegiatan pemasaran di hasil panennya, termasuk petani sayur belum memiliki sistem pemasaran yang memadai. Untuk saluran distribusinya di koperasi terdapat saluran pemasaran langsung. Pemasaran yang oleh petani sering kali di hadapkan dengan persoalan harga sayuran yang tidak stabil atau fluktuatif, sehingga hasil pendapatan yang di hasilkan oleh petani relatif rendah jika di dibandingkan dengan pengeluaran petani. Hal ini menunjukkan pemasaran sayur yang tidak optimal dalam pembagian keuntungan yang diterima petani relatif rendah (Farid et al., 2014).

Harga produk pertanian selalu mengalami fluktuasi yang bergantung pada perubahan yang terjadi dalam jangka pendek yaitu dalam waktu perbulan, perminggu, bahkan perhari. Keadaan tersebut, petani sulit melakukan perencanaan produksi dan pedagang juga kesulitan untuk memperkirakan permintaan. Salah satu yang mempengaruhi adalah kurangnya informasi, keputusan yang lemah, memaksa petani menjualkan produk dalam posisi tawar yang rendah di pasar. Sehingga menyebabkan pendapatan yang diperoleh petani menjadi yang rendah (Nugraha et al., 2019).

II. Strategi Pemasaran

Koperasi Samosir Kasih Sinergi merupakan salah satu desa yang mempunyai potensi yang dapat di kembangkan untuk tanaman sayuran Hortikultura, seperti cabe merah, sawi putih, wortel, kentang dan lain sebagainya. Namun petani yang bekerja di Koperasi belum mengembangkan usaha taninya, yang artinya masih menggunakan pengalaman mereka sendiri. Keberhasilan suatu usaha tidak terlepas dari faktor-faktor dalam usaha tersebut baik dari ruang lingkup eksternal dan internal yang di hadapi Koperasi Samosir Kasih Sinergi dalam mengembangkan usaha sayuran, sebab itu di pengaruhi oleh faktor-faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang di miliki oleh petani koperasi samosir kasih sinergi, sedangkan faktor-faktor eksternalnya meliputi peluang dan ancaman.

Berikut di simpulkan analisis SWOT pengembangan usaha tani sayuran di Koperasi Samosir Kasih Sinergi di pengaruhi oleh dua faktor, faktor yang pertama berada pada bisnis sendiri yaitu kekuatan dan kelemahan, serta faktor luar bisnis yaitu peluang atau kesempatan dan ancaman:

Analisis Internal	
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
<ul style="list-style-type: none"> - Koperasi Samosir Kasih Sinergimemiliki potensi pertanian yaitubudidaya sayur mayur yang cukup besar sehingga mampumenghasilkan produk-produkpertanian yang berkualitas, hal ini mendukungdalam pengembangan produksi sayurbaik untuk luasan pengembanganlahan maupun fasilitas penunjangnya. - Memiliki pengalaman berusahatani. - Jangkauan aksesibilitas dari lokasi budidaya hingga ke pemasaran cukup memadai. - Sayuran yang di produksi selalu ada. - Memiliki lahan yang luas kurang lebih 300 ha. 	<ul style="list-style-type: none"> - Koperasi Samosir Kasih Sinergi masih melakukan pembenahan. - Keterbatasan modal. - Komitmen Anggota kelompok tani di Koperasi Samosir Kasih Sinergimasih rendah. - Pengetahuan masih rendah. - Kurangnya perhatian penyuluh. - Teknologi produksi masih terbatas. - Sistem strategi pemasaran yang masih rendah. - Kualitas mutu tanaman masih kurang memenuhi standar yang di tetapkan oleh perusahaan dengan skala yang besar. - Kurangnya sarana informasi pasar. - Peralatan dan teknologi olahan masih terbatas dan tradisional.

