BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Praktek

Di masa era Informasi saat ini kebutuhan informasi sangat penting bukan hanya bagi negara maju akan tetapi juga bagi Negara yang sedang berkembang seperti Indonesia Informasi semua petugas dengan faktor produksi karena mempunyai efek ganda yang besar terhadap efisiensi dan efektifitas pengguna sumber daya lain.

Dengan demikian terhadap Informasi sangat strategis fungsinya untuk mencapai peningkatan ekonomi yang optimal. Sistim informasi pasar adalah sebagai sub sistem Informasi pertanian yang menyediakan dan menyebarluasan informasi pasar berupa penyajian data/Informasi tentang situasi dan kondisi pasar yang dapat dipergunakan untuk mengambil keputusan oleh para pelaku pasar .

Agenda informasi ini secara cepat, lengkap dan akurat dapat dimanfaatkan dalam menyusun rencana dan pemasaran bagi pelaku Agribisnis perlu disusun Informasi yang terpola. Adapun unsur yang termasuk dalam sitim informasi antara lain materi/isi informasi sarana, pengelola sumber dan sarana informasi .

Adapun untuk mendukung dalam pelayanan sistem informasi pasar khususnya dalam menunjang pemasaran baik domestik maupun

internasional, maka harus diperkuat oleh sarana peralatan yang efektif seperti kegiatan untuk pengolahan penyediaan dan penyebarluasan data melalui media cetak dan elektronik lainnya selain itu juga diperlukan petugas yang akan melaksanakan setelah kegiatan untuk pencapaian informasi yang akurat, cepat dan tepat, maka wawasan dan keterampilan petugas harus terus ditingkatkan sesuai dengan kemajuan teknologi yang senantiasa terus berkembang melalui pelatihan-pelatihan baik ditingkat propinsi maupun ditingkat nasional.

Mengingat permasalahan pemasaran yang sedang dihadapi tersebut dan tangtangan ke depan yang cukup berat dalam menghadapi persaingan pasar bebas, maka diperlukan penyediaan informasi pasar yang dapat disebaluaskan kepada para agribinis.

Perkembangan pertanian di Indonesia sangat terhambat oleh sistem pemasaran hasil pertanian yang tidak efisien. Salah satu faktor penghambat atau problem yang menonjol dalam sistem pemasaran hasil pertanian adalah kurangnya informasi pasar. Petani dan pedagang membutuhkan informasi tentang perkembangan harga dan parameter pasar lainnya untuk memungkinkan mereka mengambil keputusan yang rasional terhadap produksi dan pemasaran menuju produksi dan supply bahan makanan yang lebih terarah.

Perilaku petani sebagai produsen tanaman pangan dan hortikultura umumnya masih bersifat tradisional dimana orientasi usaha taninya masih

bersifat pemenuhan kebutuhan sendiri, walaupun pada kenyataannya dari sebagian hasil usahanya dijual ke pasar.

Kelangkaan informasi pasar menyebabkan timbulnya keadaan yang tidak berimbang yang tercermin dalam fluktuasi harga dan perbedaan harga yang cukup besar antara daerah yang satu dengan daerah yang lain. Konsekuensi dari situasi seperti ini adalah besarnya resiko usaha dan turunnya gairah berproduksi dari para petani. Kelangkaan informasi pasar juga mengakibatkan turunnya kekuatan tawar-menawar petani. Dengan demikian, usaha-usaha pemerintah untuk menyelenggarakan informasi pasar hasil-hasil pertanian yang cermat untuk meningkatkan pengetahuan semua pihak terhadap perkembangan pasar, sangat penting artinya dalam mencapai tujuan meningkatkan efisiensi pemasaran hasil-hasil pertanian di Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka Dinas Pertanian Sub Dinas Pengelolaan Hasil Panen dan Pemasaran meningkatkan Pengembangan Informasi Pemasaran dan mulai tahun 2001 kinerja PIP mulai disesuaikan dengan dinamika dan tuntutan para pelaku pasar/agribisnis. Oleh karena itu para petugas Pelayanan Informasi Pemasaran (PIP) harus mampu menyediakan naskah informasi pemasaran yang "up to date" sesuai dengan tuntutan konsumen, sesuai dengan acuan yang mengatur pola kerja dan tata kerja dalam kegiatan PIP paradigma baru.

Jadi, berdasarkan latar belakang masalah di atas maka Penulis memilih judul laporan dengan judul " **EVALUASI PENGEMBANGAN INFORMASI PEMASARAN (PIP) HASIL PERTANIAN BAGIAN SEKSI PEMASARAN DI DINAS PERTANIAN TANAMAN PANGAN PROPINSI JAWA BARAT** "

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan kerja praktek adalah untuk mengetahui,mendalami dan mencoba menerapkan ilmu-ilmu yang diterima selama pendidikan kedalam aplikasi dunia kerja pada suatu perusahaan. Dengan demikian penulis dapat mengetahui :

1. Pelaksanaan pengumpulan data
2. Metode yang digunakan dalam penyusunan lapran
3. Pembinaan dalam evaluasi PIP
4. Pengembangan Informasi Pemasaran

1.3 Kegunaan Kerja Praktek

Kerja Praktek ini merupakan suatu kesempatan yang sangat berharga bagi penulis, dalam rangka membandingkan teori-teori yang diperolehdibangku kuliah dengan kondisi lapangan khususnya yang berkaitan dengan kegiatan evaluasi Pengembangan Informasi Pemasaran.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM