

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN MELON SEBAGAI PRODUK UNGGULAN PADA PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

IMPLEMENTATION OF MELON MARKETING MANAGEMENT AS A LEADING PRODUCT AT PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

Nasha Nur Anggraeni*¹, Watemin²

^{1,2} Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

*E-mail corresponding: nashanuranggraeni@gmail.com

Dikirim : 30 Desember 2024 Diperiksa : 17 April 2025 Diterima : 26 Mei 2025

ABSTRAK

PT Indigen Karya Unggul atau biasa dikenal Indigen Farm merupakan salah satu perusahaan start up yang bergerak dalam bidang Agribisnis. Perusahaan ini memiliki lima lini bisnis yaitu farming management, penjualan hasil produk pertanian, penyedia sarana produksi, serta sebagai tempat pelatihan dan pengembangan budidaya pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil perusahaan, penerapan manajemen serta bauran pemasaran pada PT Indigen Karya Unggul. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian jenis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder, metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Produk unggulan yang dihasilkan PT Indigen Karya Unggul yaitu melon premium dengan jenis golden topaz dan kirin. Kedua melon tersebut mempunyai ciri-ciri yang berbeda dan mempunyai keunggulan masing-masing. PT Indigen Karya Unggul juga mempunyai produk olahan yaitu indi juice. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Indigen Karya Unggul yaitu dengan mengadakan kegiatan Open Farm, selain itu penyaluran buah melon juga dijual kepada reseller, buyer dan toko buah. Penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PT Indigen Karya Unggul yaitu diawali dengan menentukan segmen pasar dan segmen konsumen, lalu menerapkan jobdesk kepada karyawan yang sesuai dengan posisi masing-masing, perusahaan juga memberikan arahan kepada karyawan dan pengendalian agar pemasaran produk berjalan sesuai dengan tujuan.

Kata kunci: Produk, Melon, Pemasaran, Open Farm, Perusahaan.

ABSTRACT

PT Indigen Karya Unggul or commonly known as Indigen Farm is a start-up company operating in the Agribusiness sector. This company has five business lines, namely agricultural management, sales of agricultural products, provision of production facilities, as well as a place for training and development of agricultural cultivation. This research aims to determine the company profile, management policies and marketing mix at PT Indigen Karya Unggul. In this research the author used a qualitative descriptive research type using primary and secondary data, data collection methods through observation, interviews and documentation. The superior products produced by PT Indigen Karya Unggul are premium melons with golden topaz and kirin types. Both melons have different characteristics and each have their own advantages. PT Indigen Karya Unggul also has a food product, namely indi juice. The marketing strategy carried out by PT Indigen Karya Unggul is by holding Open Farm activities, apart from that, distribution of melons is also sold to resellers, buyers and fruit shops. The implementation of marketing management carried out by PT Indigen Karya Unggul begins with determining market segments and consumer segments, then applying job desks to employees according to their respective

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN MELON SEBAGAI PRODUK UNGGULAN PADA PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

Nasha Nur Anggraeni¹, Watemin²

positions, the company also provides direction to employees and control so that product marketing runs according to objectives. Abstract ditulis dalam bahasa Inggris, menggunakan huruf Arial ukuran 11 dengan 1 spasi dan tidak lebih dari 250 kata. Abstract memuat pendahuluan, tujuan penelitian, metode, dan hasil penelitian.

Keywords: Products, Melons, Marketing, Open Farm, Company.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini semakin meningkat dengan adanya bukti jumlah perusahaan yang menjual jenis produk yang sama. Semua perusahaan mengupayakan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas penjualan produk serta meningkatkan manajemen pemasaran agar mendapatkan keuntungan maksimal. Hal tersebut menjadi penyebab meningkatnya jumlah perusahaan yang menjual produk jenis ini mengalami ketatnya persaingan bisnis. Perusahaan harus segera mengambil keputusan yang cepat dan tanggap karena persaingan yang semakin ketat, selain itu agar bisnis yang dibangun dapat berkembang dengan baik. Pasar harus dipertahankan oleh pengusaha dan persaingan bisnis harus dimenangkan (Rambe dan Nawawi, 2022).