Analisis Eksternal	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Treats</i>)
<ul style="list-style-type: none"> - Permintaan akan sayuran yang tinggi di Kab. Samosir. - Pasar di Samosir masihmembutuhkan sayuran. - Loyalitas pelanggan. - Lahan usaha tani berdekatan dengan pasar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum adanya kebijakan pengembangan lokasi lahan untuk fungsi pertanian tanaman sayuran pada tata ruang wilayah Kab. Samosir. - Pada musim kemarau air susah di dapat sehingga proses pertumbuhan sayuran berpengaruh pada kualitas. - Pengoptimalan pada pengaplikasian pemberian pupuk masih kurang. - Tanaman terserang hama dan penyakit. - Iklim dan cuaca tidak menentu.

Strategi S-O

Adapun strategi yang di sebut untuk meningkatkan pemasaran produksi sayur mayur di Koperasi Samosir Kasih Sinergi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada adalah sebagai berikut :

1. Memanfaatkan semaksimal mungkin lokasi dan lahan yang strategis bagi pengembangan promosi.
2. Memacu pembinaan sumber daya manusia dan mengoptimalkan dukungan pemerintah dalam memanfaatkan jaringan pemasaran dan pemasaran online yang cukup berkembang untuk memacu produsen.
3. Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia yang telah di bina dalam memahami jaringan pemasaran yang cukup berkembang.

Strategi W-O

Strategi yang digunakan untuk memasarkan sayur di Koperasi Samosir Kasih Sinergi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Memaksimalkan serta keahlian setiap pekerja maupun petani semakin baik melakukan pasca panen.
2. Melakukan promosi dengan memanfaatkan jaringan pemasaran secara onlinemaupun offline.

Strategi di atas perlu di lakukan untuk memanfaatkan modal dengan tepat untuk meningkatkan promosi dan pemasaran dengan cara pelaksanaan strategi di lokasi pasar.

Strategi S-T

Adapun strategi untuk meningkatkan pemasaran sayur di Koperasi Samosir Kasih Sinergi dengan melihat kekuatan dan ancaman adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah mendukung usaha produsen dengan membantu penyediaan pupuk dan bibit yang beragam.
2. Pemerintah mendukung dalam membentuk kelompok-kelompok tani yang terstruktur.
3. Memanfaatkan sumber daya manusia yang telah di bina memberi penyuluhan kepada produsen agar membudidayakan sayur untuk mengikuti pangsa pasar dan memenuhi permintaan.

Strategi ini perlu dilakukan, karena dengan dukungan pemerintah dapat menciptakan asosiasi tani sayuran yang lebih jelas.

Strategi W-T

Adapun strategi peningkatan pemasaran dalam produksi sayur di Koperasi Samosir Kasih Sinergi dengan melihat kelemahan dan ancaman sebagai berikut :

1. Meningkatkan kegiatan penyuluhan serta promosi untuk memperluas pemasaran kepada masyarakat sehingga menambah pelanggan.
2. Meningkatkan peran kelompok-kelompok tani bersama melakukan pemasaran yang lebih rutin, menambah keragaman produksi sayuran sehingga dapat menambah permintaan dan pelanggan.

Dengan meningkatkan peran kelompok-kelompok tani, maka dapat meningkatkan kegiatan promosi dan pemasaran untuk menambah permintaan dan meningkatkan jaringan pemasaran.

Dari hasil observasi pemasaran produksi sayur di Koperasi Samosir Kasih Sinergi di lihat dari faktor internal dan faktor eksternalnya, dimana kedua faktor tersebut mempengaruhi kelemahan dan kekuatan dari strategi pemasaran yang di gunakan di Koperasi Samosir Kasih Sinergi. Adapun pengamatan yang ada bahwa kekuatan produksi sayur di Koperasi Samosir adalah keunggulan yang menjadi membeda bagi yang lain. Adapun ditemukan juga bahwa kekuatan variabel internal di anggap berpengaruh erat dengan pemasaran yang meliputi empat bagian yaitu produksi, oprasi, sumber daya manusia, dan bauran pemasaran. Pemasaran yang di terapkan di

