

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politeknik Negeri Jember merupakan perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan vokasional, yaitu suatu program pendidikan yang mengarahkan proses belajar mengajar pada tingkat keahlian dan mampu melaksanakan serta mengembangkan standar-standar keahlian secara spesifik yang dibutuhkan sektor industri. Magang merupakan program yang diwajibkan untuk semua mahasiswa aktif Politeknik Negeri Jember baik Program Diploma III maupun Diploma IV dengan beban 20 SKS. Kegiatan tersebut wajib diikuti oleh setiap mahasiswa sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan Pertanian (S.Tr.P) di Politeknik Negeri Jember.

Magang tersebut merupakan kegiatan wajib, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa tidak hanya di bidang keilmuan secara teori namun juga dalam praktek kerja nyata di lapang sesuai bidangnya. Kegiatan mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan teori yang didapat di perkuliahan dengan magang yang sesungguhnya dengan bidangnya. PT. Syngenta Indonesia merupakan perusahaan agrikultur yang menyediakan input penting bagi petani untuk meningkatkan produktivitas dan keamanan pangan yang bergerak dalam bidang pertanian, yang berfokus terutama menyediakan solusi inovatif untuk perlindungan tanaman (pestisida, fungisida, herbisida, perlakuan benih) dan benih unggul (terutama jagung hibrida), serta mendukung ketahanan pangan melalui riset, pengembangan, dan edukasi petani di Indonesia. Hal ini ditetapkan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan magang yang beralamat di Jalan Pondok Blimbings Indah, Blok C1 No 13-14, Kelurahan Polowijen, Kecamatan Blimbings, Kota Malang. Pemilihan PT. Syngenta Indonesia sebagai tempat magang adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pertanian (S.Tr.P) di Program Studi Manajemen Agroindustri Jurusan Manajemen Agribisnis.

Pemasaran atau “*marketing*” merupakan kegiatan yang bertujuan memperlancar arus barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen secara efisien. Dalam pemasaran terjadi suatu aliran barang dari produsen ke konsumen dengan melibatkan perantara pemasaran. Lembaga pemasaran memegang peranan yang

penting dalam menentukan saluran pemasaran. Kegiatan pemasaran yang baik harus dilandasi dengan fungsi pemasaran yakni meliputi: fungsi fisik, fungsi pertukaran, dan fungsi fasilitas serta dengan adanya konsep inti pemasaran yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen yang di lengkapi dengan adanya daya beli konsumen tersebut. Di dalam sebuah kegiatan pemasaran tentunya diperlukan sebuah strategi pemasaran agar tercapainya tujuan dari sebuah perusahaan, maka dari itu perlunya suatu perusahaan menetapkan strategi pemasaran.

PT. Syngenta Indonesia yang merupakan perusahaan agribisnis terkemuka yang fokus di pemasaran dan inovasi solusi pertanian, termasuk benih yang bermutu, produk perlindungan tanaman atau yang biasa disebut pestisida, dan teknologi digital untuk petani, menggunakan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan kegiatan lapangan seperti expo yang menyertai peTani guna meningkatkan produktivitas, sekolah lapaNK, *Farmer Group Discussion* (FGD). Strategi pemasaran utama PT. Syngenta Indonesia yaitu, demonstrasi atau peluncuran, edukasi melalui learning center, kemitraan petani, digitalisasi pertanian, penekanan pada manfaat ganda.

PT. Syngenta Indonesia meluncurkan benih jagung varietas NK6172-Bt11xGA21 Perkasa Sakti pada tanggal 2 Juli 2025 di Syngenta Learning Center Papar, Kediri, Jawa Timur yang merupakan varietas benih jagung bioteknologi sakti series yang ketiga dari PT Syngenta Indonesia. Jenis benih jagung ini tahan akan terhadap herbisida Glifosat dan serangan Ulat Penggerek Batang ACB (*Asian Corn Borer/Ostrinia furnacalis*). Benih NK Perkasa Sakti dikembangkan untuk musim kering dan wilayah yang menggunakan sistem *tropical irrigation*. Benih jagung NK Pendekar Sakti memiliki tiga manfaat, yaitu perawatan yang mudah terutama dari gangguan gulma dan serangan hama Ulat Penggerek Batang, biaya usaha tani yang lebih murah karena penggunaan produk perlindungan tanaman (prolintan/pestisida) yang efisien juga hemat biaya tenaga kerja, dan meningkatkan hasil panen. Berdasarkan hal tersebut, mahasiswa memilih judul “Penerapan Green Marketing Pada Produk Benih Hybrida Nk6172-Bt11xga21 Perkasa Sakti Pada Region Sales Area Java Nusra karena kegiatan pemasaran yang berfokus memberikan solusi

pertanian inovatif dapat menentukan kualitas dan kemurnian hasil akhir panen lebih melimpah. Melalui kegiatan magang ini, mahasiswa berkesempatan untuk mempelajari secara langsung pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan, termasuk standar operasional (SOP), teknologi budidaya, serta kerjasama dengan penyuluhan pertanian yang dilakukan di lapangan.