Pelanggan harus merasakan kepuasan yang dibuat oleh perusahaan bisnis dengan jasa atau barang yang mempunyai nilai lebih tinggi, harga lebih murah, kualitas lebih baik, fasilitas yang memadai dan pelayanan harus lebih baik dari pesaing bisnis yang lainnya. Perubahan perilaku konsumen harus selalu dipantau pada saat menjalankan bisnis, hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi perilaku dari perusahaan tersebut,

kemudian akan dijadikan kajian dalam rangka peningkatan strategi pemasaran. Bauran pemasaran menjadi strategi yang ditetapkan oleh afiliasi bagaimana perusahaan tersebut menawarkan produk keada pasar tujuan (Rambe dan Nawawi, 2022).

Poluan et al (2019) menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran 4P yang sudah diterapkan dapat berjalan dengan lancar, variabel-variabel strategi bauran pemasaran saling melengkapi dan menungging serta berada diperan masing-masing dalam pemasaran produk. Produk, harga, tempat serta promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sebuah keputusan pembelian produk dan mengembangkan strategi berkelanjutan yang bertujuan agar mendapatkan loyalitas, dengan adanya loyalitas pelanggan bisa untuk bersaing dan memenangkan persaingannya (Widiyanto dan Sugandha, 2019)

Menurut Sudarsono (2020), Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan, yang mencakup kegiatan pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi, serta pengawasan atau pengendalian aktivitas pemasaran dalam

" sebuah organisasi. Tujuan dari semua ini adalah untuk mencapai sasaran organisasi dengan cara yang efisien dan efektif. Manajemen pemasaran berusaha untuk mempengaruhi tingkat, waktu, dan sifat permintaan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi; oleh karena itu, sering kali disebut juga sebagai manajemen permintaan. Selain itu, manajemen pemasaran tidak hanya bertugas menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar, tetapi juga mengatur tingkat transaksi dan permintaan yang diharapkan dengan cara tertentu untuk mencapai pasar sasaran demi membantu organisasi meraih tujuannya.

PT Indigen Karya Unggul merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian, termasuk farming management, penjualan produk, bahan tanam, nutrisi hidroponik, dan pembuatan. Meskipun perusahaan ini tidak secara langsung terlibat dalam produksi buah dan sayur, mereka memiliki potensi untuk berkontribusi dalam industri pertanian yang mencakup produksi buah dan sayur. Beberapa perusahaan lokal, seperti Indigen Karya Unggul, mungkin berkontribusi dalam produksi buah dan sayur dengan menyediakan bahan tanam, nutrisi hidroponik, dan pembuatan produk olahan buah dan sayur. Selain itu, perusahaan ini juga mungkin bekerja sama dengan pemerintah dan pihak lain dalam

mengembangkan dan menyediakan infrastruktur dan fasilitas untuk produksi buah dan sayur. Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana profil pada PT Indigen Karya Unggul, selanjutnya yaitu untuk mengetahui bagaimana sistem bauran pemasaran pada PT Indigen Karya Unggul dan yang terakhir yaitu untuk mengetahui penerapan manajemen pemasaran produk melon pada PT Indigen Karya Unggul.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung pada suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Selanjutnya ada wawancara, wawancara digunakan dalam penelitian kualitatif karena dapat memberikan wawasan informasi tentang waktu, yaitu mengacu pada masa lalu, sekarang dan masa depan apa yang akan datang. Dan yang terakhir yaitu dokumentasi, dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar, maupun elektronik.

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN MELON SEBAGAI PRODUK UNGGULAN PADA PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

Nasha Nur Anggraeni¹, Watemin²

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari-Februari 2024 yang berlokasi pada PT Indigen Karya Unggul di Desa Surokerten, Selomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan penelitian pada PT Indigen Karya Unggul.

