

Manajemen Pemasaran Melon (*Cucumis melo* L.) di PT Indigen Karya Unggul Yogyakarta

Marketing Management of Melon (Cucumis melo L.) at PT Indigen Karya Unggul Yogyakarta

Lia Alfiana, Rizki Puspita Dewanti

Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Budidaya melon dan sayur saat ini terus berkembang dengan teknologi yang semakin canggih seperti budidaya melon secara hidroponik dengan sistem *floating raft* (rakit apung). PT Indigen Karya Unggul merupakan salah satu perusahaan yang mampu menghasilkan produk pertanian dengan kualitas dan kuantitas yang unggul dengan sistem budidaya tersebut. Produk-produk hasil budidaya tersebut kemudian dipasarkan, pada pemasaran ini diperlukan manajemen pemasaran untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya sehingga dapat menentukan peluang dan mengurangi ancaman. Kegiatan kajian yang dilakukan oleh mahasiswa UNS di PT Indigen Karya Unggul bertujuan untuk mengetahui proses budidaya dan manajemen pemasaran melon. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, praktik lapang, wawancara, dan studi Pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik budidaya melon hidroponik ini menggunakan sistem rakit apung (*floating raft*) dengan jenis melon meliputi melon hikapel, melon *inthanon*, melon *golden salza*, dan melon *honey globe*. Manajemen pemasaran melon hidroponik di PT Indigen Karya Unggul diawali dengan perencanaan pemasaran melon oleh *Chief Marketing Officer*. Pemasaran melon dilakukan dengan sistem *online* dan *offline*. Melon ini sendiri dibagi menjadi 3 *grade* yang kemudian untuk segmentasi pemasaran dan target pemasaran dibedakan antara *low people dan middle to high people*. Apabila penjualan melon tidak sesuai target, maka perusahaan akan mengurangi pembelian melon dari mitra dan melakukan penjualan melon dengan strategi baru seperti memperbanyak tim atau membuka market baru.

Kata Kunci : manajemen pemasaran, melon, sistem rakit apung

Abstract

Melon and vegetable cultivation is currently continuing to develop with increasingly sophisticated technology such as hydroponic melon cultivation with a floating raft system. PT Indigen Karya Unggul is one of the companies that is able to produce agricultural products with superior quality and quantity with this cultivation system. The products from the cultivation are then marketed, in this marketing, marketing management is needed to find out the market and its marketing environment so that it can determine opportunities and reduce threats. Internship and research activities carried out by UNS students at PT Indigen Karya Unggul aim to find out the process of melon cultivation and marketing management. This study uses a qualitative approach with observation methods, field practice, interviews, and literature studies. The results of the study showed that this hydroponic melon cultivation technique uses a floating raft system with types of melons including hikapel melon, inthanon melon, golden salza melon, and honey globe melon. Hydroponic melon marketing management at PT Indigen Karya Unggul begins with melon marketing planning by the Chief Marketing Officer. Melon marketing is carried out using online and offline systems. This melon itself is divided into 3 grades which are then for marketing segmentation and marketing targets are distinguished between low people and middle to high people. If melon sales do not meet the target, the company will reduce melon purchases from partners and sell melons with new strategies such as increasing the team or opening new markets.

Keywords: *floating raft system, marketing management, melon*

* **Corresponding author:**

Citation: Alfiana, L., Dewanti, P. (2024). Manajemen Pemasaran Melon (*Cucumis melo* L.) di PT Indigen Karya Unggul Yogyakarta. *Teknologi Journal of Cooperative, Small, and Medium Enterprise Development*, 3(2), 36 – 49. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v2i2.94095>

PENDAHULUAN

PT Indigen Karya Unggul merupakan perusahaan yang mampu menghasilkan produk pertanian dengan kualitas dan kuantitas unggul. Perusahaan ini juga memberikan jasa untuk pengelolaan budidaya melon dan sayur hidroponik serta jasa pembangunan sekaligus konsultasi *greenhouse* dengan teknologi terbaik dan otomatisasi *greenhouse*. Produksi buah-buahan pada suatu saat melimpah sehingga harga menjadi sangat murah, namun pada saat yang lain bisa terjadi kelangkaan buah di pasar sehingga harga menjadi mahal dan sulit mendapatkannya. Dari segi pemasaran, harga melon tidak dibatasi dengan harga dasar sehingga naik turunnya harga dipengaruhi oleh pasar dan banyaknya permintaan dan pengadaan. Kebutuhan melon dalam negeri setiap tahunnya cenderung terus meningkat, sejalan dengan pertumbuhan penduduk (Wibowo, 2020). Menurut Badan Pusat Statistik (2022) produksi melon pada tahun 2019, 2020, dan 2021 berturut-turut 122.105; 138.177 dan 129.147 ton. Adanya persaingan bisnis di era globalisasi yang semakin ketat menyebabkan aktivitas pemasaran dan manajemen pemasaran suatu perusahaan terdorong untuk mengikuti perkembangan guna menjaga kelangsungan dari perusahaan. Hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan yang terjalin baik akan membantu perusahaan dalam memahami keinginan dan kebutuhan dari para pelanggan agar dapat benar-benar memberikan kepuasan yang diharapkan akan membuat para pelanggan menjadi loyal.

