

BAB.1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, hadirnya teknologi yang tak terbendung dan perkembangannya turut membawa angin segar bagi upaya pengembangan produk baru. Pada saat yang sama, pola pikir konsumen yang semakin berkembang dan selektif menjadi kebutuhan bagi produsen untuk meningkatkan kualitas produknya di pasar. Produsen dituntut agar mengembangkan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memuaskannya. Bahkan menurut (Kotler, 2017) *Globalization creates a level playing field. The competitiveness of companies will no longer be determined by their size, country of origin, or past advantage. Smaller, younger, and locally based companies will have a chance to compete against bigger, older, and global companies*, yang berarti peluang untuk berkompetisi ataupun bermitra terbuka luas untuk perusahaan yang memiliki ekspoluser tinggi dan tentunya diimbangi faktor-faktor penunjang lainnya seperti kualitas produksi dan mutu produk.

Perusahaan yang menghasilkan produk bukan berarti tujuan perusahaan telah tercapai, karena jika produk tidak dipresentasikan kepada masyarakat luas, produk menjadi tidak maksimal faktor-faktor lain yang dapat menunjang perusahaan mengembangkan produk. Dalam dunia bisnis, fungsi pemasaran memegang peranan penting dalam mempengaruhi operasional perusahaan untuk meningkatkan laba, menumbuhkan perusahaan dan mempertahankan kelangsungan hidup jangka panjang yang diinginkan.

Sektor pertanian merupakan sektor yang cukup penting dalam keberlangsungan hidup masyarakat dari mulai petani yang terkait sampai masyarakat yang berbisnis pada sektor hilirnya. Maka dari itu, Perubahan lingkungan dan budaya yang mempengaruhi cara pencapaian informasi dan lebih efektif juga menuntut bagaimana produsen benih padi memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas dan strategis. Persaingan atau kompetisi adalah bersaingnyapara produsen yang sama sama memiliki usaha yang sama dan kemudian sama sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan

jumlah penjualan. Untuk dapat bertahan dalam beratnya persaingan yang ada, maka dibutuhkan model analisis dan strategi bisnis untuk perusahaan supaya dapat berkembang lebih pesat dan dapat menghadapi persaingan yang ada. Maka dari itu, diperlukan pengembangan inovasi yang membantu perusahaan dalam memaksimalkan penjualan.

Di tengah persaingan yang sangat ketat dewasa ini, para produsen benih padi berlomba-lomba menawarkan produk-produk dengan keunggulan yang tepat kepada konsumen. Perusahaan dengan produk sejenis berusaha menarik dan memenangkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar sehingga produk tersebut diharapkan dapat menjadi market leader atau pemimpin pasar diantara produk pesaing lainnya. Produk tangan konsumen. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, perkembangan dan keuntungannya.

Di era pasar modern, citra merek menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memasarkan suatu produk. Keberadaan suatu merek selalu dianggap penting karena suatu merek dapat mencerminkan identitas suatu produk dan juga dapat memberikan dampak tertentu bagi suatu perusahaan dari citra yang diciptakannya. Setiap perusahaan berusaha untuk menjaga dan mempertahankan keunggulan citra merek produknya semaksimal mungkin. Hal ini penting karena perusahaan menyadari bahwa konsumen seringkali mengandalkan kualitas produk itu sendiri untuk membangun citra merek yang baik. Citra merek juga dianggap sebagai prestise yang dibutuhkan konsumen saat mengkonsumsi suatu produk. Oleh karena itu, asumsi-asumsi ini menjadi pedoman penting bagi perusahaan untuk menyadari dampak positif dari citra merek produk mereka.

1.2 Tujuan

1.2.1 Tujuan Umum

1. Meningkatkan wawasan untuk merespon transisi penambahan kultur penjualan serta menambah wawasan peserta PPPM mengenai pengembangan usaha pada UD.Primasari Tani.
2. Mengaplikasikan keilmuan peserta PPPM yang diperoleh selamaperkuliahan untuk menganalisis setiap kegiatan dengan mengembangkan dan *web company profiles* sosial media sebagai Strategi pemasaran.

