

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Brokoli di PO. Sayur Organik Merbabu, Kabupaten Semarang

SELY HASNA AZZAHRA NIM D31222885, Tahun 2025 57 halaman. Politeknik Negeri Jember Program Studi PSDKU Manajemen Agribisnis di Kabupaten Nganjuk, Jurusan Manajemen Agribisnis, Fitri Krismiratsih, S.ST., M.P selaku Dosen Pembimbing, Shofyan Adi Cahyono S.P selaku Dosen Pembimbing Lapang.

Magang atau PKL merupakan kegiatan penerapan teori secara sinkron dan metodis antara penguasaan program dan keterampilan kerja yang dicapai secara langsung dalam mencapai tingkat keahlian tertentu. Magang ini diselesaikan di berbagai perusahaan atau bisnis yang terkait dengan program akademik siswa. Program magang ini mencakup berbagai bidang, mulai dari produksi hingga pemasaran. Perusahaan yang dijadikan tempat magang mahasiswa yaitu Sayur Organik Merbabu yang berlokasi di jalan Raya Salatiga-Magelang No. KM. 14 Sidomukti, Kopeng, kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah yang bergerak di bidang pertanian.

Sayur Organik Merbabu merupakan perusahaan yang fokus pada budidaya dan pemasaran produk sayuran organik, terutama brokoli, dengan mengutamakan kualitas dan kelestarian lingkungan. Perusahaan ini telah bekerja sama dengan beberapa kelompok tani lokal dan berperan dalam pengembangan agribisnis berkelanjutan.

Strategi pemasaran sangatlah penting, strategi dalam pemasaran dapat memudahkan penjualan produk secara efektif dan efisien. Pemasaran memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuannya. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan pangsa pasar dan bisnis terus mengalami pertumbuhan dengan cara menciptakan suatu barang atau jasa sesuai keinginan konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan dalam bisnis adalah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran atau marketing mix terdiri dari empat komponen utama yang dikenal dengan 4P, yaitu Product (produk), Price (harga), Place (tempat/distribusi), dan Promotion (promosi). Dalam konteks pemasaran brokoli, produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas tinggi dan sesuai dengan standar organik. Penetapan harga juga harus mempertimbangkan biaya produksi, harga pasar, serta daya beli konsumen.

Distribusi produk dilakukan melalui berbagai saluran, mulai dari pasar tradisional, toko organik, hingga pemasaran secara daring melalui media sosial dan marketplace. Strategi promosi dilakukan dengan cara memberikan edukasi kepada konsumen mengenai manfaat konsumsi sayur organik, testimoni pelanggan, serta diskon musiman.

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, PO. Sayur Organik Merbabu dapat memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisinya di pasar produk organik, khususnya brokoli. Keberhasilan strategi ini juga dipengaruhi oleh kerja sama tim yang solid, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar.