

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HASIL PUPUK KOMPOS LEMBU PUTIH  
UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN DI DESA TARO KECAMATAN  
TEGALALANG GIANYAR****Ida Ayu Sasmitha Putri**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahendradatta

E-mail: [sasmithaputri5@gmail.com](mailto:sasmithaputri5@gmail.com)**ABSTRAK**

Analisis strategi pemasaran hasil pupuk kompos lembu putih upaya meningkatkan pendapat di Desa Taro Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar Pemasaran merupakan hal terpenting yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam upaya menciptakan pasar guna mendapatkan peluang memperoleh keuntungan yang optimal dan menjaga kelangsungan usaha. Setiap usaha dalam bidang apapun membutuhkan dukungan konsep pemasaran berupa bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan tempat. Untuk mencapai tujuan pemasaran, maka keempat elemen tersebut harus saling mendukung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran hasil pupuk kompos lembu putih upaya meningkatkan pendapat di Desa Taro Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar dan kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan meningkatkan pendapat, yang dilakukan oleh strategi pemasaran hasil pupuk kompos lembu putih upaya meningkatkan pendapat di Desa Taro Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar yaitu menghasilkan tiga jenis produk yaitu media tanam, dekomposer (JMG) dan pupuk organik, penentuan harga jual dengan metode *cost pricing*, dan melakukan promosi dengan metode *personal selling*.

**Kata kunci:** meningkatkan pendapatan, pupuk organik, strategi pemasaran**ABSTRACT**

*Analysis of marketing strategy from white cow compost, efforts to increase opinion in Taro Village, Tegalalang District, Gianyar Regency. Marketing is the most important thing that must be done by a company in an effort to create a market in order to get the opportunity to get optimal profit and maintain business continuity. Every business in any field needs the support of a marketing concept in the form of a marketing mix that includes product, price, promotion and place. To achieve marketing goals, the four elements must support each other. The purpose of this study was to determine the marketing strategy of white cow compost, an effort to increase opinion in Taro Village, Tegalalang District, Gianyar Regency and the obstacles faced in the application of increasing opinion, which was carried out by the marketing strategy of white ox compost, an effort to increase opinion in the village Taro, Tegalalang District, Gianyar Regency, which produces three types of products, namely planting media, decomposers (JMG) and organic fertilizers, determining the selling price using the cost pricing method, and conducting promotions using the personal selling method.*

**Keywords:** increase income, marketing strategy, organic fertilizer

## PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia saat ini sudah mulai menyadari bahwa produk-produk pangan yang selama ini mereka konsumsi sangat membahayakan kesehatan tubuh mereka karena bahan-bahan kimia. Untuk mengatasi hal itu maka saat ini banyak orang sudah mulai beralih mengkonsumsi bahan makanan yang bersifat organik, misalnya sayur organik dan padi organik. Dalam mendukung pemenuhan kebutuhan bahan makanan yang bersifat organik, maka petani saat ini mulai beralih ke pertanian organik yang salah satunya dengan cara menggunakan pupuk organik yang di produksi oleh Desa Taro yang terbentuk oleh bantuan pemerintah. Usaha-usaha produksi pupuk organik sebenarnya terus dilancarkan melalui penyuluhan dalam rangka meningkatkan kemampuan petani dalam memproduksi pupuk organik. Dilihat dari perkembangannya, produksi pupuk organik ini terus berkembang tiap tahunnya.

Desa Taro adalah daerah yang sangat unik. Desa Taro ini dikenal dengan adanya Lembu Putih di Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar, sebagai contoh di Desa Taro Kaja, Kecamatan Tegalalang salah satu program pemerintah seperti pengolahan pupuk kompos dari Lembu Putih sangat bisa di terapkan pada salah satu masyarakat untuk bercocok tanam karena pupuk kompos dari lembu putih ini sangatlah baik digunakan untuk bercocok tanam. Dalam membantu program pemerintah berupaya untuk mengolah limbah kotoran lembu untuk dijadikan pupuk organik yang tujuannya tidak lain agar khususnya masyarakat Desa Taro itu sendiri dan petani di wilayah lain bisa menggunakan pupuk organik di dalam bercocok tanam. Lembu putih di Desa Taro ini akan dapat menghasilkan berupa limbah padat, limbah cair.