1.2.2 Tujuan Khusus

1. Menghasilkan *web company profile* dan media sosial yang strategis untuk pengembangan pemasaran produk.
2. Menghasilkan desain kemasan premium pada produk benih padi “Komodo”.

1.3 Manfaat dan Kompetensi

1.3.1 Manfaat

1. Dapat menambah pengetahuan dan keterampilan dengan adanya media yang strategis untuk pengembangan pemasaran produk.
2. Dapat meningkatkan kualitas dan keamanan produk di mata konsumen ataupun dalam proses operasional produknya.

1.3.2 Kompetensi

Kompetensi yang diharapkan dari peserta Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) di UD. Primasari Tani, Kecamatan Glagah Wero, Kabupaten Jember salah satunya adalah pada bidang pemasaran. Berdasarkan ilmu yang di pelajari di kampus berkaitan dengan pemasalahan yang dihadapi oleh UD. Primasari Tani, Kecamatan Glagah Wero, Kabupaten Jember, maka peserta kegiatan Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) mencoba menyelesaikan permasalahan dengan melakukan pendekatan

ilmu pemasaran yang ada di UD. Primasari Tani, Kecamatan Glagah Wero, Kabupaten Jember.

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) ini dilaksanakan di UD. Primasari Tani, Kecamatan Glagah Wero, Kabupaten Jember dari bulan September 2022 sampai November 2022. Jadwal Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM) dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1 Jadwal Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM)

No	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1	(September, 2022) Minggu ke 1	Persiapan kegiatan PPPM, Pengenalan dan Observasi	Wawancara mengenai analisis permasalahan kepada dosen Pembimbing PPPM
2	(September, 2022) Minggu ke 2	Konsultasi dengan Pemilik UD. Primasari Tani	Melakukan konsultasi dengan Pemilik UD. Primasari Tani mengenai beberapa masalah yang telah ditemukan dan memberikan masukan atau solusi mengenai permasalahan yang ada
3	(September, 2022) Minggu ke 3 dan 4	Perumusan masalah serta perencanaan dalam penyelesaian masalah	Mengambil masalah-masalah yang paling penting untuk di selesaikan
4	(Oktober, 2022) Minggu ke 1	Pelaksanaan Seminar Proposal	Seminar proposal dilaksanakan yang dihadiri oleh Dosen Pembimbing dari pihak Politeknik Negeri Jember
5	(Oktober – November) Minggu ke 2, Minggu ke 2, 2022)	Pelaksanaan PPPM	1. Menghasilkan <i>Web Company Profile</i> dan media sosial yang strategis untuk pengembangan pemasaran produk 2. Membantu proses laporan

			keuangan bulanan sebagai salah satu alat ukur kinerja perusahaan
6	(November, 2022) Minggu ke 3 dan 4	Pembuatan Laporan PPPM	Penyusunan Laporan Kegiatan PPPM yang telah dilakukan di UD. Primasari Tani, Kecamatan Glagah Wero, Kabupaten Jember
7	(Desember, 2022) Minggu ke 1	Seminar Hasil	Seminar proposal dilaksanakan yang dihadiri oleh Dosen Pembimbing dari pihak Politeknik Negeri Jember
8	(Desember, 2022) Minggu ke 2	Cetak Laporan PPPM	Pencetakan laporan PPPM
7	(Desember, 2022) Minggu 3	Penyerahan Laporan PPPM	Penyerahan laporan PPPM kepada Pemilik UD. Primasari Tani

Sumber : Data Primer, 2022.

Tabel 1.2 Jadwal Pelaksanaan Praktik Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (PPPM)

No	Keterangan	Tahun 2022																			
		Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan kegiatan PPPM, Pengenalan dan Observasi					■															
2	Konsultasi dengan Pemilik UD. Primasari Kabupaten						■														
3	Perumusan masalah serta perencanaan dalam penyelesaian masalah							■	■												
4	Pelaksanaan Seminar Proposal										■										
5	Pelaksanaan PPPM											■	■	■	■						
6	Pembuatan Laporan PPPM															■	■				
7	Seminar Hasil																		■		
8	Cetak Laporan PPPM																			■	
9	Penyerahan Laporan PPPM																				■

Sumber : Data Primer, 2022.