

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah *tren* bisnis secara fundamental. Kabupaten Gresik dikenal sebagai salah satu pusat industri penting di Jawa Timur, menjadi lokasi strategis bagi berbagai perusahaan yang menompong sektor ekonomi. PT Petro Karya Mandiri (PT PKM) hadir sebagai bisnis yang memiliki peran krusial di sektor pertanian yaitu sebagai penyedia pupuk non-subsidi. Peran PT Petro Karya Mandiri sangat penting dalam menjamin ketersediaan nutrisi tanaman yang berkualitas tinggi bagi sektor pertanian yang tidak terjangkau oleh skema pupuk subsidi. Keberadaan PT Petro Karya Mandiri tidak hanya mendukung produktivitas pertanian, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas pasokan pangan di berbagai daerah dan nasional.

Politeknik Negeri Jember (Polije) merupakan perguruan tinggi negeri yang berkomitmen untuk mencetak lulusan yang memiliki kompetensi dan kesiapan profesional yang tinggi. Kegiatan magang di Polije dilaksanakan dengan durasi waktu minimal 900 jam, atau setara dengan 6 bulan, yang dibagi dalam beberapa periode tertentu sesuai dengan kesepakatan antara mahasiswa dan instansi tempat mereka melaksanakan kegiatan magang. Program magang ini diwajibkan sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu teoritis ke dalam praktik kerja nyata yang berfungsi sebagai pembekalan pengalaman kerja, pemahaman etika profesional, dan penguasaan keterampilan industri yang relevan. Hal ini kegiatan magang menjadi jembatan penting yang menghubungkan standar pendidikan Polije dengan tuntutan dan kebutuhan praktis dunia industri.

Penulis melaksanakan magang di PT Petro Karya Mandiri (PT PKM) Kabupaten Gresik. Tanggal 15 Agustus 2016 adalah dimana PT Petro Karya Mandiri didirikan, dengan berkantor di Jl. DR. Wahidin Sudiro Husodo No.126, Karangturi, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121, Indonesia, merupakan suatu bentuk usaha perseroan yang berbadan hukum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Perusahaan ini bergerak

dibidang Penjualan Pupuk Nonsubsidi untuk pertanian maupun industri, serta memasarkan produk Nonpupuk untuk pertanian, perikanan, dan lainnya. Selain itu, PT Petro Karya Mandiri juga menyediakan jasa pelayanan kebutuhan tenaga kerja serta jasa sewa kendaraan operasional bagi mitra rekanan. PT Petro Karya Mandiri menyadari bahwa metode pemasaran secara tradisional kurang efektif dalam menjangkau konsumen potensial dan mempertahankan relasi bisnis yang sudah ada. Oleh karena itu, penerapan digital marketing menjadi kebutuhan primer pada PT Petro Karya Mandiri.

PT Petro Karya Mandiri meskipun memiliki produk pupuk non-subsidi dengan kualitas unggul, menghadapi tantangan besar dalam efektivitas pemasaran dan edukasi pasar. Dalam era digital, strategi pemasaran secara tradisional dinilai kurang optimal dalam menjangkau target audiens atau para petani dan para distributor yang kini banyak mencari informasi melalui media digital. Perusahaan menyadari perlunya memberikan pemahaman mendalam tentang keunggulan produk mereka yang berbeda dari pupuk subsidi. Hal ini menjadi tantangan yang memerlukan pendekatan komunikasi terstruktur dan terarah.

Menanggapi tantangan tersebut konten marketing diidentifikasi sebagai solusi yang strategis. Konten marketing didefinisikan sebagai penciptaan dan pendistribusian materi yang bernilai dan relevan untuk menarik dan mempertahankan calon konsumen. Konten marketing dinilai memiliki potensi yang besar untuk memposisikan PT Petro Karya Mandiri sebagai informasi terpercaya di bidang agrikultur dan secara halus mengarahkan konsumen ke siklus pembelian serta membangun kepercayaan yang menjadi pondasi keputusan pembelian produk pupuk non-subsidi.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Mempraktikkan secara langsung pengetahuan serta keterampilan akademis yang telah diperoleh selama perkuliahannya khususnya bidang pemasaran digital dan komunikasi di lingkungan perusahaan.
- b. Mendapatkan pengalaman kerja nyata dan memahami alur proses bisnis di perusahaan serta memperoleh wawasan mengenai tantangan dan strategi pemasaran.
- c. Membangun relasi dengan para senior yang ahli dibidang terkait, yang bisa bermanfaat untuk mencari pekerjaan di masa depan.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Melatih kemampuan membuat konten kreatif yang sesuai tren, kebutuhan target pasar, dan identitas merek baik berupa tulisan, gambar, maupun video.
- b. Mengembangkan keterampilan manajemen media sosial, seperti penjadwalan posting, pengelolaan interaksi dengan audiens.
- c. Melatih pemahaman tentang perilaku konsumen digital, terutama cara audiens berinteraksi dengan brand melalui media sosial.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Bagi Mahasiswa : mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan kompetensi profesional dan keterampilan spesifik seperti kemampuan analisis pasar, *skill* produksi konten, serta pemahaman praktis mengenai marketing produk di perusahaan.
- b. Bagi Politeknik Negeri Jember : memperoleh umpan balik dari pihak perusahaan mengenai kesesuaian kurikulum dan kompetensi lulusan.
- c. Bagi Perusahaan : mendapatkan tambahan tenaga kerja untuk mendukung proyek spesifik khususnya pembuatan konten marketing.

1.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan kegiatan magang ini bertempat di Kantor PT Petro Karya Mandiri di Jl. DR. Wahidin Sudiro Husodo No.126, Karangturi, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121, Indonesia. Pada tanggal 7 Juli 2025 s/d 8 Desember 2025 (800 jam).

1.4 Metode Pelaksanaan

a. Praktik Lapangan

Metode ini merupakan metode inti dimana penulis berpartisipasi secara langsung dalam aktivitas operasional perusahaan. kegiatan ini memungkinkan penulis untuk mengamati alur kerja berbagai fungsi terkait, memahami proses bisnis, serta mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang relevan secara praktis. Penulis ditempatkan untuk mengerjakan tugas-tugas aktual perusahaan, selain itu penulis juga secara khusus ditempatkan di divisi konten *marketing* produk pupuk non-subsidi. Kegiatan konten *marketing* mencakup tahapan perencanaan konten, perancangan infografis sederhana, hingga proses unggah dan penjadwalan konten di berbagai *platform* digital perusahaan. Praktik lapangan ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang alur kerja harian serat ilmu teoritis secara langsung di lingkungan perusahaan.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan melalui serangkaian tanya jawab terstruktur dan tidak terstruktur dengan berbagai pihak di PT PKM terutama pembimbing lapang dan beberapa karyawan dari divisi terkait. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan penjelasan detail mengenai kebijakan perusahaan, strategi operasional, struktur organisasi, serta latar belakang pengambilan keputusan yang tidak tercakup dalam praktik harian. Informasi yang diperoleh dari wawancara ini sangat penting untuk memvalidasi observasi lapangan dan memberikan konteks yang kuat sebagai bahan analisis dalam laporan.

c. Dokumentasi

Metode ini mencakup pengkajian berbagai dokumen resmi perusahaan seperti *Standard Operational Procedure* (SOP), data kinerja, laporan internal, dan materi pelatihan. Selain data internal, penulis juga melakukan dokumentasi berupa catatan harian dan arsip visual/non visual dari semua kegiatan dan hasil kerja selama periode magang. Seluruh data dan dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti dan landasan teoritis praktis yang kuat untuk mendukung temuan dan kesimpulan yang disajikan dalam laporan magang.