Dengan harapan masyarakat di Desa Taro ini dapat memanfaatkan produksi untuk dapat meningkatkan taraf hidup namun kenyataannya, Desa Taro masih mengalami masalah yaitu di bidang pemasaran, hal ini di karenakan banyak persaingan yang ada di sekitar wilayah Gianyar yang juga memproduksi pupuk organik. Desa Taro ini memasarkan pupuknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan sekaligus masalah keuntungan bagi produsen.

Menurut Kotler (2002), pemasaran merupakan hal yang paling penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam usahanya menciptakan pasar untuk memperoleh kesempatan mendapatkan laba yang optimal dan menjaga kelangsungan hidup suatu usaha. Salah satu usaha dalam bidang apapun memerlukan dukungan konsep pemasaran berupa bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni mencakup produk, harga, promosi dan distribusi. Untuk mencapai tujuan pemasaran, maka keempat unsur tersebut harus saling mendukung antara satu dengan yang lainnya. Tidak

bisa hanya satu komponen saja yang diprioritaskan, sebab apabila perusahaan ingin memenuhi kebutuhan secara memuaskan maka harus didukung oleh keempat unsur diatas. Berdasarkan permasalahan tersebut maka sangat menarik untuk meneliti permasalahan yang ada dalam perusahaan mengenai penerapan bauran pemasaran, khususnya pupuk organik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah "metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi obyek sesuai dengan apa adanya". Penelitian deskriptif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dan jenis dari penelitian deskriptif yang peneliti gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui Analisis strategi pemasaran hasil pupuk kompos lembu putih upaya meningkatkan pendapat di Desa Taro Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar. Waktu dan Tempat Penelitian

### 1. Waktu Penelitian,

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 26-28 Pebruari 2021.

### 2. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Banjar Taro Kaja Desa Taro Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar Bali.

### Obyek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Di sini penulis memilih Pupuk Kompos lembu putih yang terletak di Banjar Taro Kaja Desa Taro.

### Metode Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati Langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat Penelitian itu dilakukan.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan Melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab Langsung. Wawancara dilakukan dengan pengelola pupuk kompos banjar Taro Kaja, Desa taro.

## 3. Dokumentasi

Suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber-sumber dokumen yang terkait. Dokumentasi sebagai pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik, digunakan sebagai pendukung kelengkapan data yang lain.

### Metode Analisis Data

Metode kualitatif untuk melakukan proses bisnis reengineering peneliti menggunakan metode kualitatif. Melalui metode ini penelitian melakukan wawancara dan observasi secara langsung. Tujuannya agar mendapatkan informasi yang akurat mengenai proses pengelolaan pupuk kompos yang berada di Banjar Taro Kaja Desa Taro.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Total volume penjualan merupakan pencapaian usaha dalam kegiatan operasional .Melalui penjualan yang baik, maka usaha dapat menjaga keberlangsungan hidup usahanya .terutama bagi usaha yang mempunyai kegiatan menjual .Dimana kegiatan penjualan ini merupakan salah satu kegiatan usaha dalam menghasilkan laba .

Pupuk kompos dalam kurun waktu 2 bulan terakhir sudah memproduksi dan mendistribusikan sekitar 2,5 ton pupuk organik. Pemesanan pupuk tidak saja dari seputaran Gianyar, namun juga dari Denpasar dan Badung. Tingginya peminat pupuk organik, diakui merupakan hasil dari rutinitasnya memilah dan mengumpulkan sampah organik di Rumah Kompos Taro. Dimana banyak orang ingin berkebudan mengisi waktu dengan bercocok tanam. Harga pupuk kompos di desa Taro untuk Berat 5kg harganya Rp.10.000 sedangkan Berat 15kg harganya Rp.25.00

Kotoran Lembu Putih dibawa ke Tempat Pembuangan Sampah (TPS). Kemudian, sampah pasar dan rumah tangga dipilah. Sampah organik lalu dicampur dengan kotoran lembu. Pengelola menyatakan, TPS menampung sampah dari 14 banjar. Dengan mekanisme mengangkut sampah dua kali seminggu menggunakan satu unit truk sampah. Di TPS, sampah dipilah sesuai hari. Senin, Selasa dan Rabu diambil sampah non organik. Kamis, Jumat, dan

Sabtu diambil sampah organik, sampah akan dipilah lagi menjadi kompos. Kompos itu nantinya akan diolah lagi, dicampur dengan kotoran lembu putih.

