

**BAURAN PEMASARAN PUPUK ORGANIK PADAT PADA SIMANTRI 174  
GAPOKTAN DHARMA PERTIWI DI DESA LUKLUK  
KECAMATAN MENGWI KABUPATEN BADUNG**

**Ersi Yati Rambu Lawu, S.P**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

E-mail : [ersyrambu@yahoo.com](mailto:ersyrambu@yahoo.com)

**Abstrak**

Salah satu kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk mendukung program rehabilitasi lahan pertanian adalah Sistem Pertanian Terintegrasi (SIMANTRI) yang dikembangkan oleh Gabungan Kelompok Tani. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Bauran pemasaran pupuk organik meliputi produk, harga, saluran distribusi dan promosi dan mengetahui kendala yang dihadapi. Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling* atau secara langsung dengan beberapa pertimbangan tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota kelompok sebanyak 20 orang. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 10 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan adalah pupuk organik padat yang diproduksi sebanyak 5 ton/ hari, maka dalam setiap bulan mencapai 150 ton. Harga pupuk organik Padat 1.000/kg, serta didistribusikan secara langsung ke konsumen dan secara tidak langsung ke konsumen, promosi yang dilakukan melalui media massa kepada seluruh masyarakat petani di Provinsi Bali. Kendala yang dihadapi oleh Gabungan Kelompok Tani Dharma Pertiwi dalam bauran pemasaran adalah Persediaan produk pupuk organik terbatas karena banyaknya permintaan konsumen dalam jumlah yang banyak, proses produksi masih menggunakan alat sederhana, kurangnya informasi dan jaringan, persediaan alat pengering pupuk organik terbatas sehingga persediaan pupuk organik menjadi sulit dan lama sehingga produk yang dihasilkan kurang efektif untuk digunakan.

**Kata Kunci** : simantri, pupuk organik, pemasaran

**Abstract**

One of the activities done by the government to support agricultural land rehabilitation program is the Integrated Agricultural Systems (Simantri) that was developed by Farmers Group. The purpose of this study to determine the marketing mix of organic fertilizers including product, price, distribution channels and promotion and knowing the obstacles encountered. The research location is determined by using purposive sampling or with some specific considerations. The population in this study were all members of a group of 20 people. The number of respondents in the study of 10 people.

The results showed that the resulting product is a solid organic fertilizer produced 5 tons / day, then every month reached 150 tonnes. Solid organic fertilizer price of 1,000 / kg, and are distributed directly and indirectly to consumers, promotion is done through the mass media to all the farmers in the province of Bali. Obstacles faced by Farmers Group Dharma Pertiwi in the marketing mix is Inventory organic fertilizer products is limited because of consumer demand in large amounts, the production process still using simple tools, lack of information and networking, inventory drier organic fertilizer limited that supplies organic fertilizer into difficult and long so that the resulting product is less effective to use.

**Keywords**: simantri, organic fertilizer, marketing

## **1. PENDAHULUAN**

Pupuk organik adalah pupuk yang berasal dari bahan-bahan makhluk hidup atau makhluk hidup yang telah mati, meliputi kotoran hewan, serasah, sampah dan berbagai produk dari organisme hidup (Sumekto, 2006). 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 mengonsumsi bahan makanan yang bersifat organik, misalnya sayur organik dan padi organik (Winarno, 2002). 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 kelompok-kelompok tani yang terbentuk oleh bantuan pemerintah (Leiwakabessy dan Sutandi, 2004).

Di Provinsi Bali Penyaluran pupuk organik khususnya di Kabupaten Badung digunakan untuk pengembangan padi sawah dan tanaman hortikultura. Pengembangan pertanian yang ramah lingkungan ini kedepannya mampu menjangkau komoditi lainnya untuk menghasilkan bahan pangan yang aman dikonsumsi. Bahan pangan yang aman dan segar dikonsumsi menjadi kebutuhan pasar, baik ditingkat lokal, nasional maupun untuk di ekspor. Oleh karena itu, para petani dan khususnya petani di Kabupaten Badung diarahkan untuk menggunakan pupuk organik dan sebisa mungkin menghindari penggunaan pestisida.