A. Profil Perusahaan

PT Indigen Karya Unggul, yang lebih dikenal sebagai Indigen Farm, adalah perusahaan startup yang bergerak di sektor agribisnis. Didirikan pada tahun 2019 oleh empat pendiri, yaitu Igor Gadira, Sutrisno, Ahmad Muhlisin, dan Thomas Simanjutak, perusahaan ini berfokus pada pengelolaan pertanian dengan pendekatan dari hulu hingga hilir. Indigen Farm memiliki lahan seluas 1,2 hektar yang terletak di Kecamatan Kalasan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini memiliki lima lini bisnis utama yaitu:

1. Farming Management: Jasa pengelolaan budidaya tanaman mulai dari awal tanam hingga pemasaran produk.
2. Penjualan Hasil Pertanian: Menyediakan produk seperti melon premium dan sayuran hidroponik.
3. Penyedia Sarana Produksi: Menawarkan instalasi hidroponik dan sistem greenhouse.

4. Pelatihan dan Pengembangan: Edukasi tentang teknik budidaya hidroponik melalui Indi Academy.

5. Agroturisme Menyelenggarakan kegiatan open farm yang mengedukasi pengunjung tentang sistem budidaya modern.

Indigen Farm dikenal dengan produk melon premium yang dibudidayakan menggunakan sistem hidroponik. Varietas melon yang ditanam meliputi cantaloupe, dalmation, dan chamoe. Selain itu, sayuran seperti bayam Brazil dan kale juga merupakan bagian dari penawaran mereka. PT Indigen Karya Unggul juga memiliki kegiatan yang rutin dilakukan setiap waktu panen tiba, kegiatan tersebut dinamakan open farm. Open farm merupakan kegiatan wisata petik melon dan selada dan edukasi terkait sistem budidaya hidroponik di Kalasan Sleman Yogyakarta. Konsep indigen farm membuka wisata edukasi petik melon dan selada dengan tiket masuk gratis, para pengunjung yang datang di kegiatan open farm akan didampingi oleh guide yang akan memberikan informasi serta edukasi mengenai budidaya melon dan selada hidroponik.

Melon hidroponik yang dibudidayakan di dalam greenhouse memiliki beberapa keunggulan diantaranya yaitu mengurangi serangan hama dan penyakit, sehingga dapat meminimalisir penggunaan pestisida.

Indigen Farm tergabung dalam komunitas Kalasan Valley yang terdiri dari berbagai perusahaan startup di bidang pertanian dan teknologi. Komunitas ini bertujuan untuk berkolaborasi dalam proyek-proyek besar yang dapat meningkatkan daya saing dan inovasi. Perusahaan berkomitmen pada praktik pertanian berkelanjutan dengan meminimalkan penggunaan pestisida melalui teknik budidaya yang lebih aman bagi lingkungan. Dengan fokus pada keberlanjutan dan inovasi, PT Indigen Karya Unggul terus berupaya memberikan kontribusi positif terhadap industri pertanian di Indonesia

B. Bauran Pemasaran

1. *Promote* (Promosi)

Promosi adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu atau perusahaan kepada masyarakat umum, dengan tujuan untuk mengenalkan sesuatu, seperti barang, jasa, merek, atau perusahaan itu sendiri. Selain itu, promosi juga bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar mau membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Melalui promosi, produsen atau distributor berharap dapat meningkatkan angka

penjualan mereka. (Syahputra 2019; Safri dan Putri 2019; Julitawati dkk 2020).

Mengadakan kegiatan “Open Farm Wisata Petik Melon” setiap bulan, kegiatan Open Farm berlangsung selama 2 minggu, kegiatan tersebut merupakan kegiatan memetik langsung buah melon dan selada serta terdapat kegiatan edukasi tentang sistem budidaya hidroponik pada PT Indigen Karya Unggul. Sebelum dilaksanakan Open Farm biasanya PT Indigen Karya Unggul 3 minggu sebelumnya mencari data kelompok masyarakat, lalu 2 minggu sebelumnya menghubungi kelompok masyarakat untuk mengundang dalam kegiatan Open Farm, 1 minggu sebelumnya melakukan konfirmasi yang akan datang dan jumlah peserta.

