

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Produk “Cuka Apel” pada Konsumen PT Baroca Farmer, Mei Siana Cahya Muliani, hlm 45. NIM D31220427, Tahun 2025, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Taufik Hidayat, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Magang.

Kegiatan Magang wajib dilaksanakan bagi setiap mahasiswa semester akhir sebagai bahan penulisan tugas akhir dan memberikan pengalaman praktik kerja kepada mahasiswa. Lokasi Magang dilaksanakan di Kebun Petik Apel Baroca Farmer Kota Batu Malang. Kebun beralamatkan di Jalan Raya Tulungrejo 05, Gondang, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Pelaksanaan magang dimulai pada tanggal 01 Maret 2023 sampai dengan tanggal 30 Juni 2023. Tujuan dari pelaksanaan magang adalah untuk meningkatkan kemampuan teknis, keterampilan kerja, serta pengetahuan, sehingga dapat lebih siap dan mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja yang sesungguhnya. Selama magang, mahasiswa mengikuti berbagai rangkaian kegiatan di PT Baroca Farmer.

Rangkaian kegiatan yang dilakukan selama magang mencakup pengenalan lokasi magang, mempelajari jenis-jenis apel, manajemen wisata perik apel, kegiatan sortir apel, pemanenan, dan pembuatan konten. Kegiatan manajemen wisata terdapat pemasaran apel dan produk olahan dari apel, salah satu produk olahan apel yaitu cuka apel. Produk ini dibuat dari apel jenis Anna dan Granny Smith melalui dua tahap proses fermentasi, sehingga menghasilkan cuka apel murni tanpa campuran air yang kaya akan manfaat bagi kesehatan.

Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan utama dari produk ini terletak pada kualitasnya yang tinggi serta ketersediaan bahan baku yang melimpah secara lokal. Sementara itu, kelemahan utamanya adalah keterbatasan saluran distribusi yang masih bergantung pada lokasi wisata. Peluang pengembangan dapat dilakukan melalui kemitraan dengan toko oleh-oleh, supermarket, serta perluasan jaringan distribusi. Namun demikian, produk ini juga menghadapi ancaman berupa persaingan harga dari produk sejenis yang lebih murah dan kendala legalitas yang perlu segera diselesaikan.

Strategi pemasaran yang diterapkan mencakup pendekatan STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*), dengan segmen pasar yang difokuskan pada kalangan dewasa, khususnya ibu rumah tangga yang peduli terhadap kesehatan dan program diet. Strategi bauran pemasaran (4P) meliputi produk berkualitas tinggi, penetapan harga premium sebesar Rp75.000 per botol, distribusi melalui lokasi wisata petik apel di Kota Batu, serta promosi melalui metode penjualan langsung (*personal selling*). Strategi ini dirancang untuk meningkatkan daya saing sekaligus memperluas jangkauan pasar produk cuka apel.