

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan di industri pertanian meliputi berbagai produk pertanian. Salah satunya yaitu komoditas jagung di Indonesia. Jagung merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia dan menjadi salah satu kebutuhan pangan utama bagi masyarakat Indonesia serta nilai permintaannya cukup tinggi. Berdasarkan hitungan Direktorat Jenderal Tanaman Pangan (Ditjen TP) Kementan, produksi jagung dalam 5 tahun terakhir meningkat rata-rata 12,49% per tahun. Hal tersebut berarti pada tahun 2018 produksi jagung di Indonesia mencapai 30 juta ton pipilan kering (PK). Hal ini juga didukung oleh data luas panen per tahun yang rata-rata meningkat 11,06% dan produktivitas rata-rata meningkat 1,42% (ARAM I, BPS 2018). Sementara dari sisi kebutuhan, berdasarkan data dari Badan Ketahanan Pangan (BKP) Kementan, kebutuhan jagung tahun ini diperkirakan sebesar 15,5 juta ton PK yang terdiri dari pakan ternak sebesar 7,76 juta ton PK, peternak mandiri 2,52 juta ton PK, untuk benih 120 ribu ton PK, dan industri pangan 4,76 juta ton PK. Berdasarkan data tersebut para pengusaha di bidang pertanian khususnya di pembenihan jagung mengalami persaingan pasar yang cukup ketat. Hal tersebut membuat persaingan pasar tidak bisa dihindarkan. Banyaknya produk yang sejenis akhirnya membuat para kompetitor berlomba-lomba dalam memasarkan dan mengunggulkan produknya masing-masing. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau badan usaha untuk mengenalkan produknya ke konsumen untuk kebutuhan pasar demi keberlanjutan dari perusahaan dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan sendiri. Permasalahan yang timbul akibat kurang tepatnya pemasaran yang dilakukan juga mengakibatkan banyak masalah yang terjadi bagi perusahaan, tidak sedikit perusahaan yang mengalami kebangkrutan karena hal ini. Dalam segi pemasaran, produsen harus memikirkan strategi pemasaran yang sesuai dengan produk dan kondisi pasar saat ini sehingga mampu bersaing dengan para kompetitor lainnya dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Dan

hal ini lah yang dilakukan oleh PT. *Asian Hybrid Seed Technologies* Indonesia (AHSTI).

PT. *Asian Hybrid Seed Tecnologies* Indonesia (AHSTI) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembenihan jagung hibrida di Kabupaten Jember yang bergerak dalam bidang riset dan pengembangan agribisnis mulai dari produksi, pengolahan dan pemasaran yang didukung tenaga ahli guna menghasilkan varietas benih yang berkualitas. Seluruh kegiatan di bidang pertanian mulai dari produksi benih di lahan, proses pasca panen dan penyimpanan benih dapat digunakan sebagai proses pembelajaran bagi mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja. PT. *Asian Hybrid Seed Technologies* Indonesia (AHSTI) termasuk unit bisnis yang dimiliki oleh Indophil Asia Equities Inc Filipina di Indonesia. PT. *Asian Hybrid Seed Technologies* Indonesia (AHSTI) berdiri pada tahun 2002 yang berada di Manado Sulawesi Utara, kemudian pada tahun 2003 PT Asian Hybrid Seed Technologies Indonesia (AHSTI) dipindahkan operasinya di Jember Jawa Timur tepatnya di kota Jember. Unit bisnis ini dipindahkan ke Jember Jawa Timur karena daerah ini merupakan salah satu sentra agribisnis yang menjanjikan di Indonesia. Sejak saat itu juga perusahaan mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga menjadi salah satu pemain penuh jagung hibrida terkemuka di Indonesia. Sampai saat ini PT *Asian Hybrid Seed Technologies* Indonesia (AHSTI) mempunyai tiga *production line* fasilitas pemrosesan benih jagung yang canggih dan mampu memproduksi 20 ribu ton benih jagung per tahunnya. Namun seiring berjalannya waktu, roda perputaran perusahaan pun terus berputar, banyak bermunculan perusahaan lain yang menjual produk yang sejenis dengan PT. *Asian Hybrid Seed Technologies* Indonesia (AHSTI) sehingga membuat penjualan perusahaan mengalami penurunan. Bahkan pada tahun 2018 perusahaan mengalami penurunan penjualan hingga 25% atau 5 ribu ton benih jagung dari jumlah produksi per tahunnya. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan kurang luasnya distribusi produk dan semakin banyaknya produk yang sejenis dengan perusahaan.

Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Assian Hybrid Technologies Indonesia (AHSTI) perlu adanya peningkatan dikarenakan adanya banyak pesaing yang menjual produk yang sama. Perusahaan perlu melakukan evaluasi agar produk benih jagung hibrida bisa bersaing dengan kompetitor lain dan mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Penggunaan bauran pemasaran yang efektif dan efisien dapat menggunakan bauran pemasaran dengan 4P yaitu *Product, Price, Promotion, dan Place*. Penggunaan bauran pemasaran yang terstruktur ini dapat memudahkan untuk penjualan produk serta dapat membuat strategi pemasaran yang tepat agar penjualan produk lebih meningkat dan dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1. Tujuan Umum

Tujuan umum kegiatan magang ini adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pengalaman kerja bagi mahasiswa mengenai kegiatan di perusahaan/industri/instansi dan unit bisnis strategi lainnya.
2. Memperoleh pelatihan kerja dilingkungan perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan serta membentuk sikap dan keterampilan kerja.
3. Meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai hubungan antara teori dan penerapan sehingga menjadi bekal bagi mahasiswa untuk terjun dalam dunia kerja dan masyarakat.
4. Melatih mahasiswa untuk mengerjakan pekerjaan lapang dan sekaligus melakukan serangkaian keterampilan yang sesuai dengan bidang keahliannya.

1.2.2. Tujuan Khusus Magang

Tujuan khusus dalam kegiatan magang ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah kesempatan bagi mahasiswa memantapkan keterampilan dan pengetahuannya untuk menambah kepercayaan dan kematangan dirinya.
2. Melatih mahasiswa berpikir kritis dan menggunakan daya nalarnya dengan cara memberi kesempatan.

1.2.3. Manfaat Magang

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dalam kegiatan magang antara lain adalah :

1. Mahasiswa terlatih untuk mengerjakan pekerjaan lapang dan sekaligus melakukan serangkaian keterampilan yang sesuai dengan dengan bidang keahliannya.
2. Mahasiswa memperoleh kesempatan untuk memantapkan keterampilan dan pengetahuannya sehingga kepercayaan dan kematangan diri semaki meningkat.
3. Menumbuhkan sikap kerja kerja mahasiswa yang berkarakter.
4. Mahasiswa dapat mengetahui proses pemasaran produk benih jagung di PT. AHSTI Kranjingan, Jember.

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

Waktu dan tempat magang dilaksanakan pada :

| | |
|-------------------|--|
| Tempat | : PT. AHSTI |
| Alamat | : Jl. Wolter Monginsidi, Langsepan, Rowo Indah, Kec.Ajung, Kab. Jember, Jawa Timur 68175. |
| Waktu Pelaksanaan | : 01 Mei 2023 s/d 26 Juni 2023 |
| Bidang | : Produksi Benih Jagung |
| Hari Kerja | : Senin - Jum'at |
| Jam Kerja | : 08.00 - 17.00 WIB |
| Jam Istirahat | : senin - kamis : 12.00 -13.00 Jum'at : 11.15 -12.15 |

1.4 Metode Pelaksanaan

Metode yang dilakukan dalam kegiatan magang ini adalah diskusi, praktik, dan pengamatan.

a. Diskusi

Diskusi dilakukan dalam praktik kerja lapang atau magang ini merupakan rangkaian kegiatan yang sering dilakukan pembimbing lapang bersama

mahasiswa. Dalam kegiatan ini pembimbing memberikan materi secara langsung dalam sebuah forum. Pembimbing juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk bertanya mengenai materi yang disampaikan apabila kurang memahami

b. Praktik

Kegiatan praktik ini dilakukan selama kegiatan magang atau praktik kerja lapang. Tujuan dari adanya praktik untuk menambah wawasan baru yang sebelumnya belum didapat dan juga menambah pengalaman baru dalam dunia kerja untuk mahasiswa.

c. Observasi

Kegiatan observasi ini merupakan salah satu metode yang dilakukan untuk data dengan cara pengamatan secara langsung ke lapang.