

Penyuluhan Strategi Pemasaran Tanaman Hidroponik



Oleh :
Dina Lesmana, SP. MP
Samarinda, 5 September 2020



"Hidroponik adalah sistem budidaya yang tidak menggunakan media tanam konvensional (tanah). Sistem budidaya ini menggunakan media air bercampur larutan nutrisi. Karena medianya tidak menggunakan tanah, maka teknik ini dapat menekan hama dan penyakit dari tanah sehingga dapat meniadakan fungsi pestisida. Karena tidak menggunakan pestisida, maka tanaman hidroponik adalah tanaman **higienis** dan harganya menjadi **lebih mahal**"



MENIKAH

- TENTUKAN KARAKTERISIK CALON
- CARI SAMPAI KETEMU
- PENDEKATAN (PDKT)
- TAARUF
- NIKAH

JUALAN

- TENTUKAN KARAKTERISIK MARKET
- CARI SAMPAI KETEMU
- PENDEKATAN (PDKT)
- TAWARKAN PRODUK
- CLOSING

Kemiripan antara menikah dan jualan

Sisi

Sisi

Konsumen

TAHAPAN MEMBELI



1. Tentukan karakteristik market Anda.
2. Cari sampai ketemu.
3. Lakukan pendekatan (PDKT).
4. Tawarkan produk Anda.
5. Closing.
6. Buat data base dari pembeli Anda.
7. Bangun interaksi dengan pembeli Anda tersebut.

Strategi Pemasaran

01

Bergabung Dengan Koperasi Tani

02

Membangun Jaringan Pasar ke restoran, supermarket, kafe, rumah makan, dan pasar tradisional

03

Promosi : medsos, tetangga terdekat, ceritakan keunggulan dan manfaat

04

Sponsorship, kenalkan produk Berbagi sampel untuk uji coba

05

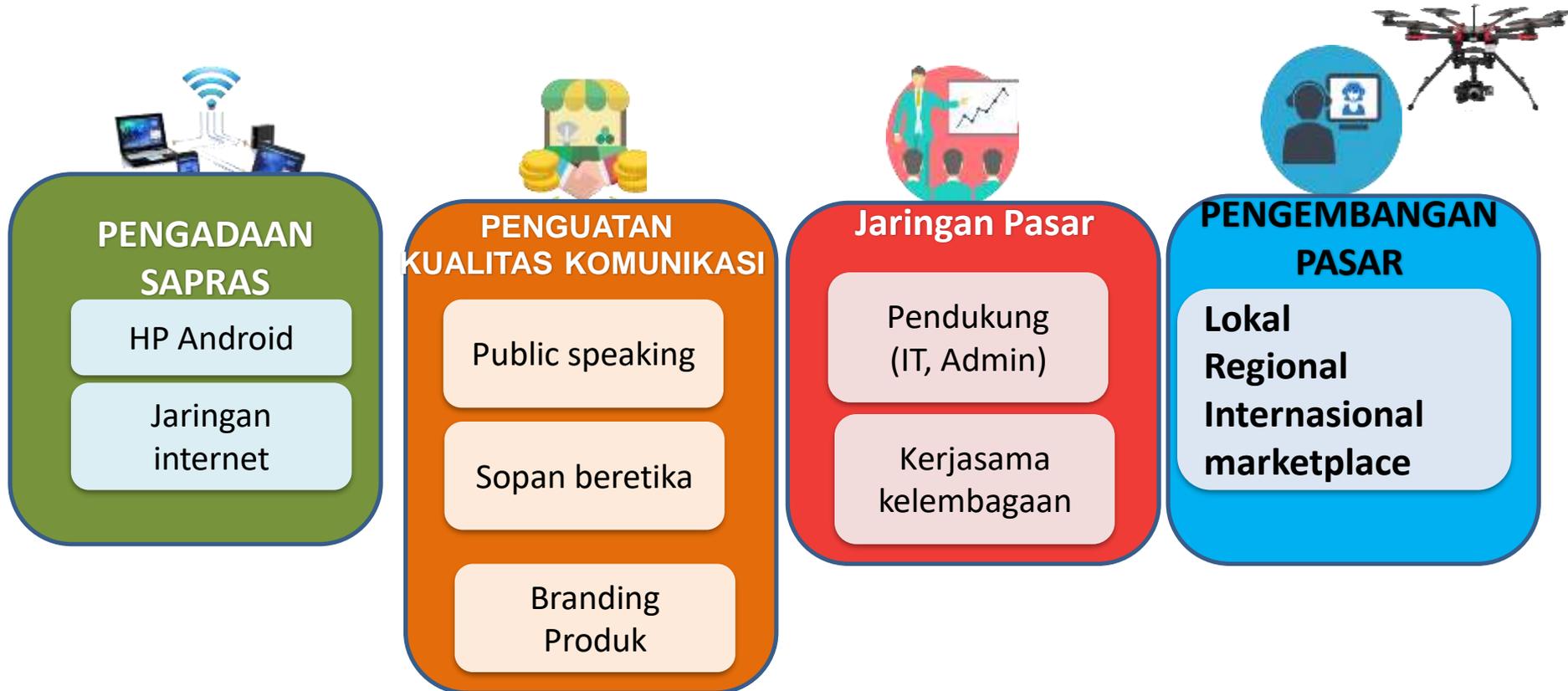
Mudahkan Transaksi

06

Buat kemasan, label dan brand unik, berani Berinovasi Personal branding



IMPLEMENTASI KEGIATAN PEMASARAN



Hal yang harus diperhatikan dalam strategi pemasaran

1. Konsistensi

Konsistensi dibutuhkan pada semua area marketing. Tujuannya agar dapat membantu mengurangi biaya marketing serta meningkatkan efektivitas penciptaan merk.

2. Perencanaan

Dalam menjalankan konsep marketing untuk usaha kecil, maka perlu perencanaan yang matang agar memperoleh banyak pelanggan. Karena itu, luangkan waktu sebanyak mungkin untuk merencanakan strategi marketing yang efektif, anggaran marketing yang dibutuhkan, serta konsep-konsep lainnya agar usaha kecil Anda dapat berkembang dengan pesat.

3. Strategi

Strategi adalah dasar bagi kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan sebelumnya. Beberapa hal yang biasanya dibahas saat menyusun rencana strategi adalah siapa target pasar, bagaimana cara membidik pelanggan, serta bagaimana cara menjaga agar konsumen yang ada menjadi pelanggan tetap.

4. Target Market

Definisikan secara tepat pangsa pasar apa yang sedang dituju. Caranya dengan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Hal ini bertujuan untuk memperjelas target pasar nugget Kaya Rasa seperti apa yang ingin dimasuki sehingga konsep marketing yang ingin Ibu Dewi buat lebih mudah untuk dilaksanakan.

5. Anggaran

Ini merupakan bagian paling berat sebab membutuhkan tingkat keakuratan yang tepat dalam menghitung anggaran marketing yang dibutuhkan.

6. Marketing Mix

Marketing mix pada umumnya dijelaskan sebagai produk, harga, tempat serta promosi. Sebagai pengusaha, tentunya Anda perlu memutuskan secara spesifik produk atau jasa, berapa harga yang sesuai, bagaimana dan dimana Anda akan mendistribusikan produk yang Anda butuhkan, serta bagaimana cara agar orang lain dapat mengetahui mengenai produk apa yang sedang Anda tawarkan. Anda juga dapat menggunakan jasa perusahaan digital marketing untuk memasarkan produk Anda.

Terima Kasih, selamat Mencoba Selamat berinovasi



Pemasaran



Closing Pembeli