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang ditetapkan adalah perusahaan harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih (Nurngaeni, 2021). Manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan yang terdiri dari pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian kegiatan, dan memimpin atau mengarahkan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam fungsi manajemen pemasaran terdapat kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi. Strategi pemasaran dalam sebuah bisnis atau organisasi memiliki fungsi penting karena membantu menilai nilai ekonomi perusahaan, baik harga produk maupun jasa. Atribut implementasi strategi pemasaran produk antara lain berupa produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses. Kesuksesan bisnis dalam pemasaran dapat dilihat apabila suatu perusahaan mampu melakukan penjualan produknya sesuai dengan target yang ditentukan oleh perusahaan, bahkan melebihi target dari volume penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Aditiya, 2020).

Tanaman melon (*C. melo*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai prospek untuk dapat dikembangkan dan dimanfaatkan di dataran rendah wilayah Indonesia. Buah melon banyak diminati dan mempunyai harga yang relatif tinggi baik untuk pasar domestik maupun ekspor. Terdapat berbagai manfaat dari mengkonsumsi buah melon yaitu diantaranya adalah dapat menurunkan risiko stroke, radang saraf, sebagai anti kanker, penyakit mata, luka pada tepi mulut dan mencegah penyakit sariawan. Melon juga menghasilkan serat yang tinggi yang dapat memperbaiki sistem pencernaan dalam mencegah konstipasi, sehingga dapat menghindari timbulnya ambeien (Prayoga et al., 2018).

PT Indigen Karya Unggul melakukan budidaya melon secara hidroponik dengan sistem *floating raft* (rakit apung). Hidroponik rakit apung atau floating raft system adalah salah satu sistem hidroponik yang menggunakan kolam penampungan air, styrofoam atau sejenisnya sebagai rakit agar tetap mengapung, rockwool, dan netpot sebagai wadah untuk penyangga tanaman

(Fadhilillah et al., 2019). Melon yang dibudidayakan di PT Indigen Karya Unggul ini merupakan melon yang berasal dari benih impor yang masih jarang dibudidayakan oleh petani lain. Proses produksi melon hidroponiknya juga memiliki standar yang tinggi mengikuti standar pengguna pestisida. Melon hidroponik di PT Indigen Karya Unggul ini memiliki rasa buah yang manis dan segar serta memiliki ukuran yang kecil atau personal *size*. Kegiatan magang ini dilakukan untuk mengetahui cara budidaya melon dengan baik dan benar sesuai dengan prinsip *Good Agriculture Practice* (GAP) dan manajemen pemasaran melon (*Cucumis melo* L.) di PT Indigen Karya Unggul.

METODE PENELITIAN

Kegiatan magang dan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mendeskripsikan secara rinci dan mendalam mengenai kondisi dalam suatu konteks yang alami (*natural setting*) di lapangan studi (Fadli, 2021). Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT. Indigen Karya Unggul Yogyakarta yang beralamat di Jalan Raya Tajem RT 05/RW 47 Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta pada bulan Januari sampai Februari 2023 dengan 6 hari kerja yaitu pada Hari Senin hingga Sabtu. Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yang dilakukan antara lain mengenai praktik budidaya melon, perencanaan strategi pemasaran melon, penganalisaan target perusahaan, bauran pemasaran melon, permasalahan yang dihadapi selama pemasaran, solusi untuk permasalahan tersebut, dan hal-hal yang relevan dengan tujuan kegiatan magang.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan yaitu menanyakan hal berhubungan dengan institusi mitra, seperti kondisi institusi mitra, praktik budidaya melon mulai dari penanaman hingga pemasaran, serta hal lain yang berhubungan dengan kegiatan magang yang dilakukan. Wawancara dilakukan oleh mahasiswa magang dengan pembimbing lapang dan karyawan perusahaan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan pengambilan gambar setiap kegiatan yang dilakukan mahasiswa magang di perusahaan dan pengambilan gambar yang dapat memberikan informasi yang relevan dengan tujuan magang. Dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi serta bukti yang otentik untuk menguatkan hasil wawancara yang telah dilakukan

4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menambah informasi yang telah didapatkan pada saat magang, yaitu dengan penelusuran referensi sebagai bahan pelengkap, pendukung, pembanding, serta konsep dalam mencari solusi permasalahan. Studi pustaka dapat dilakukan menggunakan internet, buku, jurnal atau media lainnya

5. Praktik Budidaya dan Pemasaran Melon

Melakukan praktik budidaya melon (*C. melo*) mulai dari semai sampai dengan pindah tanam. Waktu budidaya melon (*C. melo*) di PT Indigen Karya Unggul kurang lebih 70 hst. Praktik budidaya melon yang dilakukan selama magang yaitu persiapan kolam budidaya, penyemaian, pembuatan larutan nutrisi, dan pindah tanam. Untuk data kegiatan setelah pindah tanam diperoleh melalui metode wawancara dengan pembimbing lapang. Melakukan pemasaran melon (*C. melo*) berbagai jenis seperti melon jenis hikapel, *green flash*, *inthanon*, *sweet net*. Pemasaran ini menggunakan sistem *online* dan juga *offline*. Sistem *online* dilakukan dengan pembuatan pamflet yang kemudian dibagikan melalui *story whatsapp*, *instagram* dan melalui grup *facebook*. Sistem *offline* dilakukan dengan cara *door to door* ke perumahan elit yang ada di daerah Depok, Sleman, Yogyakarta serta melalui stand di Pasar Tani Sleman dan *Car Free Day*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi umum