Kebetulan Desa Taro memiliki Lembu Putih. “Kotoran Lembu Putih tersebut yang akan dicampurkan dengan kompos. Karena tidak ada bahan kimia, pengolahan dari sampah hingga menjadi pupuk siap pakai, memerlukan waktu hampir 3 bulanan, Artinya 80 hingga 90 persen sampah bisa di-*reduce* atau dikurangi, ini juga membantu mengurangi volume sampah di TPA Temesi, edukasi telah dilakukan kepada masyarakat maupun petani agar menggunakan pupuk organik hasil olahan Fasilitas Pengelolaan Sampah Desa Taro ini, tidak sembarangan pupuk, hasilnya nanti juga akan cek di laboratorium, dan mencari tahu kandungannya, bukan hanya sekedar kompos namun apa yang dibutuhkan tanaman nanti kita tambahkan unsur-unsur. semua masyarakat ikut bertanggung jawab dengan sampah yang dihasilkannya.



**Gambar 1. Proses Pembuatan Pupuk Kompos**

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Penerapan strategi pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan pada pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro. Dalam penerapan strategi pemasaran hasil pupuk kompos lembu putih upaya meningkatkan pendapat di Desa Taro saat ini telah menerapkan empat komponen dalam teori strategi pemasaran yaitu segmentasi, targetting, positioning, dan diferentiation. Namun penerapan pemasaran hasil pupuk kompos lembu putih upaya meningkatkan pendapat di Desa Taro Banjar Taro Kaja saat ini belum optimal pada komponen segmentasi dan targetting, sehingga belum mampu meningkatkan penjualan.
2. Penerapan cara promosi sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada Usaha pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro. Dalam penerapan promosi Usaha pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro saat ini telah menerapkan teori promosi yaitu penjualan pribadi (*personal selling*), publikasi (*publicity*), dan hubungan masyarakat (*public realition*). Namun penerapan promosi Usaha pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro saat ini belum optimal pada cara promosi penjualan pribadi (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public realition*).

### SARAN

1. Dalam menyusun konsep perencanaan dan penerapan dalam komponen strategi pemasaran pada segmentasi Usaha pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro untuk lebih memperhatikan dan menyesuaikan dengan target pasar yang ada yaitu lebih mengarah pada masyarakat Bali. Kemudian dalam komponen targetting pada usaha pupuk kompos Bali Banjar Taro Kaja Desa Taro untuk bisa lebih fokus dengan target-target yang akan dibidik, sehingga tujuan usaha bisa lebih terarah.
2. Dalam penerapan cara promosi penjualan pribadi (*personal selling*) pada Usaha pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro agar bisa lebih memperhatikan dan menyesuaikan dengan target pasar yang ada. Salah satunya melalui penerapan promosi penjualan

pribadi. Karena tempat pengelola pupuk kompos ini jauh dari pusat Kota Gianyar, maka lebih baik juga menggunakan promosi lewat social media agar lebih banyak jangkauan orangnya. Karena pada dasarnya Usaha pupuk kompos Banjar Taro Kaja Desa Taro ini memiliki ciri khusus yang sangat menarik.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih penulis ucapkan kepada:

- 1) Tuhan Yang Maha Esa
- 2) Keluarga, teman dan pihak-pihak yang membantu dalam penyelesaian jurnal ini.
- 3) Para jajaran pejabat dan seluruh Dosen di Universitas Mahendradatta.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran*. CV. Alfabeta. Bandung.

Kotler dan Armstrong. 2008. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Buku Kedua. Andi. Yogyakarta.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Penerbit Prenhallindo. Jakarta.

Pengantar Bisnis. Edisi Kedua. *Universitas Gajah Mada*. Yogyakarta.

Sayoga, 2021. *Pengelola Pupuk Kompos desa Taro*. Kecamatan. Tegalalang, Kabupaten, Gianyar.