Upaya yang dilakukan oleh Made Mangku Pastika sebagai Gubernur Bali dalam memenuhi target penggunaan pupuk organik dengan membuat salah satu program yaitu sistem pertanian terintegrasi (Simantri). Program Simantri mulai dilaksanakan sejak tahun 2009 hingga tahun 2016. Pemerintahan Provinsi Bali telah berhasil membentuk 502 unit Simantri yang tersebar di sembilan kabupaten/kota. Selain bertujuan membangkitkan sektor pertanian, program ini juga erat kaitannya dengan upaya mewujudkan Bali sebagai pulau Organik. Salah satu Simantri yang berkembang di Provinsi Bali dan khususnya di Kabupaten Badung adalah Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi. Usaha yang dikembangkan oleh Simantri 174 salah satunya adalah usaha pupuk organik, produksi pupuk organik ini terus berkembang tiap tahunnya. Kecamatan Mengwi adalah daerah dikenal dengan usaha-usaha pertaniannya yang terus maju. Salah satu program unggulan Pemerintah Provinsi Bali yaitu Sistem Pertanian Terintegrasi (SIMANTRI) sangat bisa di terapkan pada salah satu Simantri yang bernama Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi.

Dalam usahanya Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi memproduksi pupuk organik padat 3-5 Ton/hari dan memasarkannya kepada seluruh elemen masyarakat petani di Provinsi Bali baik secara langsung maupun di subsidi oleh Pemerintah Provinsi Bali. Dalam pelaksanaan usahanya ada beberapa kendala yang dihadapi seperti minimnya hasil produksi sehingga menyebabkan permintaan produk oleh konsumen menumpuk ini disebabkan karena sedikitnya tenaga pekerja dengan peralatan produksi yang digunakan juga sangat sederhana maka di perlukan bantuan alat produksi dari pemerintah yang lebih memadai. 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. Maka usaha pupuk organik yang di lakukan Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Dharma Pertiwi di atas ini pun telah menggunakan sistem bauran pemasaran untuk memasarkan produk pupuk organiknya baik langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan permasalahan

tersebut tujuan penelitian ini untuk mengetahui bauran pemasaran pupuk organik padat yang dilakukan oleh Gapoktan Dharma Pertiwi yang meliputi produk, harga, saluran distribusi dan promosi serta untuk mengetahui kendala – kendala yang dihadapi dalam menerapkan bauran pemasaran.

## 2. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini di Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi yang bertempat di Banjar Kurubaya Desa Lukluk, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Lokasi penelitian ini dipilih dengan metode *Purposive*, yaitu pemilihan lokasi penelitian secara sengaja. Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001). Populasi dalam penelitian ini adalah Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi Desa Lukluk Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung yang beranggotakan 20 orang petani yang semuanya turut serta dalam proses produksi pupuk organik padat, Gapoktan Dharma Pertiwi ini yang memproses produksi pupuk organik dari beberapa Gapoktan lainnya.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan anggota sampling yang ditentukan secara sengaja berdasarkan atas tugas dan tanggung jawab responden (Mustafa, 2000), dengan cara memilih orang-orang tertentu yang dianggap mampu memberikan keterangan sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian ini atas pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut, praktis, ketepatan dan untuk analisis data (Husaini dan Purnomo, 2000). Jadi jumlah keseluruhan responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 10 orang yang mampu memberikan keterangan mulai dari proses produksi sampai pada proses pemasaran.

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan antara lain data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan antara lain data primer yang merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden pakar berupa hasil pengamatan setempat, perolehan dokumen dan wawancara langsung dan data sekunder yang adalah merupakan data yang tidak langsung yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dalam hal ini bersumber dari penelitian yang meliputi buku-buku bacaan yang berkaitan dengan judul penelitian dan data-data yang terkumpul..