Koperasi Samosir Kasih Sinergi masih belum dalam jangkauan luas hanya terbatas pada tempat-tempat, dan pasar tertentu. Sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi produksi bahan sayur di Koperasi Samosir masih perlu melakukan pengembangan prasarana pemasaran, tidak hanya berfokus pada satu tempat atau satu daerah tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian praktik langsung dan hasil wawancara pelaksanaan Kegiatan pemasaran yang dilakukan di Koperasi Samosir Kasih Sinergi yang di gunakan elemen pada konsep bauran pemasaran, yaitu bauran Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Distribusi (*Place*). Kegiatan pemasaran yang dilakukan petani sudah mengacu pada konsep bauran pemasaran.

III. Strategi Produk

Pada aspek produk ini koperasi samosir kasih sinergi, petani tidak mengalami kesulitan dalam pengadaan bibit karena bibit di terima dari sumbangan pemerintah Kab. Samosir. Berdasarkan hasil observasi langsung perusahaan menerima sebanyak 76,70% sumbangan bibit dari pemerintah, dari kelompok tani sebesar 21,70%, sedangkan dari koperasi itu sendiri menyediakan bibit sebesar 1,60% dari nilai persentasinya. Dalam menjual sayur mayur Koperasi Samosir Kasih Sinergi menerapkan kepada petani produsen memiliki standar tersendiri untuk dapat di jual ke konsumen, sehingga petani produsen sayuran harus lebih memperhatikan ciri-ciri sayuran yang layak di pasarkan.

IV. Strategi Harga

Berdasarkan hasil praktik kerja lapangan di Koperasi Samosir Kasih Sinergi penentuan harga di tingkat petani sayuran di desa Tanjungan di tentukan berdasarkan mekanisme pasar pada umumnya di lakukan secara tawar menawar dan juga dengan cara kesepakatan. Namun karna petani sebagai penjual menghadapi pembeli dalam jumlah banyak sehingga harga yang terjadi tidak dapat di pengaruhi oleh petani. Hal ini mengingatkan bahwa pedagang pengepul harus memiliki modal untuk melakukan pemasaran dan paling mampu mengakses pasar, maka penetapan harga beli sayur kepada petani sangat tergantung terhadap pengepul. Harga yang di bayarkan oleh pengepul harus di dasarkan kepada harga yang di bentuk pasar.

Berdasarkan hasil observasi langsung di pasar untuk sayuran sawi putih, tomat, kentang, wortel, cabe merah di jual secara perkilogram. Untuk harga stabil sawi putih per Kg Rp. 6.500-10.500, sedangkan jika harga anjlok harga sayur tersebut mencapai harga Rp. 3.500-5000. Untuk harga tomat Per Kg Rp. 11.500-15.000, jika harga anjlok pasar menerima harga sebesar Rp.3000-5000. Untuk sayur kentang patok harga yang di berikan pasar Rp.12.000-16.000, untuk harga anjlok sebesar Rp.5000-8000. Untuk komoditi wortel Pasar memberikan patokan harga sebesar Rp. 10.000-12.000, jika harga anjlok mencapai Rp.3000-5000/ Kg.

V. Strategi Distribusi

Berdasarkan observasi langsung di tempat Internship, jalur distribusi yang di pakai Koperasi Samosir Kasih Sinergi distribusi sayur mayur hingga ke tangan konsumen memiliki saluran distribusi yaitu :

1. Petani
2. Pedagang pengepul
3. Pedagang pengecer
4. Konsumen

Dilihat dari saluran pemasaran sayuran di lokasi internship menunjukkan bahwa terdapat dua lembaga pemasaran terlibat di antaranya petani produsen melakukan proses pemasaran sayuran melalui pedagang pengepul dengan penentuan harga di dominasi oleh pedagang pengepul dan menempatkan petani sebagai penerima harga, dimana petani memberikan hak berupa keputusan apakah menerima atau menolak harga yang di berikan oleh pedagang pengepul (Miftah et al., 2019).