PT Indigen Karya Unggul merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian baik berupa *farming management*, penjualan produk, bahan tanam, nutrisi hidroponik dan pembuatan sistem hidroponik. PT Indigen Karya Unggul dirintis pada tahun 2018 yang awalnya diberi nama Letuce yang berarti selada. Perusahaan ini dirintis oleh Bapak Igor Gadirra dengan komoditas awal selada yang ditanam di *greenhouse* Institut Pertanian Yogyakarta. Seiring dengan perkembangannya, Bapak Igor Gadirra, S.P dan Bapak Petrus Zion, S.P diberi kepercayaan manajemen Instiper Yogyakarta yang kemudian Letuce berganti nama menjadi Indigen. Indigen sendiri berasal dari bahasa Yunani yang artinya pribumi (*indigeneus*) dan Karya Unggul memiliki arti ingin memiliki karya yang unggul di bidang pertanian.

PT Indigen Karya Unggul resmi menjadi PT (Perseroan Terbatas) pada 30 Agustus 2022. Perusahaan ini memiliki 3 kebun yang terletak di daerah Maguwoharjo, Selomartani dan Kalasan Sleman, Yogyakarta. Kebun yang terletak di Selomartani ini rencana akan dijadikan sebagai tempat agrowisata. Pengembangan utama PT Indigen Karya Unggul yaitu komoditas melon. PT Indigen Karya Unggul kemudian berkembang menjadi perusahaan yang tidak hanya fokus ke budidaya melon namun merambah ke pembuatan sistem hidroponik, menyediakan jasa pembangunan sekaligus konsultasi fasilitas *greenhouse* sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen dengan teknologi terbaik. PT Indigen Karya Unggul juga menjadi perusahaan *supplier* komoditas sayur dan buah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dikarenakan lokasi PT Indigen Karya Unggul strategis yaitu tepatnya berada di pusat kota yang memudahkan dalam akses pendistribusian hasil pertaniannya ke seluruh wilayah di Yogyakarta. Hingga saat ini ada 10 orang yang tergabung dengan PT Indigen Karya Unggul Yogyakarta.



Gambar 1. Kantor perusahaan PTIndigen Karya Unggul



Gambar 2. *Greenhouse* melonPelataran

PT Indigen Karya Unggul memiliki visi yaitu menjadi perusahaan pertanian yang mampu menghasilkan produk terbaik dengan teknologi yang inovatif. Misi PT Indigen Karya Unggul meliputi mengembangkan sumber daya manusia yang professional, mengembangkan teknologi pertanian, menciptakan standar baru secara efektif dan efisien untuk mendapatkan produk pertanian dengan kualitas dan kuantitas yang unggul, mengaplikasikan dan menyediakan ruang belajar bagi petani dan masyarakat sekitar serta mengelola kebun produksi secara presisi untuk mendapatkan kualitas dan kuantitas yang unggul. PT Indigen Karya Unggul memiliki beberapa team yang membantu dalam menjalankan usahanya. PT Indigen Karya Unggul memiliki struktur organisasi dalam menjalankan tugasnya. Struktur organisasi yang ada di PT Indigen Karya Unggul terdiri dari *Chief Executive Officer* (CEO) yaitu Bapak Igor Gadira, S. P., *Chief Operation Officer & Production*, *Chief Marketing Officer*, *Business Development*, *Information & Technology*, *Melon Farming*, *Nutritionist*, *PIC Greenhouse*. Semua staf yang ada di PT Indigen Karya Unggul bertanggungjawab langsung kepada CEO.

Budidaya Melon

Budidaya melon hidroponik di PT Indigen Karya Unggul menggunakan sistem rakit apung dengan tahap budidaya antara lain persiapan instalasi atau kolam budidaya, penyemaian, pembuatan larutan AB Mix, pindah tanam, pemeliharaan, polinasi, seleksi buah, toping, panen dan pasca panen. Sistem hidroponik rakit apung merupakan salah satu teknik dalam budidaya tanaman dengan cara menanam tanaman pada lubang *sterofoam* yang mengapung di atas permukaan larutan nutrisi dalam bak penampung. Kegiatan diawali dengan mengumpulkan alat dan bahan yang akan digunakan kemudian melakukan budidaya tanaman melon secara hidroponik dengan sistem *floating raft*. Alat dan bahan yang digunakan antara lain:

a. Alat

- | | |
|-------------------|------------------------------|
| 1) Nampan semai | 6) Gayung |
| 2) Tangki Sprayer | 7) Pompa |
| 3) Pinset | 8) Timer |
| 4) Gunting | 9) Tali rambat dan tali buah |
| 5) Ember | |

b. Bahan

- | | |
|--------------------|---------|
| 1) Benih melon | 5) BKC |
| 2) <i>Rockwool</i> | 6) APSA |

- 3) Sterofoam
4) ZPT
- 7) Pestisida

Kegiatan persiapan *greenhouse* dilakukan setelah alat dan bahan siap. Kegiatan persiapan *greenhouse* ini meliputi pembersihan kolam budidaya, persiapan *sterofoam*, persiapan tali rambat buah, pengisian kolam, sanitasi *greenhouse*, sterilisasi *greenhouse* dan penataan media. *Greenhouse* yang digunakan untuk budidaya melon ini memiliki luas kisaran 400m² dengan 31 baris kolam budidaya yang masing-masing kolam memiliki jarak kurang lebih 1,33 meter. Proses sanitasi dilakukan dengan membersihkan sisa-sisa tanaman melon yang mengering pada tali rambat. Pada kegiatan ini juga dilakukan pembersihan *greenhouse* dari rumput atau sisa tanaman lainnya, sampah dan benda yang tidak diinginkan.