Data dikumpulkan dengan cara Observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung pada lokasi penelitian maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab. Wawancara serta dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan responden pakar yang berhubungan dengan penelitian untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pemasaran pupuk organik dan pertanyaan ini disiapkan untuk diajukan kepada responden dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu data karakteristik petani termasuk dengan aspek sosial yang teliti.

Metode analisis yang di pakai dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif, yaitu metode yang dipakai untuk menggambarkan secara tepat keadaan dari objek penelitian, tentang penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) mulai dari produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*). Serta kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran pada Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi di Desa Lukluk Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Badung merupakan kabupaten yang dikenal dengan tempat pariwisata terkenal di Provinsi Bali yang sangat besar pendapatan daerahnya. Disisi lain Kabupaten ini juga memiliki lahan pertanian berupa sawah yang terletak di Kecamatan Mengwi. Kecamatan Mengwi memiliki Luas wilayah 82,00 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 501.126 jiwa yang didalamnya tergolong masyarakat yang berprofesi berbagai petani, pegawai, pengusaha, seniman dan lain lainnya yang belum dapat disebutkan satu-persatu.

Gapoktan Dharma Pertiwi berdiri pada tanggal 7 juli 2009 yang berlokasi di Kelurahan Lukluk, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Pada saat berdiri Gapoktan Dharma Pertiwi memiliki anggota 120 orang (67 laki-laki dan 53 perempuan), yang tergabung dalam lima poktan. Gapoktan Dharma Pertiwi mengelola kotoran sapi menjadi pupuk organik. Gapoktan Dharma Pertiwi telah mendapatkan program PUAP pada tahun 2009 dengan jumlah BLM sebesar 100.000.000 sampai dengan bulan desember 2013 telah berkembang menjadi 118.810.108. jumlah kepemilikan sapi pada Gapoktan Dharma Pertiwi tersebut sebanyak 21 ekor sapi pada tahun 2012 yang dipelihara secara intensif. Gabungan kelompok tani (GAPOKTAN) sangat diperlukan untuk mendukung sumber daya manusia berkualitas melalui penyuluhan pertanian dengan pendekatan kelompok yang dapat mendukung sistem agribisnis berbasis pertanian (tanaman pangan, hortikultura, peternakan dan perkebunan). Sehubungan dengan itu perlu dilakukan pembinaan dalam rangka penumbuhan dan pengembangan kelompok tani menjadi kelompok yang kuat mandiri untuk meningkatkan pendapatan petani.

Bauran Pemasaran merupakan strategi pemasaran sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Bauran Pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Menurut (Kotler, 1993), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dapat diperhatikan, dimiliki, dibeli, atau dikonsumsi. Sebagian besar produk merupakan produk fisik (atau barang), sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenali produk yang dibutuhkan. Produk diciptakan untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Produk pupuk organik padat yang dihasilkan Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi mencapai 5 Ton/hari, dan produksi yang dihasilkan dalam satu bulan (30 hari) mencapai 150 Ton maka tiap tahunnya mencapai 1.800 Ton. Dari produk yang telah dihasilkan masih sangat rendah dibandingkan dengan permintaan konsumen yang sangat banyak terutama dari pemerintah Provinsi Bali untuk di subsidi ke masyarakat petani di seluruh Kabupaten yang ada di Provinsi Bali. Dalam suatu proses produksi tentunya kita perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut Nama produk GAPOKTAN Dharma Pertiwi memberikan nama produknya dengan nama Pupuk Simantri Dharma Pertiwi (Putri Damar), design kemasan kemasan di buat 2 macam berdasarkan berat bersih (*Netto*) Kemasan netto 40 kg dan 20 kg. Kemasan masih menggunakan jenis kemasan pupuk pada umumnya yang tidak rusak jika terkena air, namun di beri campuran komposit agar cepat terurai sebagai lambang mendukung go green. Proses produksi. Didalamnya terdapat kegiatan pengumpulan bahan baku, proses pembuatan, sampai pengemasan dalam 2 macam kemasan. Inovasi produk bahan dasar yang berupa kotoran sapi sangat bermanfaat bagi

tanaman. Harga sering menjadi faktor penentu dalam pembelian harga juga menjadi lebih penting bagi konsumen sebagai tanda dari apayang diharapkan. Menurut Macrae (Dalam Abubakar, 2005). pembeli akan menggunakan harga sebagai tolak ukur terhadap citra dan kualitas suatu produk.