PT Indigen Karya Unggul mempunyai konsep terhadap kegiatan Open Farm dengan membuka wisata petik melon dan selada tanpa memungut biaya masuk atau free htm, para pengunjung yang datang pada wisata petik melon akan didampingi oleh guide yang nantinya akan memberikan berbagai informasi dan edukasi yang berkaitan dengan budidaya melon serta selada hidroponik.

Tabel 1. Data Kelompok Masyarakat di Yogyakarta

No	Kategori	Jumlah Kelompok
1	Lembaga Pelatihan Kerja	60
2	Poktan	2
3	Yayasan	51
4	Sekolah	11

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN MELON SEBAGAI PRODUK UNGGULAN PADA PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

Nasha Nur Anggraeni¹, Watemin²

5	Boarding School	6
6	International School	9
7	Sekolah Alam	18
8	Kelompok UMKM	8
9	Dinas	4
10	Komunitas	51
11	Forum Komunikasi	10
12	Karang Taruna	7
13	Lembaga Swadaya Masyarakat	9
14	Kelompok Wanita Tani	66
15	Mahasiswa	33
16	Paguyuban	10
17	Sanggar	12
18	Kewirausahaan	12
19	Kelompok	181
Total		582

Sumber : Data Primer PT Indigen Karya Unggul, 2024

Terdapat 582 data kelompok masyarakat yang sudah tercatat dan sudah dihubungi untuk diundang pada event Open Farm

Tabel 2. Data Kedatangan dan Booking Open Farm

No	Kategori	Jumlah Kelompok	Jumlah Peserta
1	Kelompok Wanita Tani	10	187
2	Mahasiswa	2	150
3	Komunitas	6	67
4	DInas	4	100
5	Kelompok	1	25
Total		23	529

Sumber : Data Primer PT Indigen Karya Unggul, 2024

Peserta Open Farm 7 yang dilaksanakan pada tanggal 24 Januari 2024-6 Februari 2024 yang konfirmasi datang kurang lebih yaitu sebanyak 529 orang dalam 23 kelompok dan semuanya berdomisili di Yogyakarta.

Selain itu juga, PT Indigen Karya Unggul dalam mempromosikan produknya dengan membuat konten dan poster tentang kegiatan Open Farm yang

nantinya akan di upload pada sosial media seperti TikTok, Instagram dan WhatsApp.

2. Place (Tempat)

PT Indigen Karya Unggul berlokasi di Desa Surokerten, Selomartani, Kalasan, Sleman (Maps : PT Indigen Karya Unggul), lokasi pusat PT Indigen Karya Unggul Selain melakukan promosi dengan kegiatan Open Farm, PT Indigen Karya Unggul juga memasarkan produk melon

" nya ke reseller dan toko buah premium di beberapa wilayah. Berikut merupakan tabel data toko buah premium pada beberapa wilayah, yaitu:

Tabel 3. Data Toko Buah Premium

No	Wilayah	Jumlah
1	Bekasi	3
2	Tangerang	11
3	Yogyakarta	2
4	Banyumas	1
5	Subang	1
6	Cirebon	2
7	Purwakarta	1
8	Jakarta	19
9	Semarang	14
10	Bogor	2
11	Magetan	1
12	Pacitan	1
13	Bandung	9
14	Malang	3
15	Depok	2
16	Karawang	1
17	Cikarang	1
18	Bojonegoro	1
Total		75

Sumber : Data Primer PT Indigen karya Unggul, 2024

Data toko buah yang sudah tercatat oleh PT Indigen Karya Unggul dan sudah dihubungi untuk ditawarkan melon, total toko buah yang sudah dihubungi yaitu sebanyak 75 toko, akan tetapi yang bekerja sama dengan PT Indigen Karya Unggul hanya 14 toko buah saja yaitu pada kota Semarang sebanyak 13 toko buah dan Yogyakarta sebanyak 1 toko buah.

