

BAURAN PEMASARAN PRODUK PESTISIDA DI PT. YASIDA MAKMUR ABADI GRESIK

An Nisa Rahmania F.¹, Bagus Putu Yudhia², Tanti Kustiari³

¹ Mahasiswa Pascasarjana Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

² Dosen Pascasarjana Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

Email : annisarahmania2504@gmail.com

ABSTRAK

Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) dilaksanakan di PT Yasida Makmur Abadi Gresik, tujuannya untuk memahami tentang bauran pemasaran produk pestisida. PPPM dilaksanakan selama tiga bulan, sejak bulan September – November 2021. PT Yasida Makmur Abadi didirikan pada tanggal 04 September 1998. Alasan pemilihan PT Yasida Makmur Abadi sebagai lokasi PPPM, karena dilatarbelakangi adanya permasalahan persaingan produk pestisida dengan kompetitor lain yang memiliki produk dengan bahan aktif yang sama atau dengan kegunaan yang sama. Oleh karena itu perlu adanya pendekatan dalam pemecahan masalah di PT. Yasida Makmur Abadi, yaitu dengan mengidentifikasi setiap permasalahan yang ada dalam pemasaran produk pestisida. Hal pertama yang dilakukan, yaitu identifikasi dari segi segmentasi, targeting, positioning, dan market mix. Hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan PPPM, yaitu

Kata Kunci : Segmentasi, Target Pasar, Maket Mix PT Yasida Makmur Abadi.

DISTRIBUTION OF PESTICIDE PRODUCTS AT PT. YASIDA MAKMUR ABADI GRESIK

An Nisa Rahmania F.¹, Bagus Putu Yudhia², Tanti Kustiari³

¹ Mahasiswa Pascasarjana Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

² Dosen Pascasarjana Terapan Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

Email : annisarahmania2504@gmail.com

ABSTRACT

The Practice of Learning and Community Empowerment (PPPM) is carried out at PT Yasida Makmur Abadi Gresik aims to find out the marketing mix of pesticide products in PT Yasida Makmur Abadi. PPPM is held for three months, from September to November 2021. PT Yasida Makmur Abadi was established on September 4, 1998. The selection of PT Yasida Makmur Abadi as the location of PPPM is motivated by the problem of competition of competing products with similar active ingredients or with the same uses. Approach in problem solving in PT. Yasida Makmur Abadi is by identifying every problem faced in terms of product marketing, especially in pesticide products, this is done to find out the cause and effect of the problems faced in marketing. The results obtained after the implementation of PPPM are very positive, namely knowing market segmentation and targeting, market mix, and helping in providing marketing strategy input from pesticide products.

Keywords: Segmentation, Target Market, Mock-Up Mix PT Yasida Makmur Abadi