Harga sering kali menjadi bahan pertimbangan utama sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, oleh karena itu perusahaan harus mampu menetapkan harga yang bersifat akomodatif (terjangkau) sehingga mampu memenuhi kepentingan konsumen dan produsen. Perusahaan harus memiliki strategi untuk dapat menetapkan posisi produknya berdasarkan mutu dan harga. Kotler (1993) berpendapat bahwa perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan saat akan menetapkan harga. Dalam penentuan harga dapat ditentukan Setelah di kemas dalam 2 jenis kemasan yang berbeda yaitu kemasan 20 kg dan 40 kg, di tentukannya harga sesuai berat bersih (*Netto*) dengan berat 20 kg di beri harga dengan Rp. 20.000 dan berat 40 kg di beri dengan harga Rp. 40.000. Gapoktan Dharma Pertiwi Juga menjual secara ecer dengan harga Rp. 1.000/kg serta memberikan potongan harga bagi konsumen yang membeli secara langsung di produsen sesuai kesepakatan bersama penjual dan pembeli. Berikut dibawah ini tabel daftar harga pupuk organik padat.

Tabel 1. Daftar Harga Pupuk Organik Padat

No.	Berat (kg)	Harga (Rp)
1	Eceran	1.000
2	20	20.000
3	40	40.000

Sumber : Data Primer

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa setiap harga di tentukan sesuai dengan berat pupuk organik dalam kemasannya masing-masing. Penetapan harga jual pupuk organik Pada Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi dengan mengetahui biaya total dengan menambah laba 10%. Metode yang digunakan dalam penentuan harga jual pada produk yang dihasilkan adalah *cost plus pricing method*, yaitu biaya total ditambah dengan laba yang diinginkan dari biaya total. Adapun biaya total yang dibebankan meliputi harga pokok bahan baku, tenaga kerja dan biaya operasional. Adapun metode yang digunakan dalam menentukan harga jual berdasarkan perhitungan seperti dibawah ini.

Biaya Total = Harga Bahan Baku  
 Tenaga Kerja  
Operasional (+)  
 Biaya Total

Harga Jual = Biaya Total + Laba  
 Biaya + ( 10% x Biaya Total ) : pupuk yang di hasilkan per hari

Jadi hasil untuk menentukan harga jual adalah sebagai berikut :

Biaya Total = Harga Bahan Baku Rp. 2.000.000  
 Tenaga Kerja Rp. 2.000.000  
Operasional Rp. 500.000 (+)

$$\begin{aligned}
 & \text{Biaya Total} && \text{Rp. 4.500.000} \\
 \text{Harga Jual} = & \text{Biaya Total} + \text{Laba} \\
 & \text{Biaya} + (10\% \times \text{Biaya Total}) \\
 & = \text{Rp. 4.500.000} + (10\% \times \text{Rp. 4.500.000}) \\
 & = \text{Rp. 4.500.000} + 0,1 \\
 & = \text{Rp. 4.950.000} : 5.000 \text{ kg Pupuk Organik yang dihasilkan per hari} \\
 & = \text{Rp. 990}
 \end{aligned}$$

Harga jual dibulatkan menjadi Rp. 1.000/kg pupuk organik.

