

## RINGKASAN

**Manajemen Pemasaran Pupuk Cair PT. Agro Hikmah Sejahtera Nguling Pasuruan**, Robbiarini Uswatun Hasanah, NIM D41181422, Tahun 2022, 65 Halaman, Program Studi Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, di bawah bimbingan Ardhitya Alam Wiguna, S.E., M.M.

Praktik Kerja Lapang (PKL) merupakan salah satu kegiatan utama dalam pelaksanaan pendidikan di Politeknik Negeri Jember dan wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa. PT. Agro Hikmah Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha manufaktur dan memproduksi jenis Pupuk cair dan Fungisida yang didirikan oleh Bapak Anwar Dimiyati dan resmi dibuka pada tanggal 17 Desember 2018. Perusahaan tersebut berlokasi di Jalan Raya Panglima Sudirman No. KM.19, Kramat, Sedarum, Kecamatan Nguling, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Visi dari perusahaan ini adalah menjadikan PT. Agro Hikmah Sejahtera sebagai produsen saprodi terkemuka di Indonesia yang mendahulukan edukasi guna mewujudkan peningkatan produksi pertanian ditingkat rumah tangga dan berbasis pertanian ramah lingkungan dan berkelanjutan. Kegiatan PKL ini dilaksanakan mulai tanggal 27 September hingga 25 Desember 2021 dengan berbagai kegiatan seperti pengenalan lingkungan kerja, apel pagi, pengemasan, pengolahan lahan, pemanenan, temu tani, dan administrasi penjualan. PT. Agro Hikmah Sejahtera memproduksi produk pupuk AHS dengan berbagai jenis produk diantaranya adalah blackGOLD<sup>+</sup>, Gsport, NL<sup>+</sup> (*Nitrogen Liquid*), PL (*Phosphorus Liquid*), KL<sup>+</sup> (*Kalium Liquid*), TSP Liquid (*Thrisodium Phospat*), CNP Liquid (*Calcium Nitrat Phospat*), EriX, Sulvic, MAXYPRO 80WP, dan TricoMAX.

Alur pemesanan dari produk pupuk PT. Agro Hikmah Sejahtera yaitu dimulai dari pemesanan produk secara langsung oleh Dealer atau AMD (*AHS Main Distribution*). Direktur PT. AHS dan Dealer akan melakukan kesepakatan mengenai biaya yang harus dikeluarkan termasuk didalamnya DP serta batas

jangka waktu pelunasan. PO (*Purchase Order*) yang diterima oleh direktur akan dilanjutkan ke bagian produksi untuk dilakukan tahap selanjutnya. Kemudian produk pupuk AHS akan dikirim sesuai dengan jumlah pemesanan. Produk akan diterima oleh dealer dan dilakukan pembayaran sesuai dengan jumlah yang tertera pada surat jalan. PT. Agro Hikmah Sejahtera akan melakukan return produk apabila ada produk yang mengalami kerusakan dan akan dikirim ulang oleh perusahaan sesuai dengan jumlah return.

Pemasaran merupakan kegiatan terpenting dalam usaha distribusi barang dari produsen kepada konsumen akhir. Setiap perusahaan memiliki sebuah strategi pemasaran guna meningkatkan target penjualan dan juga dapat mengembangkan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat. Alur pemasaran PT. Agro Hikmah Sejahtera yaitu produsen (perusahaan), AMD atau Dealer, sales, reseller kemudian enduser.

PT. Agro Hikmah Sejahtera dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada terkait manajemen pemasaran dengan pendekatan 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) yaitu melalui metode diagram sebab-akibat (*fishbone*). Dalam hal ini, ditemukan beberapa penyebab yang dapat menjadi akar dari permasalahan terkait manajemen pemasaran pada PT. Agro Hikmah Sejahtera, diantaranya yaitu (a) kerusakan pada produk pupuk AHS akibat penyimpanan dalam gudang yang lembab dan penyusunan atau penataan barang yang tidak seimbang, (b) kemacetan dalam proses pembayaran secara kredit, serta (c) promosi yang dilakukan oleh perusahaan kurang luas dan jaringan distribusi yang dimiliki terbatas. Kemudian setelah ditemukan akar dari permasalahan tersebut, didapat beberapa penyelesaian atau solusi agar manajemen pemasaran pada PT. Agro Hikmah Sejahtera dapat berjalan dengan baik, diantaranya yaitu (a) pekerja bagian produksi harus memperhatikan jumlah tumpukan atau penyusunan barang minimal 6 susun untuk produk kecil dan minimal 4-5 susun untuk produk besar, (b) PT. Agro Hikmah Sejahtera sebaiknya memberikan persyaratan khusus seperti jaminan yang memikat agar terhindar dari penipuan, serta (c) promosi penjualan dapat dilakukandengan lebih gencar untuk memperluas cakupan pasar dan lebih meningkatkan hubungan baik dengan konsumen agar dapat jaringan yang dimiliki lebih luas.