



Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Hasan Fahmi Kusnandar
Yosini Deliana
Dewi Elviana Cahyaning Candra Wulandari



Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Hasan Fahmi Kusnandar
Yosini Deliana
Dewi Elviana Cahyaning Candra Wulandari



Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Strategi Promosi Buah Unggulan Lokal

Copyright © PT Penamuda Media, 2023

Penulis:

Hasan Fahmi Kusnandar

Yosini Deliana

Dewi Elviana Cahyaning Candra Wulandari

ISBN:

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 + 167 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 dimiliki 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 pemasaran 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