



Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Hasan Fahmi Kusnandar
Yosini Deliana
Dewi Elviana Cahyaning Candra Wulandari



Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Hasan Fahmi Kusnandar

Yosini Deliana

Dewi Elviana Cahyaning Candra Wulandari



Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Copyright © PT Penamuda Media, 2023

Penulis:

Hasan Fahmi Kusnandar

Yosini Deliana

Dewi Elviana Cahyaning Candra Wulandari

ISBN: 9 786230 944529

Editor:

Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim Desain PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web : www.penamuda.com

E-mail : penamudamedia@gmail.com

Instagram : [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp : +6285700592256

Cetakan Pertama, Juni 2023

viii + 164 halaman; 15,5 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Pengantar

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai keanekaragaman hayati. Salah satu potensi besar yang diimiliki adalah buah lokal unggulan. Terdapat beberapa buah-buahan yang memiliki keunikan dan nilai tersendiri yang diminati konsumen dalam negeri dan luar negeri. Proses pengembangan buah lokal sangat dipengaruhi oleh aspek pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dari suatu pengembangan komoditas dalam rangka meningkatkan perekonomian petani. Strategi pemasara merupakan kunci penting dalam memasarkan dan menghadapi persaingan dengan sesama buah lokal lainnya.

Secara umum, buku ini akan menjelaskan aspek-aspek penting dalam pengembangan buah lokal. Ketersediaan produk yang berkelanjutan dan didukung oleh kualitas baik mencapai aspek penting dalam pemasaran buah lokal. Dukungan teknologi informasi dengan kemitraan dengan petani yang memudahkan konsumen memperoleh produk merupakan aspek penunjang yang tidak bisa diabaikan. Secara khusus dibahas pula contoh kasus strategi pemasaran buah lokal yang merupakan hasil kajian yang komprehensif.

Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Buku ini dapat digunakan oleh mahasiswa dan masyarakat luas yang tertarik terhadap aspek pemasaran komoditi buah lokal. Penulisan buku ini dilakukan secara kolaborasi dengan tim akademisi tiga perguruan tinggi. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada : (1) Politeknik Triguna Tasikmalaya, (2) Universitas Padjadjaran Bandung, (3) Universitas Borneo Tarakan, (4) Dr. Iwan Setiawan, SP., M.Si, dan (5) Dr. Asep Suryana, M.Si

Semoga tulisan dari buku ini dapat memberikan manfaat luas bagi masyarakat akademisi dan pihak pemangku kepentingan sehingga akan menambah wawasan terkait pengembangan komoditi buah lokal Indonesia. Saran dan kritik dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan buku di masa depan.

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Satu.....	1
KETERSEDIAAN BUAH LOKAL.....	1
Dua	28
PRODUKSI BUAH LOKAL MEMENUHI KEBUTUHAN ...	28
Tiga.....	64
KEMUDAHAN MENDAPATKAN BUAH LOKAL	64
Empat.	89
TEKNOLOGI INFORMASI YANG MENDUKUNG PEMASARAN BUAH LOKAL	89
Lima	108
KEMITRAAN PETANI BUAH DENGAN PENGUSAHA DALAM PEMASARAN BUAH LOKAL.....	108
Enam.....	139
KUALITAS PENGEMASAN BUAH LOKAL.....	139





Satu

KETERSEDIAAN BUAH LOKAL

Buah merupakan komoditas pertanian yang memiliki banyak manfaat dan sekaligus ancaman dalam penyediaannya. Indonesia adalah salah satu negara penghasil buah-buahan terbesar di dunia. Buah-buahan seperti mangga, pisang, durian, dan jeruk merupakan produk unggulan yang banyak diminati oleh pasar internasional. Dalam kurun waktu tahun 2012 - 2020, ekspor buah-buahan Indonesia cenderung fluktuatif. Nilai eksport tertinggi pada tahun 2020 dengan nilai mencapai \$ USA 438.071,5. Namun, meskipun Indonesia memiliki potensi besar dalam ekspor buah-buahan terdapat banyak tantangan yang dihadapi khususnya persaingan dengan negara lain dan regulasi yang ketat. (langsung tabel)



Indonesia sebagai salah satu negara tropis memiliki potensi buah-buahan yang sangat tinggi. Bahkan Indonesia termasuk kedalam peringkat 20 besar negara eksportir buah di dunia. Buah lokal Indonesia memiliki keunikan dan nilai tersendiri khususnya bagi konsumen luar negeri, antara lain durian salak, buah naga dan rambutan.

Semakin mudahnya buah impor masuk ke pasaran domestik menjadi permasalahan dan tantangan tersendiri bagi buah lokal. Aspek pemasaran menjadi salah satu kunci utama dari suatu pengembangan komoditas buah lokal.

Pengembangan agribisnis buah lokal memiliki fungsi ekologi, ekonomi dan sosial. Pembangunan agribisnis secara utuh memerlukan pemahaman yang lebih mendalam dan proporsional terhadap para pelaku pasar. Petani sebagai pelaku utama terhadap ketersediaan produk buah lokal, cenderung menjadi pihak lemah. Terdapatnya perbedaan harga atau margin pemasaran yang cukup besar menjadi permasalahan yang sering dihadapi oleh petani dikarenakan tidak memiliki posisi tawar yang tinggi.

Aspek strategi pemasaran buah lokal diharapkan dapat meningkatkan posisi dan memberikan pada keuntungan bagi petani. Kemitraan dan kerjasama antar petani dan pelaku pasar lain akan meningkatkan harga jual dan efisiensi pemasaran buah lokal.

Buku ini mengkaji dan merumuskan strategi pemasaran pada buah lokal daerah. Secara umum menguraikan teori-teori pemasaran dan implementasinya pada pemasaran buah lokal dimulai dari ketersediaan buah lokal, produksi buah lokal, kemudahan mendapatkan buah lokal sampai kualitas pengemasan buah lokal. Terdapat studi kasus strategi pemasaran buah lokal daerah di wilayah Pulau Jawa Dan Bali. Hal tersebut diharapkan menjadi tambahan informasi dan pengetahuan permasalahan pengembangan buah lokal. Faktor ketersediaan produk buah lokal yang berkelanjutan, penggunaan teknologi informasi dan kemitraan dengan petani merupakan aspek-aspek yang dikaji. Secara khusus, dibahas permasalahan yang dihadapi buah lokal di wilayah Pulau Jawa dan Bali ditinjau dari aspek permintaan produksi dan pemasaran.

ISBN 978-623-09-4452-9



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
penamuda.com