VI. Strategi Promosi

Di lokasi internship promosi yang di lakukan oleh Koperasi Samosir Kasih Sinergi dalam mempromosikan hasil sayurannya hanya menggunakan promosi secara personal selling dan belum ada meggunakan promosi dalam bentuk lain yang artinya Koperasi tersebut masih dalam pembenahan dalam strategi pemasaran. Petani-petani tersebut hanya menjualkan sayurannya kepada pengepul dimana sudah menjadi langganan atau juga sebagai saluran langgsung ke konsumen, yang mengetahui bahwa di Desa Tanjungan merupakan Desa dimana menjadi salah satu Koperasi yang membudidayakan serta menjual hasil pertanian.

Berdasarkan hasil internship di Koperasi Samosir Kasih Sinergi Desa Tanjungan, Kec. Simanindo, Kab. Samosir di simpulkan bahwa untuk strategi pemasaran sayur mayur di Koperasi yaitu menggunakan strategi bauran pemasaran di antaranya adalah pertama melakukan strstegi bauran prodak di mana merupan strstegi petani yang memproduksi komoditi unggulan baik itu dari sawi putih, wortel, kentang, tomat, cabe merah, mempunyai kualitas dan kuantitas yang merupakan salah satu vaktor penentu untuk mempengaruhi keunggulan harga bersaing dalam indutrsi sayuran. Sedangkan untuk petani produsen harus memperhatikan ciri-ciri baik itu kualitas maupun kuantitassayuran yang layak di pasarkan. Untuk mengoptimalkan penerapan strategipemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran sayur mayur yang baik dan berdasarkan hasil yang di peroleh dari tempat internship di peroleh satu kendala mengenai strategi pemasaran yaitu: Koperasi harus menciptakan produk yang berkualitas dan memiliki mutu tinggi dimana ke duanya adalah menunjukkan bahwa prodak tersebut memiliki nilai harga jual yang sesuai (Kurniawati, 2018).

PENUTUP

Kesimpulan :

Koperasi Samosir Kasih Sinergi merupakan Koperasi yang bergerak di bidang budidaya tanaman sayur mayur. Di Koperasi Samosir Kasih Sinergi tanaman sayur yang di budidayakan yaitu sawi putih, wortel, kentang, cabe merah, dan tomat. Sayur merupakan komoditi yang cukup strategis, karna hampir semua masyarakat Indonesia mengkonsumsinya. Sayur mayur adalah salah satu sumber vitamin dan mineral yang biasanya di konsumsi dalam bentuk segar atau bumbu masakan, selain itu dapat di olah sebagai bahan baku industri makanan seperti pengalengan sayur dan lain sebagainya.

Pada umumnya strategi pemasaran yang di lakukan oleh petani sayuran di Koperasi Samosir Kasih Sinergi dalam komponen bauran pemasaran dengan mengimplementasikan strategi produk, harga, promosi dan distribusi masih tergolong rendah. Faktor- faktor yang mempengaruhi strategi produk adalah pasar prodak sayuran dan motivasi. Strategi harga dipengaruhi oleh sikap, motivasi, pasar prodak sayuran dan pasar sarana produksi. Strategi promosi di pengaruhi oleh penghasilan luar usahatani sayuran, sikap, dan kohesi kelompok.

Saran :

Berdasarkan praktek kerja lapangan langsung, maka diperoleh saran berupa Ada baiknya perusahaan membuat strategi ekspansi pasar dengan cara menonjolkan daya tarik aktivitas pertanian yang memiliki banyak komoditi yang dapat dinikmati oleh petani, karena di sebuah Perusahaan tersebut memiliki komoditi unggulan yaitu memproduksi tanaman berbagai jenis tanaman sayur dan juga di sarankan untuk Koperasi Samosir Kasih Sinergi perlu memperluas pasar dengan cara mempromosikan hasil pertanian lebih luas lagi supaya memperoleh hasil produksi yang tinggi, dan juga memperoleh partipasi dari Pemerintah daerah dan masyarakat untuk sebagai penggerak majunya suatu Koperasi.