

PENDAHULUAN

Saluran pemasaran

a. Peluang atau potensi

Pada masa pandemic Covid-19, hobi budidaya tanaman hias sangat diminati. Menurut Putri et al., (2018) Di Indonesia terdapat 5 tanaman hias dengan produksi tertinggi yakni anggrek, krisan, mawar, sedap malam, dan melati. Ini terbukti bahwasannya anggrek merupakan salah satu tanaman hias yang digemari.

Sejalan dengan yang dikatakan oleh Pranata (2005) dalam (Kusnadi et al., 2017) bahwa anggrek adalah tanaman hias yang abadi. Anggrek menjadi salah satu tanaman hias yang selalu diminati setiap zaman, maka dari itu banyak ilmuwan dan yang minat terhadap anggrek terus melakukan penyilangan anggrek.

Hasil dari penyilangan tersebut membuat anggrek memiliki banyak spesies, bahkan beberapa negara menobatkan anggrek sebagai bunga nasional mereka, sedangkan di Indonesia juga sudah memiliki spesies yang indah (Purwanto, 2016).

Anggrek spesies yang ada di Indonesia merupakan hasil dari bahan penyilangan yang bermutu. Bahan yang bermutu ini didapatkan dari pembudidayaan yang tepat. Disamping hal itu, saluran pemasaran juga berperan penting untuk mendapatkan bahan bermutu tersebut.

	<p>Pada umumnya, usahatani anggrek di Indonesia mengambil bibit anggrek yang berasal dari luar negeri. Lalu beberapa usahatani melakukan budidaya anggrek, dan beberapa usahatani lainnya hanya sebagai pedagang perantara saja.</p> <p>Sejalan dengan Sukamto (2008) dalam Ridwana et al., (2015) konsumen akhir belum tentu menerima bibit awal anggrek dari produsen, namun ada pihak-pihak yang akan terlibat dalam proses penyaluran atau menyampaikan barang hingga ketangan konsumen akhir.</p> <p>Proses penyaluran tersebut harus dibarengi dengan sistem pemasaran yang baik, agar dapat mengetahui dan menggabungkannya dengan yang terjadi di pasar (Kusnadi et al., 2017).</p> <p>Maka dari itu mengetahui saluran pemasaran yang ada dapat mengerti bagaimana proses penyampaian barang dari produsen hingga ke konsumen.</p>
<p>b. Masalah</p>	<p>Usahatani anggrek memiliki permasalahan pada biaya yang digunakan cukup besar, penggunaan tenaga kerja dan biaya perawatannya</p> <p>Beberapa petani anggrek juga kurang mengetahui informasi pasar, seperti lembaga penyalur dan harga yang ada. (Puspasari et al., 2017)</p>
<p>1. Harapan Yang Ingin Dicapai</p>	
<p>a. Dapat mengetahui saluran pemasaran yang ada</p> <p>b. Dapat melakukan praktik pemasaran</p>	

2. Latar Belakang Memilih Lokasi Internship

Kebun anggrek Imelda Florist merupakan salah satu usahatani anggrek terbesar yang ada di Medan. Mereka banyak menjual ke berbagai jenis konsumen, dengan mengetahui saluran pemasaran yang ada , maka akan mengetahui informasi pasar yang ada.

3. Tujuan Internship

- a.** Untuk mengetahui saluran pemasaran yang digunakan oleh Kebun Anggrek Imelda Florist
- b.** Untuk mengetahui dan mendapatkan pengalaman di dunia kerja secara langsung