Benih melon yang dibudidayakan yaitu melon jenis Musk Melon. Benih melon tersebut memiliki kemurnian 98% dan daya tumbuh 80%. Satu *greenhouse* terdapat 31 kolam yang masing-masing kolam terdapat 37 lubang tanam. Total benih yang disemai yaitu 1377 benih dengan 230 benihnya merupakan benih cadangan. Tahap penyemaian yang harus dilakukan yaitu sterilisasi kanebo, perhitungan jumlah benih, pemeraman benih, pemeliharaan dan pindah benih ke *rockwool*. *Rockwool* memiliki serat yang banyak sehingga mempermudah penyerapan air, pupuk cair sekaligus udara yang membantu pertumbuhan akar dalam penyerapan unsur hara (Pramesti et al., 2020).

Pertumbuhan melon ini memerlukan nutrisi yang terdiri dari unsur hara makro dan mikro. AB mix merupakan larutan hara yang terdiri dari stok A yang berisi unsur hara makro dan stok B berisi unsur hara mikro Nugraha (2014). Nutrisi AB mix yang digunakan oleh PT Indigen Karya Unggul yaitu nutrisi racikan dari hydro concept. Kandungan nutrisi AB mix ini antara lain mengandung bahan campuran Nitrat nitrogen (N-NO₃), N-NH₄, Fosfor (P), Kalium (K), Kalsium (Ca), Magnesium (Mg) dan Sulfur(S), FeEDTA, FeEDDHA, Mn, Zn, Cu, B, Mau, Na, Cl, Ni.



Gambar 3. Nutrisi makro mikro A



Gambar 4. Nutrisi makro mikro B

Menanam dengan teknik hidroponik harus memperhatikan pemenuhan kebutuhan nutrisi bagi tanaman, dimana kandungan unsur hara makro dan mikronya harus tercukupi (Furoidah, 2018). Pembuatan larutan AB mix dilakukan secara bergantian antara stok A dan stok B agar tidak terjadi penggumpalan. Pembuatan larutan nutrisi A dan larutan nutrisi B sebanyak 100 liter dengan diawali menuangkan air baku ke dalam tandon, kemudian memasukkan nutrisi makro ke dalam tandon tersebut dan diaduk sampai larut, lalu dilanjutkan dengan memasukkan nutrisi mikro dan diaduk sampai larut.

Benih melon yang sudah berusia 14 Hari Setelah Semai (HSS) atau bibit melon yang sudah memiliki 3-4 helai daun akan dipindah tanam ke kolam budidaya. Melon yang masih terletak di nampan diberi tambahan larutan atonik setiap hari agar

akar melon dan media *rockwool* tersebut tidak kekurangan air. Penyerapan nutrisi yang baik oleh akar akan diikuti oleh pertumbuhan tanaman yang baik. Hal ini termasuk kegiatan perawatan melon selama sebelum pindah tanam ke kolam budidaya (Layyina et al., 2022). *Rockwool* yang berisi bibit melon hasil semai dipisahkan menjadi 1 kotak yang berisi 1 tanaman melon. Pemisahan *rockwool* ini dilakukan dengan hati-hati agar akar tanaman melon tidak terputus. Melon hasil semai dipindah tanamkan ke kolam budidaya dengan larutan nutrisi.

Tahap budidaya selanjutnya yaitu dilakukan penyerbukan. Penyerbukan atau polinasi merupakan proses jatuhnya serbuk sari di kepala putik. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan polinasi adalah waktu polinasi dan ketersediaan polen (Yanik et al., 2017.). Bunga dari tanaman melon hanya dapat bertahan selama 1 hari sehingga harus segera dipolinasi. Penyerbukan tanaman melon dilakukan pada cabang ke 9, 10, dan 11. Polinasi dilakukan pada umur 25 Hst dan dilakukan selama 7 hari berturut turut. Polinasi terbaik dilakukan pada saat pagi yaitu maksimal pada jam 10 pagi dan menggunakan 2 bunga jantan untuk 1 betina dan untuk meningkatkan keberhasilan polinasi. Hasil polinasi akan terlihat setelah 1 hari. Penyerbukan berhasil jika mahkota bunga layu dan bakal buah mulai membesar, sedangkan penyerbukan gagal akan ditandai dengan bakal buah yang tidak membesar dan bakal buah berubah warna menjadi kekuningan. Bunga jantan harus dibuang setelah selesai proses polinasi agar bunga tidak mengambil nutrisi yang seharusnya difokuskan untuk pertumbuhan melon atau disebut dengan kastrasi. Pembuangan bunga pada tanaman melon yang dilakukan sampai tanaman berumur 25 Hst.

