

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Beras Organik Sirtanio Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Jangkauan Pasar. Zulfa Putri Agustin, NIM B32222832, 36 halaman, tahun 2024, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Adhima Adhamatika, S.TP., M.TP (Dosen Pembimbing). Shohib Qomad Dillah, S.TP (Pembimbing Lapangan).

Magang dilaksanakan pada tanggal 2 September sampai dengan 31 Desember 2024 di PT. Sirtanio Organik Indonesia, yang berlokasi di Dusun Umbulrejo, Desa Sumberbaru, Kecamatan Singojuruh, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Magang ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kerja mahasiswa di PT. Sirtanio Organik Indonesia, terutama terkait dengan pemasaran beras organik. Peningkatan kebutuhan beras organik di Indonesia diprediksi akan berkembang seiring dengan kesadaran masyarakat akan pola makan sehat dan kebijakan pemerintah yang mendukung sektor ini. Beras organik dihasilkan tanpa pupuk kimia atau pestisida, sehingga lebih ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan. Perusahaan ini memproduksi beras organik dengan mengedepankan keberlanjutan lingkungan dan kualitas tinggi.

PT. Sirtanio Organik Indonesia menerapkan strategi pemasaran yang komprehensif dengan fokus pada pasar lokal dan internasional. Perusahaan ini memproduksi beberapa jenis beras organik, yaitu terdiri dari beras putih organik, beras merah organik, beras coklat organik, beras hitam organik, dan beras hitam melik organik. PT. Sirtanio Organik Indonesia juga menerapkan strategi pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu product (produk), price (harga), promotion (promosi), dan place (tempat), serta menerapkan analisis SWOT untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki PT. Sirtanio Organik Indonesia untuk menghadapi peluang dan ancaman pasar, serta mengatasi kelemahan yang ada.