

RINGKASAN

PENERAPAN *GREEN MARKETING* PRODUK PUPUK CAIR HAYATI MAJEMUK (PUCAMADU) DALAM MENCIPTAKAN *CORPORATE IMAGE GO GREEN* DI PT MADUBARU, Irma Yunita Intan Pratiwi, D41200609, Tahun 2024, 86 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Deltaningtyas Tri Cahyaningrum, ST., MT (Dosen Pembimbing Magang).

Kegiatan magang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana terapan pertanian (S.Tr.P) di Program Studi Manajemen Agroindustri Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk menambah keterampilan, keahlian, dan pengalaman dalam dunia kerja pada industri/perusahaan. Adapun pemilihan lokasi magang yaitu di PT Madubaru yang beralamat di Jalan Padokan, Desa Tirtonirmolo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 55181. Kegiatan ini dilaksanakan selama 5 bulan yaitu pada tanggal 10 Agustus 2023 – 27 Desember 2023.

PT Madubaru menerapkan *green marketing* untuk memberikan dampak yang positif pada lingkungan dan masyarakat. Konsep *green marketing* produk PUCAMADU di PT Madubaru yaitu menjangkau *green customers* dari petani dan kelompok tani yang menyadari keunggulan produk untuk mengurangi pemakaian pupuk kimia. *Green production process* mengacu pada kegiatan proses produksi yang dijalankan PT Madubaru mempertimbangkan dampak lingkungan dan menghasilkan produk PUCAMADU dengan memanfaatkan limbah vinasse. *Green financial affairs* PT Madubaru dengan pengaliran dana untuk aktivitas pertanian yang lebih ramah lingkungan. Sedangkan *reason of being green* PT Madubaru yaitu karena kesadaran lingkungan, permintaan konsumen, regulasi dan kepatuhan, serta reputasi dan posisi pasar.

Green marketing mix PT Madubaru yaitu dengan menciptakan produk ramah lingkungan seperti pupuk cair hayati majemuk (PUCAMADU). Harga premium dari produk PUCAMADU masih bisa bersaing dengan produk sejenisnya. Saluran distribusi ramah lingkungan produk PUCAMADU yakni pendistribusian langsung di lingkungan pabrik, menggunakan jasa ekspedisi dan bermitra dengan CV Biomikro Hayati sebagai perusahaan yang bergerak dalam pengolahan limbah sebagai distributor. Promosi ramah lingkungan produk PUCAMADU melalui *digital advertising, personal selling, public relation*, agrowisata Madubaru, dan E-Katalog. Oleh karena itu, *corporate image go green* PT Madubaru dapat membentuk citra positif sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sehingga dapat mencerminkan bahwa PT Madubaru dapat dipandang positif oleh konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat.

Permasalahan pada penerapan *green marketing* produk PUCAMADU yakni *warehouse* tidak tersebar merata di Indonesia, sarana promosi belum memadai, produk PUCAMADU rusak saat proses pengiriman, keterampilan digital rendah, kurangnya pemahaman konsep *green marketing* produk PUCAMADU, dan pengiriman tertunda karena cuaca buruk sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka dari itu perlu melakukan kolaborasi dengan pihak ketiga seperti penyedia *logistic* dan mitra jasa ekspedisi yang *green logistic*-nya baik sehingga menghindari adanya investasi besar dalam gudang baru dan produk PUCAMADU bisa tersebar di seluruh wilayah di Indonesia. Selain itu, perlu adanya pengoptimalan media sosial dan penyedia armada ramah lingkungan dalam kegiatan pemasaran produk PUCAMADU. Memastikan *packing* produk PUCAMADU untuk menghindari kerusakan saat proses pengiriman, melakukan pelatihan dan pengembangan keterampilan digital, serta melakukan *monitoring* dan kolaborasi antar karyawan perlu dilakukan untuk memaksimalkan penerapan *green marketing* produk PUCAMADU sehingga dapat memberikan citra positif PT Madubaru sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan (*corporate image go green*).

(Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember)