

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Konsep dasar pertanian organik adalah cara produksi tanaman dengan menghindarkan atau sebesar-besarnya mencegah penggunaan senyawa-senyawa kimia sintetik (pupuk, pestisida, dan zat pengatur tumbuh). Sistem pertanian organik semaksimal mungkin dilaksanakan melalui pergiliran tanaman, penggunaan sisa-sisa tanaman, pupuk kandang (kotoran ternak), kacang, pupuk hijau, limbah organik *off farm*, penggunaan pupuk mineral batuan serta mempertahankan pengendalian hama penyakit secara hayati, produktivitas tanah, dan suplai hara tanaman (Alamban 2002). Tujuan utama dari pertanian organik adalah menggunakan bahan dan praktik budi daya yang dapat mendorong keseimbangan lingkungan secara alami. Hal ini akan meningkatkan kesehatan dan produktivitas serta saling ketergantungan antara tanah, tanaman, hewan, dan manusia (Reghunath 2003).

Strategi pemasaran yaitu rencana yang akan dilakukan oleh perusahaan, yang didasarkan atas tujuan-tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan membuat kombinasi elemen dari *marketing mix* produk, distribusi, promosi dan harga (Tjiptono 2011).

Caisim (*Brassica juncea L.*) merupakan tanaman sayuran dengan iklim subtropis, namun mampu beradaptasi dengan baik pada iklim tropis. Caisim pada umumnya banyak ditanam dataran rendah, namun dapat pula didataran tinggi. Caisim tergolong tanaman yang toleran terhadap suhu tinggi (panas). Saat ini, kebutuhan akan caisim semakin lama semakin meningkat seiring dengan peningkatan populasi manusia dan manfaat mengkonsumsi bagi kesehatan. Rukmana (1994) menyatakan caisim mempunyai nilai ekonomi tinggi setelah kubis crop, kubis bunga dan brokoli.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

### **1.2.1 Tujuan**

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pada pertanian organik di CV TOM yang meliputi strategi pemasaran caisim.
2. Sebagai salah satu syarat kelulusan tahap Ahli Madya Pertanian (A.Md.P), Jurusan Manajemen Agribisnis, Prodi Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember.
3. Sebagai bekal pengetahuan tentang hubungan kerja dan masyarakat guna menunjang pengembangan bakat secara profesional.

### **1.2.2 Manfaat Kegiatan Magang yaitu:**

1. hasiswa memperoleh pengetahuan serta keterampilan lebih banyak dalam bidang pertanian organik dan strategi pemasaran.
2. Membina kerja sama antara Program Studi D3 Manajemen Agribisnis dengan CV TOM Yogyakarta.
3. Menambah pengalaman dan relasi serta mampu melakukan sendiri dalam dunia kerja khususnya di bidang pertanian organik dan strategi pemasaran.