Budidaya melon di PT. Indigen Karya Unggul juga terdapat tahap seleksi buah yang bertujuan untuk mendapatkan buah dengan kualitas premium, memiliki ukuran besar, bentuk bagus dan memiliki rasa lebih manis. Buah yang tumbuh pada cabang ke-9 sampai ke-11 dipilih salah satu dengan kriteria bentuk buah sesuai standar, memiliki ukuran yang paling besar dan tidak ada cacat pada buah. Satu buah yang dipilih ini bertujuan untuk meningkatkan bobot buah dan rasa buah untuk mendapatkan buah dengan kualitas premium. Buah melon perlu ditopang agar cabang tidak putus dari batang, buah juga perlu diikat dengan tali rafia pada bagian pangkal batang buah dan kemudian digantungkan pada tali yang telah disediakan. Pemberhentian pertumbuhan ke atas dari tanaman melon perlu dilakukan yaitu pada tahap toping. Topping dilakukan dengan memotong pucuk dari tanaman untuk memfokuskan pertumbuhan pada pembesaran dan pematangan buah. Syarat dilakukannya toping yaitu tanaman melon memiliki 30 sampai 35 daun.

Panen dilakukan ketika tanaman melon sudah memasuki umur 70 Hst dari varietas melon jenis Musk Melon. Penentuan umur panen dapat dilihat dari kekerasan buah, warna buah, pecahnya buah, rontoknya buah atau biji, ataupun dengan mempelajari proses pembentukan buah atau biji mulai dari antesis (persarian) sampai benih masak (Yanuarda et al., 2017). Pada umumnya kriteria melon yang telah siap dipanen dapat dilihat dari rekahan antara pangkal tangkai dan buahnya, buah mulai beraroma harum, ketika di cek *brix* telah memasuki standar yaitu antara 12 sampai 14, dan kulit buah mulai berubah warna. Khusus untuk melon ber net akan dipanen apabila net telah memenuhi seluruh permukaan buah dan tampak jelas. Buah melon yang sudah dipanen kemudian dikumpulkan pada keranjang buah yang sudah diberi alas, lalu dibawa ke ruang panen. Tumpuk buah melon dengan maksimal 2 tumpukan. Buah melon kemudian ditimbang dan dilakukan packing

menggunakan kardus apabila ada konsumen yang membeli melon. Selanjutnya melon ditimbang kembali dan siap dikirim ke *buyer* menggunakan mobil *pick up*.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran melon yang dilakukan di PT Indigen Karya Unggul diawali dengan perencanaan pemasaran melon oleh *Chief Marketing Officer*. Dalam persaingan saat ini, pemasaran tidak hanya melakukan proses penjualan saja, akan tetapi juga menuntut kejelian perusahaan dalam menerapkan suatu kebijakan yang akan dibuat kedepannya (Sukmayadi, 2019). Pelaksanaan di lapangan dilakukan oleh *Chief Marketing Officers* sendiri dan dibantu oleh divisi *Bussiness Development*. Pengarahan dan pengawasan dilakukan langsung oleh Bapak Sutrisno selaku *Chief Marketing Officer* dan Bapak Ahmad Muhlisin selaku penanggungjawab *Bussiness Development*. Pengarahan ini dilakukan guna menanggapi komplain dari konsumen seperti memberikan garansi melon yang dapat diganti apabila pada saat konsumen mencicipi melon rasanya tidak manis. Pengawasan yang dilakukan PT Indigen Karya Unggul yaitu terkait penjualan melon apabila tidak mencapai target. Jika hal ini terjadi maka langkah yang dapat diambil oleh PT Indigen Karya Unggul yaitu mengurangi pembelian melon dari mitra dan melakukan penjualan melon dengan strategi baru seperti memperbanyak tim atau membuka market baru.

Strategi Pemasaran

Startegi pemasaran yang diterapkan oleh PT Indigen Karya Unggul yaitu dengan menerapkan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) *marketing*. Penerapan *segmenting, targeting, positioning* yang tepat tentu saja akan memudahkan perusahaan dalam menyusun program kegiatan pemasaran (Manggu & Beni, 2021).

Tabel 1. Strategi pemasaran PT Indigen Karya Unggul

Strategi Pemasaran	Definisi	Penerapan
<i>Segmentation</i>	Membagi pasar yang luas menjadi kelompok-kelompok kecil berdasarkan karakteristik tertentu	PT Indigen Kaya Unggul melakukan sortasi dan <i>grading</i> terlebih dahulu pada buah melon yang akan dipasarkan. <ul style="list-style-type: none"> - Grade A : kulit buah mulus, bentuk buah proporsional, berat 1,3 kg sampai 1,5kg. - Grade B : kulit buah mulus, bentuk buah proporsional dan berat diatas 1,5 kg - Grade C : bentuk buah tidak proporsional atau cacat. Pembagian sigmentasi pasar : <ul style="list-style-type: none"> - <i>Low people</i> merupakan seseorang yang memiliki penghasilan dibawah UMR. Melon yang

