

PENDAHULUAN

1. Apa Konsentrasi yang anda kuasai melalui INTERNSHIP ini?

Strategi Pemasaran produk hortikultura khususnya sayur untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam jangka panjang.

2. Apa dasar anda memilih konsentrasi tersebut ? (jelaskan alasan ilmiah dengan minimal 3 referensi)

a. Peluang atau potensi

Indonesia merupakan negara agraris yaitu negara yang mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber mata pencarian dan sebagai penopang pembangunan Indonesia. Sektor pertanian terdiri dari sektor perikanan, sektor hortikultura, sektor peternakan dan sektor kehutanan. Pertanian merupakan lumbung pendapatan bagi masyarakat di Indonesia, karena penduduk Indonesia mayoritas bekerja sebagai petani (*F. Firmansyah Tayibnapis.2012, n.d.*).

Sayur merupakan salah satu unsur yang penting bagi tubuh, karena disebut makanan yang sehat. Manfaat konsumsi sayur setiap hari memberikan akses kesehatan badan mengingat tingginya kandungan beragam vitamin dan mineral serta serat pada sayur. Jika kita mengonsumsi baik sayur maupun buah dengan porsi yang dianjurkan, konsumsi buah dan sayur dapat mengurangi risiko defisiensi gizi mikro dan serangan penyakit tidak menular. Pada data Badan Pusat Statistik (BPS) yang diperoleh Kurangnya konsumsi buah dan sayur merupakan penyebab risiko ke-10 tertinggi dari angka kematian di dunia.

Pada tahun 2016, masalah yang diperoleh berupa konsumsi buah dan sayur di Indonesia kurang dari setengah konsumsi yang direkomendasikan. Hal ini dipengaruhi oleh sebagian besar penduduk Indonesia mengonsumsi buah dan sayur sebanyak 173 gram perhari, lebih kecil dari Angka Kecukupan Gizi (AKG) yang direkomendasikan yaitu sebesar 400 gram per kapita per hari. Konsumsi buah lebih sedikit daripada konsumsi sayur yaitu 67 gram, sedangkan sayur sebesar 107 gram per kapita per hari. Selanjutnya, tidak semua penduduk Indonesia mengonsumsi buah dan sayur, ada sebanyak 97,3 persen mengonsumsi sayur dan 73,6 persen mengonsumsi buah pada tahun

2016. Konsumsi buah dan sayur menunjukkan tren penurunan selama keterkaitan antara tingkat penghasilan dengan pola makan penduduk (BPS, 2020).

Penduduk berpenghasilan rendah mengonsumsi buah dan sayur dalam jumlah yang sangat sedikit dan konsumsi akan mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya penghasilan mereka masing-masing. Kesejahteraan masyarakat akan berdampak besar pada peningkatan permintaan akan sayur. Peningkatan produk sayur harus lebih di kembangkan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, karena sayuran memiliki peluang usaha yang sangat tinggi (Irawan & Ariningsih, 2015).

Strategi pemasaran adalah upaya untuk mengenalkan dan memasarkan produk hortikultura sayur untuk menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan tersebut. Strategi pemasaran bertujuan untuk pencapaian tujuan, solusi dari masalah pada pemasaran produk sayur yang telah ditetapkan di perusahaan untuk mencapai target pasar. Strategi pemasaran sayur sangat diperlukan pemanfaatannya untuk memperluas informasi, memberikan pemahaman luas kepada masyarakat agar menjadi konsumen tetap supaya tidak berpindah ke produk lain ataupun pesaing (Aji, 2019)

Perluasan pembangunan pertanian Indonesia, pemerintah sekarang ini mencoba melalui kebijakannya untuk produk pertanian yang mampu bersaing dengan baik di pasar lokal, nasional maupun internasional. Sehingga peluang dan potensi strategi pemasaran di terapkan dalam perusahaan produksi hortikultura untuk meningkatkan hasil yang berjangka panjang. Potensi yang diperoleh dalam strategi pemasaran yaitu mengetahui segmentasi pasar. segmentasi pasar itu berupa sebuah pasar yang di bagi menjadi kelompok pembeli yang pastinya itu adalah memiliki kebutuhan yang berbeda, karakteristik yang berbeda dan juga perilaku yang berbeda-beda yang mungkin membutuhkan produk pemasaran yang berbeda juga (Pujiharto, 2011).

Strategi pemasaran dapat mempermudah untuk pengambilan proses keputusan dalam membuat kegiatan strategi pemasaran sayur dan usaha tani. Petani di tuntun memiliki pengetahuan menguasai strategi pemasaran dan informasi untuk mencapai

	<p>usaha tani yang lebih efektif, produktif dan memiliki posisi tawar dalam memasarkan produk (Pujihartono, 2014).</p>
<p>b. Masalah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kurangnya pengetahuan dalam menerapkan strategi pemasaran. 2 Relatif fluktuasi harga yang tinggi, di mana fluktuasi harga terjadi secara musiman, bulanan, mingguan, dan harian, karena sifat produk hortikultura terutama sayur yang mudah rusak. 3 Sistem pasar yang cenderung monopsonistik.
<p>3. Apa harapan yang anda ingin capai dengan mempelajari dan menguasai konsentrasi tersebut ?</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu melaksanakan strategi pemasaran produk hortikultura yaitu sayur. 2. Mampu mememanajemenkan mutu produk hortikultura terutama sayur. 3. Mengetahui strategi pemasaran produk hortikultura dalam jangka panjang. 4. Dapat melakukan dan melaksanakan praktik pemasaran produk hortikultura. 	
<p>4. Apa dasar anda memilih tempat internship? (terkait konsentrasi anda/apa relevansi tempat dengan konsentrasi yang anda akan pelajari)</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Koperasi Samosir Kasih Sinergi sebagai tempat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam budidaya tanaman hortikultura. 2. Tempat internship ini saya akan mengetahui pemasaran produk hortikultura terutama sayur, dalam hal untuk mengetahui strategi pemasaran produk hortikultura terutama sayur. 3. Tempat internship memiliki 300 Ha lahan yang di tanami sayur kol, sawi putih, wortel, ,cabai merah, dan sudah mengekspor sayuran sejumlah 16 ton ke Taiwan menjadi salah satu untuk mempelajari strategi pemasaran yang di terapkan. 	

5. Apa tujuan internship anda

1. Mengetahui budidaya produk hortikultura terutama sayur.
2. Mengetahui strategi pemasaran sayur yang di terapkan di Koperasi Samosir Kasih Sinergi, untuk mencapai sasaran usaha tani.
3. Mengetahui kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi strategi pemasaran yang di laksanakan di Koperasi Samosir Kasih Sinergi.
4. Mengetahui manajemen mutu pada setiap produk hortikultura terutama sayur di Koperasi Samosir kasih sinergi.
5. Mengetahui manajemen agribisnis yang di terapkan di Koperasi Samosir Kasih Sinergi.
6. Mengetahui Pemasaran produk hortikultura sayur di Koperasi Samosir Kasih Sinergi.
7. Memperoleh pengalaman di dunia kerja.