

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Begitu banyak permasalahan di bumi ini menggugah banyak pihak melakukan beragam upaya untuk memperbaikinya. Pada tahun 2015, 193 negara mendeklarasikan *Sustainable Development Goals* (SDGs) sebagai bentuk komitmennya dalam merealisasikan Agenda Pembangunan Berkelanjutan 2030. Dalam dokumen yang berjudul "*Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*" terintegrasi 17 tujuan dan 169 target yang meliputi masalah pembangunan berkelanjutan.

Indonesia sebagai negara agraris yang tergerus arus globalisasi tentu menghadapi banyak tantangan dalam melaksanakan SDGs ini. Sebut saja pada penciptaan ketahanan pangan dan gizi yang baik, serta peningkatan pertanian yang berkelanjutan. Pada awal tahun 2018, publik ramai memperbincangkan gizi buruk di Asmat, Papua. Hal ini seperti menjadi klimaks dari prevalensi kekurangan gizi yang meningkat dari 18,4% menjadi 19,6% dalam kurun waktu 2007-2013. Meskipun padi menjadi komoditas dengan tingkat produksi nasional paling tinggi dari tahun 2012 hingga 2015, tahun 2018 Indonesia masih harus mengimpor beras sebanyak 261.000 ton demi ketahanan pangan dan kestabilan harga nasional.

Fakta lainnya, usia rata-rata petani di Indonesia berada di atas 52 tahun dengan tingkat kesejahteraan yang sangat memprihatinkan. Sebagai gambaran, rata-rata

pendapatan petani di perbukitan Menoreh, Kulon Progo, kurang dari upah minimum regionalnya yang hanya sebesar Rp1.493.250 perbulan. Permasalahan selanjutnya ada pada pengelolaan lahan yang tidak alami seperti yang terjadi di Wonosobo, Jawa Tengah. Kegiatan pertanian yang menggunakan pupuk sintetis membuat tanah sulit meremajakan mineral alaminya sehingga produktivitas tanah menurun dari tahun ke tahun. Persoalan ini akan sulit diatasi selain dengan cara memulai praktik pertanian berkelanjutan, karena pertanian berkelanjutan merupakan cara bertani yang mengintegrasikan aspek ekonomi sosial masyarakat dan lingkungan pertanian secara komprehensif.

Bagai dayung bersambut, tren kewirausahaan sosial juga terus meningkat dalam dekade terakhir. Hal ini ditandai dengan banyaknya wirausahawan muda yang bukan hanya sekedar mencari keuntungan, tapi juga sekaligus ikut menjawab permasalahan sosial yang ada di masyarakat. Seperti CV. Agradaya Indonesia (Agradaya), sebuah inisiatif sosial pada sektor agrobisnis yang berlokasi di Minggir, Sleman-Daerah Istimewa Yogyakarta. Agradaya merupakan perusahaan yang fokus pada pengembangan tanaman rempah (jahe, temulawak, kunyit) yang bekerja sama dengan petani skala kecil. Saat ini Agradaya mengelola lahan seluas 72 hektare bersama 157 petani yang tergabung di dalam 4 kelompok tani dengan lebih dari 10 produk dihasilkan.

Keseimbangan antara menciptakan dampak sosial untuk para petani dan membangun bisnis yang berkelanjutan menjadi dilema besar bagi para *sociopreneur* untuk menguji seberapa kuat produknya laku di pasaran. Menurut Pragiwaksono (2016:103), “tidak ada produk yang tidak laku, yang ada hanyalah

produk yang dipasarkan secara salah”. Merujuk kepada pernyataan tersebut, maka strategi pemasaran lebih khususnya komunikasi pemasaran menjadi penting dalam memasarkan suatu produk atau jasa. Bagaimana supaya pesan (manfaat, cerita, dan kampanye) dari produk atau jasa yang dihasilkan dapat sampai dengan baik sebagai referensi pembelian. Maka dari itu, penulis bermaksud untuk melaksanakan magang di Agradaya dan menulis laporan tugas akhir dengan topik **“PENGEJAWANTAHAN KOMUNIKASI PEMASARAN CV AGRADAYA INDONESIA”**.

### **1.2 Tujuan Magang**

1. Mengetahui konsep dan pelaksanaan kewirausahaan sosial sekaligus usaha di sektor Agrobisnis.
2. Mengidentifikasi penerapan komunikasi pemasaran di Agradaya Indonesia.
3. Mengidentifikasi kendala komunikasi pemasaran di Agradaya Indonesia.

### **1.3 Target Magang**

1. Mampu menjelaskan konsep dan pelaksanaan kewirausahaan sosial sekaligus usaha di sektor Agrobisnis.
2. Mampu mengidentifikasi penerapan komunikasi pemasaran di Agradaya Indonesia.
3. Mampu mengidentifikasi kendala komunikasi pemasaran di Agradaya Indonesia.

## 1.4 Bidang Magang

Magang dilaksanakan pada bidang pemasaran, khususnya pada bagian komunikasi pemasaran.

## 1.5 Lokasi Magang

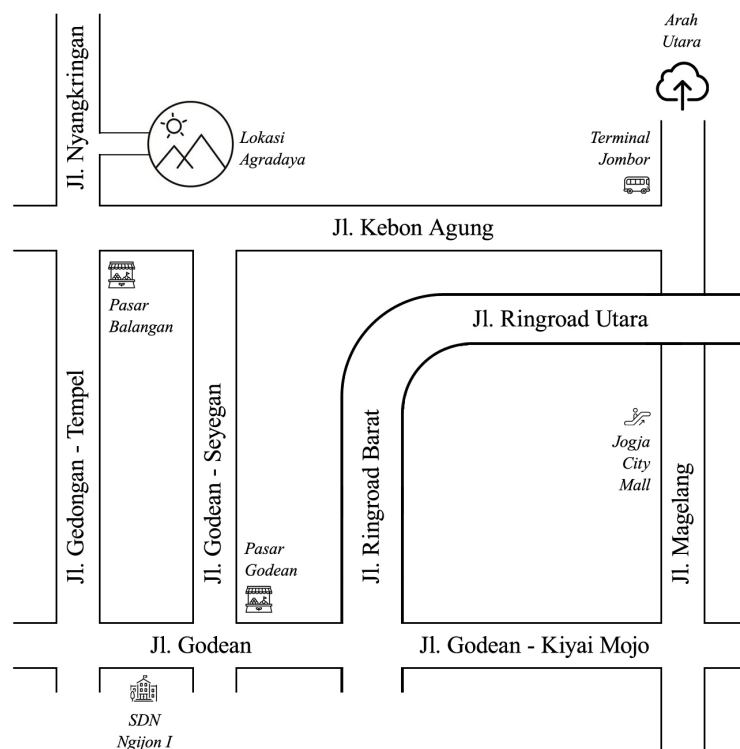
Nama Perusahaan: CV. Agradaya Indonesia

Alamat Perusahaan: Dusun Planden, RT. 03 / RW. 14 Desa Sendangrejo,  
Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman,  
Daerah Istimewa Yogyakarta - 55562.

Titik Koordinat:  $7^{\circ}42'37.1''S$   $110^{\circ}16'30.8''E$

Website: [www.agradaya.id](http://www.agradaya.id)

Peta Lokasi:



Gambar 1.1 Peta Lokasi Agradaya