		<p>memiliki <i>grade C</i> termasuk ke dalam <i>low segment</i>.</p> <p>- <i>Middle to high people</i> merupakan seseorang yang telah memiliki penghasilan tetap dan stabil. Untuk melon yang memiliki <i>grade A</i> dan <i>B</i> termasuk ke dalam segmen <i>middle to high people</i>.</p>
<i>Targeting</i>	<p>Wijaya (2016), target pasar juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan.</p>	<p>Target pemasaran melon PT Indigen Kaya Unggul meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Middle to high segment</i> : kalangan yang memiliki penghasilan tetap, karena produk melon yang dipasarkan memiliki harga lebih tinggi dari melon biasanya. 2. Pedagang melon atau <i>reseller</i> dengan harga yang berbeda, karena <i>reseller</i> melakukan pembelian dalam partai besar. 3. Perumahan elit yang terletak di sekitar daerah Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta dan juga ke Biomart UGM. 4. <i>Low segment</i> biasanya ditargetkan pada kegiatan <i>Car Free Day</i> (CFD) di stadion Maguwoharjo berupa melon utuh dan potong yang dikemas menggunakan wadah mika.
<i>Positioning</i>	<p>Langkah menentukan metode yang tepat dalam memposisikan produk atau merek ke dalam sasaran segmentasi</p>	<p>Cara PT Indigen Karya Unggul merepresentasikan produk kepada konsumen yaitu dengan <i>branding</i> produk melalui berbagai media sosial dan tes <i>brix</i> atau uji kemanisan buah.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Branding</i> melalui media sosial <i>marketplace</i> facebook, instagram @indifresh_ dengan cara menyuguhkan foto produk melon dan memberikan garansi kepada pembeli apabila buah melon tidak memiliki rasa yang manis.



2. *Branding* dengan tes *brix* atau uji kemanisan buah yang diukur langsung menggunakan refraktometer yaitu *brix* lebih dari 12.

Bauran Pemasaran Melon

Product (Produk)

PT Indigen Karya Unggul menawarkan produk yang salah satunya yaitu komoditas melon. Terdapat banyak jenis melon yang di pasarkan oleh PT Indigen Karya Unggul diantaranya melon hikapel, melon *inthanon*, melon *golden salza*, dan melon *honey globe*. Tidak semua jenis melon yang ada diproduksi atau dibudidayakan oleh PT Indigen Karya Unggul. PT Indigen Karya Unggul memperoleh sebagian jenis melon melalui *supplier*. Produk melon yang pernah dibudidayakan oleh PT Indigen Karya Unggul diantaranya melon *hikapel*, melon *inthanon*, melon *honey globe*, melon *fuji sawa*, melon *dalmantion*, melon *chamoe*, melon *sweet net*, melon *G-Rock FI*, melon *sweet hami* dan melon GMP (*Gama Melon Parfume*).

Tabel 2. Jenis melon di PT Indigen Karya Unggul

Nama	Ciri-Ciri	Dokumentasi
Melon <i>hikapel</i>	Berukuran kecil mirip seperti buah apel, memiliki berat 300 sampai 800 gram per buah, namun memiliki rasa yang manis, aroma harum dan daging buahnya berwarna orange berbeda dengan melon pada umumnya yang berwarna hijau.	
Melon <i>inthanon</i>	Jenis melon <i>golden emerald</i> dan tergolong langka di Indonesia. Ciri khas melon ini yaitu kulit berwarna kuning sampai orange yang dilapisi dengan <i>net</i> atau jaring. Daging buahnya berwarna hijau segar dengan tekstur <i>juicy</i> dan lembut, serta memiliki ciri khas yang manis dengan <i>brix</i> 14	

Melon honey globe

Melon berasal dari Taiwan. Ciri melon ini yaitu kulit buah mulus tidak ada corak, berwarna putih tanpa jaring, bentuk lebih bulat tinggi, dan ukuran lebih besar dengan rata-rata mencapai 1-1,7 kg/buah. Daging melon ini memiliki tekstur yang lunak dan rasa yang manis, banyak mengandung air serta uniknya rasa pada melon ini semakin manis di bagian yang terdekat dengan kulitnya (*brix* 15).

*Price (Harga)*

PT Indigen Karya Unggul menjual produk melonnya ke beberapa kategori dengan harga yang berbeda-beda. Persaingan yang semakin ketat terutama dalam pasar pembeli, peranan penetapan harga dan promosi penjualan sangat penting terutama untuk membangun komitmen dan loyalitas pelanggan (Selang, 2013). Kategori pertama yaitu menjual produk melon ke *buyers* besar dengan range harga Rp25.000 sampai Rp30.000 per kg. Adanya perbedaan *range* harga jual melon ke *buyers* ini disebabkan oleh kesepakatan perusahaan dengan *buyers* yang berbeda-beda tergantung dengan jenis melon. PT Indigen Karya Unggul menjual melon *hikapel* ke *buyers* besar dengan harga Rp29.000 per kg, melon *inthanon* dengan harga Rp30.000 per kg, melon *honey globe* di harga Rp28.000 per kg dan melon *golden salza* dengan harga Rp29.000 per kg. Kategori kedua yaitu menjual produk melon ke Biomart UGM dengan harga Rp29.000 per kg. harga jual Biomart UGM ke konsumen akhir adalah Rp35.000. Kategori ketiga adalah menjual langsung produk melon ke konsumen akhir (*end user*). PT Indigen Karya Unggul memiliki kategori untuk target pasar melon hidroponiknya. Target pasar dari PT Indigen Karya Unggul sendiri yaitu masyarakat golongan menengah ke atas. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp35.000 per kg untuk jenis melon *hikapel*, melon *inthanon*, melon *golden salza*, dan melon *honey globe*.

