

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kakao (*Theobroma cacao L.*) merupakan salah satu tanaman perkebunan yang menghasilkan biji kakao sebagai bahan baku utama dalam pembuatan coklat. Tanaman kakao berasal dari hutan tropis Amerika Tengah dan di bagian utara Amerika Selatan. Indonesia adalah salah satu produsen kakao terbesar di dunia. Wilayah Pulau Sulawesi dan Sumatra menjadi penghasil kakao terbesar di Indonesia. Produksi kakao Indonesia pada tahun 2023 mencapai 641 ribu ton. Salah satu Kawasan di Jawa Timur yang menjadi produsen coklat adalah wilayah Blitar yaitu, PT. Kampung Coklat yang terletak di Jalan Banteng Blorok 18, Desa Plosorejo, Kecamatan Kademanagan, Kabupaten Blitar. PT Kampung Coklat ini menjadi Kawasan budidaya coklat dan wisata edukasi.

Coklat merupakan salah satu makanan yang digemari oleh seluruh penduduk dunia. Selain Indonesia, Pantai Gading, dan Ghana menjadi salah satu negara dengan produsen utama yaitu kakao. Kakao dapat diolah menjadi berbagai macam produk. Hal ini menyebabkan industri kakao berkembang pesat. Industri kakao ini mencakup mulai dari budidaya tanaman, dan pengolahan hulu sampai hilir. Budidaya kakao memiliki peranan yang cukup nyata dalam membangun pertanian di Indonesia. Dengan adanya industri pertanian di berbagai wilayah otomatis akan membuka lapangan pekerjaan, mendorong perkembangan wilayah, dan dapat menambah devisa negara.

Sebelum menjadi sebuah produk tanaman kakao memiliki tahapan yang relatif panjang dalam proses produksi. Tanaman kakao akan menghasilkan buah kakao yang di dalamnya terdapat biji biji kakao. Kemudian melalui proses pascapanen yang meliputi proses pengolahan dan pengeringan. Biji-biji kakao yang sudah kering akan dikirim ke pabrik untuk diolah menjadi produk-produk setengah jadi atau produk-produk yang sudah jadi (Wahyudi dkk., 2017).

Produk olahan dari tanaman kakao yang dihasilkan dari proses fermentasi, pengeringan, pengsangraian, dan penggilingan biji kakao. Dalam

perkembangannya coklat merupakan makanan yang populer diseluruh negara di dunia (Adisa, 2024). Produk olahan coklat adalah salah satu produk yang sangat diminati masyarakat. Pascanya bubuk coklat ini dapat menjadi bahan baku utama atau tambahan dalam berbagai olahan seperti makanan dan minuman.

Pemasaran merupakan hal paling penting dalam sebuah usaha taupun bisnis. Pemasaran adalah bidang fungsional penting manajemen yang melibatkan aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mempromosikan pembelian dan penjualan barang atau jasa (Suryana, 2024). Selain itu pemasaran menjadi salah satu Langkah untuk membantu perusahaan dalam menciptakan strategi pemasaran yang terencana dan efektif (Alimin dkk., 2022). Lembaga pemasaran merupakan pihak yang melaksanakan aktivitas pemasaran, seperti penyaluran barang dan jasa dari pihak produsen ke konsumen. Mereka memiliki peran krusial dalam menjamin produk dapat diterima oleh konsumen secara efisien (Oktaviani dkk., 2024). Unit pemasaran memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen mulai dari memasarkan produk dan melayani konsumen. Dalam suatu perusahaan unit pemasaran juga bertanggung jawab untuk merencanakan, melaksanakan, memantau aktivitas pemasaran, seperti melakukan peningkatan penjualan, membangun branding, dan mempromosikan produk.

PT. Kampung Coklat menjadi salah satu wisata edukasi dan budidaya kakao. PT. Kampung Coklat juga memproduksi berbagai macam produk yang berasal dari kakao yang dapat menjadi bahan baku utama dalam olahan makanan dan minuman. Dalam proses pemasaran produk coklat ini PT Kampung coklat memiliki sedikit hambatan untuk menarik pelanggan. Oleh karena itu unit pemasaran sangat memiliki peran penting untuk meningkatkan penjualan produk coklat ini.

Berdasarkan alasan yang melatarbelakangi kegiatan praktik kerja lapang ini, penulis mengambil judul PKL yaitu, “Peran UnitPemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Coklat Di Kampung Coklat Blitar” yang bertujuan untuk menjelaskan apa saja peran unit pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk olahan coklat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja peran unit pemasaran yang ada di PT. Kampung Coklat?
2. Apa saja yang dilakukan unit pemasaran di PT. Kampung Coklat untuk meningkatkan penjualan produk olahan coklat?

1.3 Tujuan PKL

1. Untuk mengetahui peran unit pemasaran yang ada di PT. Kampung Coklat.
2. Untuk mengetahui apa aja yang dilakukan unit pemasaran di PT. Kampung Coklat untuk meningkatkan penjualan produk olahan coklat.

1.4 Manfaat PKL

1.4.1 Bagi Mahasiswa:

- 1) Memberikan pemahaman antara hubungan teori dengan pengaplikasian di lapang,
- 2) Memperluas dan meningkatkan keterampilan dalam praktik di bidangnya.
- 3) Beradaptasi dengan lingkungan kerja.
- 4) Memberikan pengetahuan bagaimana peran Lembaga pemasaran PT. Kampung Coklat dalam meningkatkan penjualan produk.

1.4.2 Bagi perusahaan dan masyarakat:

- 1) Dapat digunakan perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk Langkah Langkah kerja selanjutnya.
- 2) Menjadi bahan referensi penelitian untuk masyarakat.

1.4.3 Bagi Universitas:

- 1) Berpartisipasi dalam mencapai kesuksesan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya dalam bidang penelitian sebagai media memperkenalkan universitas.
- 2) Menerapkan moto Universitas berupa jiwa kewirausahaan dan menambah pengetahuan dalam ilmu agribisnis.
- 3) Laporan praktik kerja lapangan ini diharapkan akan berguna di masa mendatang sebagai ilmu pertanian yang dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa lain.