Selain itu, kegiatan magang ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam aspek teknis maupun manajerial pada kegiatan pemasaran “*marketing*”, terutama pada saat pemasaran secara langsung pada saat kegiatan dilapangan. Pengalaman ini akan menjadi bekal penting bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja di bidang agribisnis, sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan produktivitas penerapan green marketing pada benih jagung di Indonesia.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang Mahasiswa

Tujuan umum pelaksanaan magang mahasiswa adalah mengembangkan kompetensi profesional melalui pengalaman kerja nyata di dunia industri, sehingga mahasiswa mampu mengintegrasikan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan praktik operasional di perusahaan. Kegiatan ini juga bertujuan untuk membentuk kemampuan analitis, teknis, dan manajerial yang diperlukan di bidang agribisnis, khususnya dalam proses pemasaran, pengelolaan produk, dan penerapan teknologi pertanian yang berkelanjutan.

Melalui kegiatan magang ini, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman komprehensif mengenai sistem kerja, budaya organisasi, serta dinamika operasional perusahaan, sehingga siap menghadapi tantangan dunia kerja dan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan sektor agroindustri.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang Mahasiswa

1. Mengidentifikasi dan menganalisis penerapan strategi green marketing pada produk benih jagung NK, khususnya pada aspek *green product*, *green process*, *green communication*, dan *green customer value*.
2. Meningkatkan kemampuan teknis mahasiswa dalam melakukan observasi lapangan, pengambilan data, dokumentasi pertumbuhan tanaman, serta evaluasi hasil panen pada lahan riset dan kegiatan demonstrasi.
3. Mengembangkan keterampilan komunikasi mahasiswa melalui kegiatan pendampingan petani, kunjungan retailer, penyuluhan lapangan, serta penanganan komplain pelanggan.
4. Mengasah kemampuan analitis mahasiswa dalam mengevaluasi efektivitas kegiatan pemasaran serta implementasi green marketing yang dilakukan oleh perusahaan.

1.2.3 Manfaat Magang Mahasiswa

1. Menambah pengalaman kerja nyata sehingga mahasiswa memperoleh pemahaman langsung mengenai proses pemasaran, distribusi, dan pengelolaan produk benih jagung hibrida pada perusahaan agribisnis.
2. Meningkatkan kompetensi teknis mahasiswa, meliputi kemampuan observasi lahan, evaluasi pertumbuhan tanaman, pengumpulan data lapangan, serta analisis hasil panen dari kegiatan demo dan *side by side* (SBS).
3. Memperkuat keterampilan komunikasi mahasiswa, baik dengan petani, retailer, maupun tim perusahaan melalui kegiatan pendampingan, kunjungan lapang, penyuluhan, dan penanganan komplain pelanggan.
4. Meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai penerapan konsep green marketing, sehingga mampu melihat keterkaitan antara inovasi produk, proses operasional yang berkelanjutan, dan strategi komunikasi pemasaran yang ramah lingkungan.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan Magang di laksanakan di PT Syngenta Seed unit marketing Region Jember yang terbagi atas 3 Kabupaten, yaitu Kabupaten Jember, Kabupaten Lumajang, dan Kabupaten Bondowoso. Kantor pusat terletak pada Jalan Pondok Blimbing Indah, Blok C1 No 13-14, Kelurahan Polowijen, Kecamatan Blimbing, Kota Malang sebagai Regional Sales Area East Java Nusra PT Syngenta Indonesia

Kegiatan tersebut dilaksanakan selama 900 jam (20 SKS) yang terbagi menjadi 100 jam kegiatan pra Magang, 700 jam Magang di perusahaan dan 100 jam pasca Magang. Mengikuti jam kerja efektif R&D yang dimulai jam 06.00-11.00 WIB,

1.4 Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Magang untuk mencapai tujuan umum dan tujuan khusus adalah sebagai berikut :

a. Metode Magang

Mahasiswa melaksanakan kegiatan Magang secara langsung di Lokasi perusahaan bersama para karyawan sesuai jadwal kerja yang telah diberlakukan.

b. Metode Wawancara

Mahasiswa melakukan wawancara secara langsung kepada karyawan yang sesuai dengan bidangnya untuk mendukung proses penulisan laporan Magang.

c. Metode Studi Pustaka

Mahasiswa melakukan pengumpulan data dilapangan, mempelajari dan menelah informasi melalui dokumen secara tertulis maupun dari literatur buku yang nantinya dapat digunakan untuk mendukung proses penulisan laporan Magang.

d. Metode Dokumentasi

Mahasiswa mengabadikan data pendukung berupa gambar (foto) dan data tertulis sebagai penguat laporan Magang.