

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif dan sumber daya manusia yang kompeten. Sebagai institusi pendidikan vokasi, Politeknik Negeri Jember berperan penting dalam mengembangkan kompetensi mahasiswa agar mampu menerapkan keterampilan praktis dan pengetahuan teoritis. Dengan demikian, Politeknik Negeri Jember menjadi jembatan antara dunia Pendidikan dan dunia kerja.

Politeknik Negeri Jember memiliki program akademik wajib yaitu magang. Magang merupakan suatu bentuk kegiatan pembelajaran yang berfokus pada praktik kerja secara langsung kepada mahasiswa di lingkungan industry sesuai dengan program studi yang ditempuh. Program magang ini ditempuh dalam satu semester, yang wajib dilaksanakan pada semester 7 dengan durasi 900 jam atau 6 bulan kerja dengan rincian sebagai berikut, 50 jam kegiatan pembekalan magang, 800 jam kegiatan di tempat magang, dan 50 jam sisanya terdiri dari; konsultasi laporan magang, ujian dan revisi.

Salah satu Perusahaan yang bekerjasama dengan Politeknik Negeri Jember untuk kegiatan magang adalah PT Tagani Sukses Makmur. Yang beralamat di Jl. Pakisan No. 989, Kel. Krajan II, Kajar, Kec. Tenggarang, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur 68281. Di Bondowoso sendiri merupakan bagian produksi, sedangkan di Jember merupakan kantor pusat sekaligus pemasaran yang beralamat di Jl. Srikoyo No. 147A, Kec. Patrang, Kabupaten Jember. Perusahaan ini bergerak di Agrikultur seperti; okra, mukimame, edamae, jagung manis, dan lada. Kemudian dieskpor ke beberapa negara diantaranya; cina, Yunani, jepang, india, dan beberapa

negara lainnya. PT TSM memiliki harga yang lebih murah dibanding para pesaingnya, serta kualitas yang dimiliki PT TSM juga kalah bagus.

Mahasiswa ditempatkan di divisi pemasaran PT TSM akan terlibat langsung dalam mencari pembeli/ buyer untuk merealisasikan penjualan dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Berikut ini aktifitas yang dilakukan dibagian pemasaran antara lain:

- a. Mencari buyer di berbagai website seperti; ITPC, B2B, Alibaba, Inaexport dan berbagai website buyer lainnya.
- b. Menghubungi buyer melalui Email, Fax, Telepon, atau sosmed

1.2 Tujuan Dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Mengembangkan dan melatih keterampilan spesifik di bidangnya sesuai dengan standart industry.
- b. Melatih mahasiswa untuk beradaptasi terhadap dinamika dan tuntutan di dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Membentuk karakter profesional mahasiswa dengan menumbuhkan nilai-nilai etos kerja, disiplin, tanggung jawab, serta integritas dalam melaksanakan tugas.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Menganalisis buyer potensial baik di pasar domestik maupun internasional melalui riset pasar yang sistematis, guna mendukung peningkatan volume ekspor produk PT Tagani Sukses Makmur.
- b. Mengembangkan kemampuan komunikasi bisnis profesional, baik secara lisan maupun tulisan, dalam proses pendekatan dan penawaran kepada calon buyer, termasuk dalam penyusunan email bisnis, proposal penawaran, dan presentasi produk.
- c. Meningkatkan keterampilan dalam penggunaan media digital dan platform pemasaran internasional seperti B2B marketplace, website

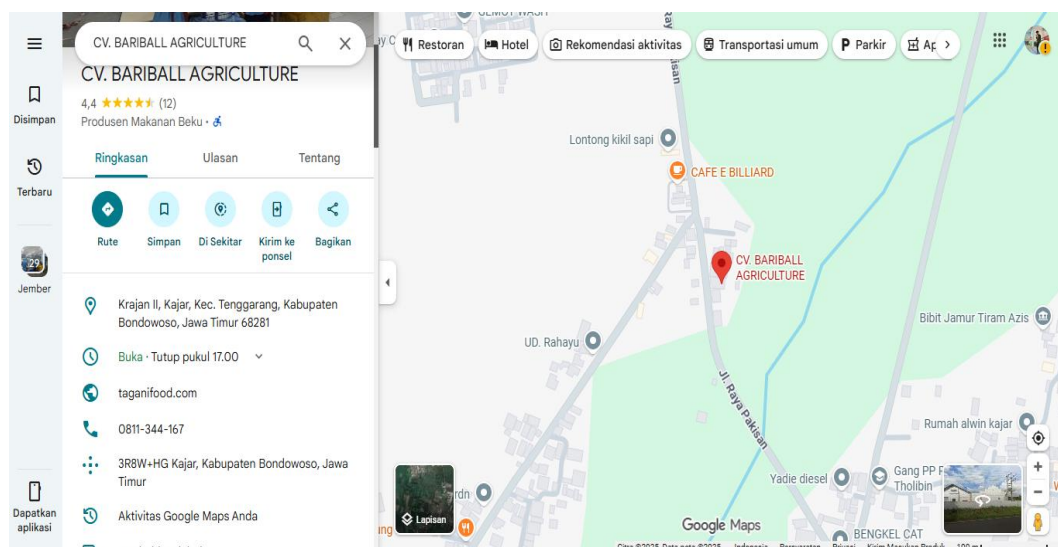
perusahaan, dan media sosial sebagai sarana efektif untuk menjangkau buyer baru.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan teori, konsep, dan prinsip akademik yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam situasi kerja yang nyata.
- b. Mengembangkan kompetensi profesional mahasiswa yang mencakup kemampuan teknis sesuai bidang keilmuan serta kecakapan dalam berinteraksi di lingkungan kerja.
- c. peningkatan kemampuan komunikasi dan kerja sama antar individu.

1.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan kegiatan magang bertempat di Kantor Produksi PT Tagani Sukses Makmur di Jl Pakisan No. 898, Desa Kajar, Tenggarang Bondowoso 68284, Jawa Timur, Indonesia Pada tanggal 1 Juli sampai 1 Desember 2025.



*Gambar 1. 1 Google Maps
(Sumber: Google Maps)*

1.4 Metode Pelaksanaan

a. Praktik Lapangan

Dalam metode ini mahasiswa memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses kegiatan pemasaran, mulai dari tahap analisis pasar, identifikasi buyer potensial, hingga penyusunan strategi pemasaran yang efektif.

b. Wawancara

Metode Wawancara ini dilakukan secara langsung kepada pihak-pihak yang memiliki keterlibatan dan tanggung jawab dalam bidang pemasaran, seperti manajer pemasaran, staf ekspor, maupun bagian administrasi penjualan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan memperhatikan prinsip etika dan kerahasiaan data perusahaan. Sebelum melakukan pengambilan gambar, pencatatan data, maupun penyalinan dokumen, mahasiswa terlebih dahulu meminta izin dari pihak pembimbing lapangan atau manajemen perusahaan yang nantinya digunakan sebagai penguat laporan magang.