Place (Lokasi)

Pemilihan pasar yang baik dimulai dengan menentukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar yang dapat dimasukkan (Ula, 2020). Penempatan lokasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Indigen Karya Unggul ini dengan dua cara yaitu secara *offline* dan *online*. Penempatan lokasi pemasaran *offline* yaitu di kantor PT Indigen Karya Unggul dengan lokasi yang strategis yaitu terletak didekat jalan raya utama, universitas, pusat perbelanjaan, stadion, wisata, dan lain-lain. Dekatnya lokasi PT Indigen Karya Unggul dengan berbagai macam ekspedisi dan letaknya yang tidak jauh dari pusat keramaian menjadi salah satu kemudahan akses untuk pendistribusian komoditas hidroponik ke berbagai wilayah diluar Yogyakarta dan juga membantu memperluas jangkauan pasar. Penempatan lokasi pemasaran *online* digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran yaitu menggunakan *platform* media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp. Penempatan pemasaran pada

berbagai *platform* tersebut berkaitan erat dengan proses promosi dalam menjangkau konsumen karena mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan melon hidropnik.

Promotion (Promosi)

PT Indigen Karya Unggul mengenalkan produk melon dengan cara melakukan promosi secara *onlinedan offline*. Promosi *online* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yaitu facebook, whatsapp dan instagram. Tujuan promosi *online* ini yaitu untuk menjangkau konsumen lebih luas dengan waktu yang singkat sehingga produsen lebih efisien dalam melakukan pemesanan. Promosi menggunakan *platform* facebook dipilih karena facebook lebih banyak diminati oleh kalangan orang dewasa yaitu rentang umur sekitar 25 tahun ke atas. Promosi yang dilakukan di instagram yaitu dengan membuat konten *feeds* terkait produk-produk yang dijual oleh perusahaan, *story* instagram dan *reels* pada akun resmi perusahaan @indifresh_. Konten *reels* yang dibuat berisi video *greenhouse* yang bertujuan untuk mempromosikan proyek pembangunan *greenhouse* melon, sayur dan agrowisata PT Indigen Karya Unggul.

Promosi secara *offline* dilakukan dengan menggunakan konsep *personal selling*, di mana proses promosi dilakukan secara lisan dalam suatu pembicaraan bersama dengan calon konsumen dengan tujuan agar penjualan produk dapat terealisasi. Promosi secara *offline* bertujuan agar konsumen melon loyal untuk datang kembali. Promosi *offline* dilakukan dengan cara memasarkan produk melon melalui tiga strategi pemasaran. Sistem *offline* dilakukan yaitu dengan *door to door* ke perumahan elit di daerah Maguwoharjo, *car free day*, pembeli yang datang langsung ke PT Indigen Karya Unggul, Biomart UGM, pelatihan serta pameran.



Gambar 5. Promosi melon di facebook



Gambar 6. Pamflet poster promosi di *story* instagram

People (Orang)

PT Indigen Karya Unggul memiliki SDM yang berkompeten di bidangnya masing-masing. Penjualan produk di PT Indigen Karya Unggul ini di *handle* langsung oleh Mas Sutrisno selaku *Chief Marketing Officer* PT Indigen Karya Unggul yang bertanggung jawab atas semua operasi di dalam perusahaan yang terkait dengan pengembangan, penyebaran dan penyampaian penawaran yang berharga bagi klien, pelanggan atau mitra bisnis. CMO ini memerlukan bantuan untuk

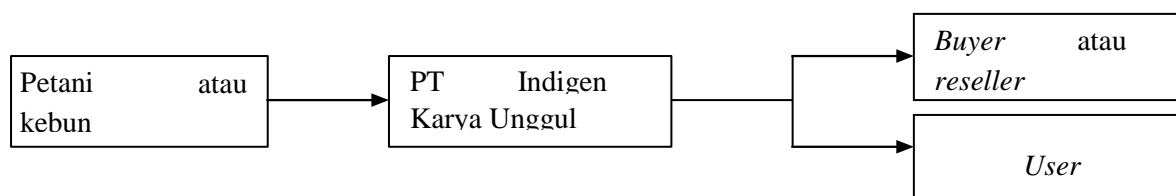
menghubungkan pelanggan, pasar dan relasi dimana hal ini merupakan tugas dari seorang *business development* yang dipegang oleh Mas Ahmad Muhlisin. Tantangan menjadi seorang *Business Development* adalah harus mampu untuk mengidentifikasi peluang dan membuat terobosan yang menguntungkan perusahaan untuk jangka panjang. Bidang ini bertugas berkoordinasi dengan divisi lain untuk mengembangkan produk serta mempresentasikan strategi pengembangan bisnis untuk menentukan target pasar.

Physical evidence (Bukti Fisik)

Bukti fisik bisa berwujud logo, brosur, souvenir, akses untuk menghubungi customer service, seragam karyawan, event dan websiteresmi. PT Indigen Karya Unggul dalam melakukan pemasaran melon dengan membagikan pamflet melalui akun media sosial resmi instagram @indifresh_, *WhatsApp business* indifresh. Akun instagram @indifresh_ ini berisi postingan kegiatan yang dilakukan PT Indigen Karya Unggul seperti pembangunan *greenhouse*, edukasi mengenai sistem hidroponik, melon hidroponik, sayur hidroponik dan macam-macam *greenhouse* serta pemasaran melon. *Whatsapp business* Indigen digunakan sebagai *contact person* untuk pembelian melon dan sayur hidroponik.