3. Price (Harga)

Harga jual produk yang ditetapkan oleh PT. Indigen Karya Unggul yaitu sebesar Rp. 40.000/kg untuk semua jenis melon baik jenis Golden Kirin maupun jenis Golden Topaz dan untuk reseller dan toko

buah sebesar Rp. 32.000/kg untuk semua jenis melon baik Golden Kirin maupun Golden Topaz. Sedangkan harga jus melon (*indi juice*) yaitu RP. 15.000 satu botol yang berisi 250 ml.

4. Product (Produk)

PT. Indigen Karya Unggul mempunyai beberapa produk yang dihasilkan dari green house, produk pertama ada selada air, bayam brazil, sawi dan produk unggulan pada PT. Indigen Karya Unggul yaitu melon, terdapat beberapa jenis melon pada greenhouse, yaitu :

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN MELON SEBAGAI PRODUK UNGGULAN PADA PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

Nasha Nur Anggraeni¹, Watemin²

Golden Kirin : ciri-ciri buah berbentuk lonjong, kulit berwarna kuning, netting tidak begitu rapat, daging berwarna orange, tekstur crunchy. Keunggulan dari melon golden kirin ini mempunyai tingkat kemanisan yang tinggi bisa sampai 16 brix, teksturnya juga berbeda dari buah melon yang lainnya yaitu tekstur yang crunchy seperti buah pear sehingga memberikan pengalaman menyegarkan saat mengkonsumsi buah melon.

Golden Topaz : ciri-cirinya buah berbentuk bulat, kulit tebal berwarna hijau, netting mirip sweet hami, daging berwarna orange, tekstur lembut. Keunggulan melon Golden Topaz yaitu mempunyai tekstur yang sangat lembut dan juicy sehingga paling banyak diminati oleh konsumen.

Produk melon hidroponik memiliki beberapa keunggulan dibandingkan melon konvensional, yaitu: Memiliki daya simpan yang lebih lama; Rasa lebih manis (brix 13-16); Memiliki tingkat kebersihan yang lebih tinggi; Tekstur dan rasa lebih khas; Kandungan vitamin lebih lengkap; Kandungan air tinggi, rasa lebih segar; Lebih sehat karena *less pesticide*.

C. Penerapan Manajemen Pemasaran

1. Perencanaan

PT Indigen Karya Unggul melakukan perencanaan pemasaran dengan memulai melakukan identifikasi segmen pasar, yaitu dengan menentukan segmen konsumen yang menjadi target, seperti konsumen

yang peduli kesehatan, mencari produk organik, dan konsumen yang menginginkan rasa buah yang autentik. Kemudian PT Indigen Karya Unggul membuat strategi pemasaran dengan langkah awal mensuply buah melon ke reseller yang berada di sekitar Yogyakarta dan Solo.

Kemudian setelah itu perusahaan juga merencanakan untuk mengadakan kegiatan yaitu "Open Farm Wisata Petik Melon" pada kegiatan tersebut bertujuan untuk memasarkan produk melon secara langsung kepada customer. Perusahaan juga menentukan harga yang kompetitif dengan melihat harga pasaran melon premium. Dan yang terakhir, selalu memastikan bahwa semua produk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan, karena penggunaan sistem hidroponik dapat meningkatkan kualitas tanaman melon. Perusahaan juga harus memastikan bahwa hanya melon berkualitas tinggi yang dipasarkan, hal tersebut dapat diketahui menggunakan tes brix, dengan brix minimal 13-16.

2. Pengorganisasian

Organizing dilakukan untuk menyusun pembagian tugas dan wewenang yang disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki serta lingkungan. PT Indigen Karya Unggul ini mempunyai 8 pekerja yang terdiri dari Direktur Utama, Direktur Operasional,

" Direktur HRGA FAT, Direktur Marketing, 3 operator kebun dan 1 driver. Operator kebun/produksi bertanggung jawab penuh dalam penyediaan bibit, menanam, mengolah, menjaga greenhouse, memperhatikan jadwal penyiraman, pemberian pupuk, kebersihan greenhouse dan hasil produk melon. Sedangkan untuk driver sayur bertugas mengirimkan sayur kepada warung/toko, hotel, restaurant, cafe yang sudah bekerja sama dengan Indigen. Jam kerja karyawan dimulai pukul 08.00 dan berakhir pukul 17.00. Pada pukul 08.00 karyawan sudah harus sampai di perusahaan serta melakukan briefing pagi, kemudian untuk istirahat dari jam 12.00-13.00 dan sebelum jam pulang karyawan produksi melakukan briefing sore.