Process (Proses)

PT Indigen Karya Unggul dalam memasarkan melon melalui beberapa tahap proses untuk sampai ke tangan pembeli atau konsumen.



Gambar 7. Alur pemasaran melon di PT Indigen Karya Unggul

PT Indigen Karya Unggul mencari *supplier* melon ketika dikebun mereka belum masa panen. PT Indigen Karya Unggul dalam memasarkan melon melalui beberapa tahap proses untuk sampai ke tangan pembeli atau konsumen. PTIndigen Karya Unggul mendapatkan *supply* melon dari berbagai petani melon yang ada di daerah Yogyakarta dan Jawa Timur, setelah itu melon di sortasi dan *grading* oleh PT Indigen Karya Unggul. Melon ini kemudian dipasarkan melalui *reseller* dan *end user*. *Reseller* biasanya membelimelon dalam jumlah ton, sedangkan *end user* dalam kilogram.

KESIMPULAN

PT Indigen Karya Unggul merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian baik berupa *farming management*, penjualan produk, bahan tanam, nutrisi hidroponik dan pembuatan sistem hidroponik. Teknik budidaya melon hidroponik yang baik dan berkualitas salah satunya menggunakan sistem rakit apung (*floating raft*). Manajemen pemasaran melon hidroponik di PT Indigen Karya Unggul diawali dengan perencanaan pemasaran melon oleh *Chief Marketing Officer*. Pemasaran melon dilakukan dengan sistem *online* dan *offline*. Sistem online yaitu pemasaran melon melalui media sosial seperti *marketplace* facebook, grup facebook, pamflet *story* whatsapp dan instagram perusahaan maupun individu serta penawaran melalui *personal chat* atau *broadcast* dengan pedagang melon melalui whatsapp perusahaan. Sistem *offline*

dilakukan dengan *door to door* ke perumahan elit di daerah Maguwoharjo, *car free day*, pembeli yang datang langsung ke PT Indigen Karya Unggul, Biomart UGM, pelatihan serta pameran. Penjualan melon apabila tidak mencapai target, maka langkah yang dapat diambil oleh PT Indigen Karya Unggul yaitu mengurangi pembelian melon dari mitra dan melakukan penjualan melon dengan strategi baru seperti memperbanyak tim atau membuka market baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V. (n.d.). *The Implementation of Product Marketing Strategy of PT. Asuransi Umum Bumi Putera Muda 1967 at Dumai Branch*.
- Fadhlillah, R. H., Dwiratna, S., & Amaru, K. (2019). Performance of floating raft fertigation system on water spinach plants (*Ipomea reptans* Poir.) cultivation. *Jurnal Online PERTANIAN TROPIS*, 4(2), 165–179.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Furoidah, N. (2018). Efektivitas nutrisi Ab Mix terhadap hasil dua varietas melon. *Agritrop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian (Journal of Agricultural Science)*, 16(1), 186–196.
- Layyina, N., Muspiah, A., & Julisaniah, N. I. (2022). Pengaruh Zeolit pada media tanam terhadap penyerapan POC secara hidroponik sistem Brassica juncea L. *Samota Journal of Biological Sciences*, 1(1), 11–18.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34.
- Nugraha, R. U. 2014. Sumber Hara Sebagai Pengganti AB mix Pada Budidaya Sayuran Daun Secara Hidroponik Laboratorium Sumberdaya Lahan Universitas Pembangunan Nasional Surabaya.
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subarna Batik Kroya-Cilacap). *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Pramesti, K. N., Wiyono, S. N., Karyani, T., & Pardian, P. (2020). ANALISIS MANAJEMEN PERSEDIAAN BAHAN BAKU ROCKWOOL PADA USAHA HIDROPONIK (Studi Kasus di Nabila Farm, Desa Cibogo, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat). *Mimbar Agribisnis*, 6(2), 724–739.
- Prayoga, A., Tawakal, H. A., & Aldiansyah, R. (2018). Pengembangan metode deteksi tingkat kematangan buah melon berdasarkan tekstur kulit buah dengan menggunakan metode ekstraksi ciri statistik dan support vector machine (SVM). *Jurnal Teknologi Terpadu*, 4(1).
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Sukmayadi. 2019. Kebijakan Penetapan Harga Pada PT. Atrindo Asia Global Bandung. *J. Ilmiah Manajemen*. Vol 10(2): 103-108.
- Ula, R. (2020). Marketing Strategy Analysis and Product Innovation making added Value Bitter Melon. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(1), 107–115.
- Wibowo, A. T. (2020). *Pengaruh Perbedaan Penggunaan Cocopeat Terhadap Hasil Melon (cucumis melo l.) Honey Globe Dengan Sistem Hidroponik Irigasi Tetes*. Politeknik Negeri Jember.
- Yanik, Y., Sugiharto, A. N., & Respatijarti, R. (n.d.). *Pengaruh Waktu Polinasi dan Umur Polen terhadap Hasil Benih Terong Hijau (Solanum Melongena L.) Hibrida*. Brawijaya University.
- Yanuarta, D. E., Bintoro, M., & Sulityono, N. B. E. (2017). *Efektifitas Beberapa Paket Pupuk dan Umur Panen Buah Terhadap Produksi dan Mutu Benih Melon (Cucumis melo L.)*.