3. Pengarahan

Kegiatan pengarahan dilakukan untuk menginformasikan standar kerja dan langkah langkah yang harus dilaksanakan karyawan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengarahan karyawan biasanya dilakukan oleh pimpinan PT Indigen Karya

Unggul ketika terdapat karyawan baru direkrut dan dilakukan pengarahan kepada mahasiswa yang sedang magang di Indigen, karena PT Indigen Karya Unggul ini sudah 3 Batch dalam penerimaan mahasiswa magang. Karyawan yang sudah diterima akan melalui proses training terlebih dahulu selama 3 bulan. Training ini

dilakukan untuk membekali karyawan baru terkait kegiatan apa saja yang harus dilakukan di green house untuk produksi dan untuk driver yaitu membuka toko atau menawarkan sayuran kepada toko baru, memahami rute pengantaran pesanan dan penarikan sayur setiap satu 5 hari. Selain itu setiap pagi dan sore dilakukan briefing untuk memberikan pengarahan apa saja yang dilakukan dihari itu dan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan di hari tersebut.

4. Pengendalian

Controlling penting untuk diterapkan dalam kegiatan usaha agar tidak terjadi penyimpangan dalam proses kegiatan. Pimpinan PT Indigen Karya Unggul melakukan pengawasan secara langsung siang hari, terutama kepada team produksi. PT Indigen Karya Unggul selalu memastikan produknya bagus, selalu segar, kebersihan greenhouse, selain itu selalu mempertahankan kualitas produk melon sesuai dengan standar telah dilakukan perusahaan. Hal ini termasuk memilih supplier yang dapat memastikan kualitas, kontinuitas, harga, dan layanan yang baik. Pada saat open farm juga selalu memastikan hasil buahnya tetap segar, rasanya manis karena standar kemanisan melon di PT Indigen Karya Unggul berada minimal 13-16 brix. Dan pada saat Open Farm, team produksi akan menjadi guide pengunjung dan dipastikan harus ramah kepada pengunjung.

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN MELON SEBAGAI PRODUK UNGGULAN PADA PT INDIGEN KARYA UNGGUL, YOGYAKARTA

Nasha Nur Anggraeni¹, Watemin²

KESIMPULAN

Bauran pemasaran pada PT. Indigen Karya Unggul yaitu promosi penjualan melon dilakukan dengan mengadakan kegiatan open farm, dan menawarkan buah kepada buyer serta reseller. Selanjutnya PT. Indigen berlokasi di Desa Surokerten, Selomartani, Kalasan, Sleman. Kemudian untuk harga melon premium di indigen harganya sebesar Rp. 40.000/kg, dan harga jus melon Rp. 15.000/botol. Lalu di PT. Indigen Karya Unggul mempunyai beberapa jenis buah yaitu Sweet Hami, Golden Kirin dan Golden Topaz. Penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan PT. Indigen Karya Unggul yaitu dengan merencanakan pemasaran buah melon, kemudian mencari segmen konsumen atau target konsumen, membuat strategi pemasaran, menetapkan harga jual produk yg sesuai dengan pasaran dan selalu memastikan buah melon sesuai dengan standar kualitas yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Juliawaty, W., Willy, F., dan Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap

Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), h. 43-56.

Poluan, Firna M. A, Silvya L. Mandey dan Melda W.J. Ogi. 2019. "Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan instant Alvero)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7(3): 2969-78.

Rambe, Dhea Nita Safina., dan Nawawi, Zuhrinal. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister* 1(2): 90-95.

Safri, I., dan Putri, R. S. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2), h. 298-321.

Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Jurnal ECOBISMA*, 6(2), h. 83-88.

Widiyanto, G, and S Sugandha. 2019. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji." *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86>