Tempat( *Place*) merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam hal menempatkan barang dan melancarkan arus barang dari produsen ke konsumen. Distribusi barang dari produsen sampai ke konsumen akhir tidaklah mudah untuk dilakukan tanpa adanya lokasi yang memadai. Kotler (2001) mengatakan bahwa tempat merupakan salah satu bagian dari *marketing mix*, produk yang sudah siap di pasarkan akan di salurkan melalui dua cara yaitu saluran Pemasaran Secara Langsung ke konsumen, saluran distribusi langsung dari produsen ke konsumen, yaitu konsumen datang langsung ke kelompok tani atau dengan dikirim langsung kepada konsumen. Pembeli (konsumen) disini merupakan tangan terakhir, yang dimaksudkan disini adalah produk yang di beli dari Gabungan Kelompok Tani Dharma Pertiwi tidak dijual kembali dan dipergunakan secara pribadi. Berikut di bawah ini tabel pemasaran langsung ke konsumen.

Rata-rata penjualan pupuk organik secara langsung dalam tiap bulan adalah 3.400 kg/bulan dan penjualan dalam satu tahun mencapai 40.800 kg pupuk organik. Data penjualan di ambil dari periode bulan Januari Sampai Bulan Desember 2015. Saluran pemasaran secara langsung ini sangat efektif karena banyak konsumen yang datang secara langsung untuk mendapatkan produk pupuk organik selain itu juga mereka mendapatkan potongan harga sesuai kesepakatan penjual dan pembeli, pupuk organik ini di pergunakan bagi tanaman mereka seperti bunga untuk Taman di Hotel, Villa, kebun bunga dan juga bagi tanaman-tanaman lainnya. Saluran Pemasaran Secara Tidak Langsung ke konsumen, saluran distribusi tak langsung yaitu dari produsen tidak langsung sampai konsumen, yaitu melalui perantara (Pemerintah Provinsi Bali) yang sebagai penyalur hingga produk yang dihasilkan oleh Gabungan Kelompok Tani Dharma Pertiwi sampai ke konsumen.

Saluran pemasaran secara tidak langsung artinya Pemerintah provinsi Bali langsung mengambil semua produk pupuk organik yang siap digunakan dan di subsidi ke masyarakat petani dengan harga Rp. 150/kg demi mendukung pertanian yang menghasilkan tanaman organik terutama padi organik. Rata-rata penjualan pupuk organik secara tidak langsung dalam tiap bulan adalah 11.600 kg/bulan dan penjualan dalam satu tahun mencapai 139.200 kg pupuk organik. Data penjualan di ambil dari periode bulan Januari Sampai Bulan Desember 2015. Gabungan Kelompok Tani Dharma Pertiwi juga melakukan promosi pupuk organik karena hal ini mendukung dalam memasarkan suatu produk.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk atau jasa dan meyakinkan konsumen sasaran tentang produk yang mereka hasilkan. faktor terakhir dalam *marketing mix* adalah promosi. Faktor ini berkaitan dengan kegiatan pemberitahuan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh Gabungan Kelompok Tani

Dharma Pertiwi adalah melalui Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Bali terjadi uji coba langsung yang melibatkan perkumpulan petani dalam ladangnya dan mensosialisasikan keunggulan penggunaan pupuk organik dari pada pupuk kimia termasuk juga memberi bantuan pupuk untuk pertama kali tanam, melalui Dinas Pertanian Provinsi Bali. Stand Bunga di Sanur, lewat stand bunga masyarakat umum juga dapat mengetahui bahwa produk pupuk organik Putri Damar telah tersedia di beberapa stand bunga. Cara ini dilakukan agar seluruh masyarakat dan petani yang membutuhkan pupuk organik padat gampang mendapatkan produk dan sangat membantu dalam proses pemasaran dan penjualan. Media Massa, promosi yang dilakukan lewat media massa tujuannya agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat untuk mengetahui manfaat dan keunggulan dari pupuk organik padat sehingga lebih cepat dalam proses penjualan dan tentu tujuan utamanya adalah menjadikan Bali ini menjadi Pulau Organik. Proses promosi yang dilakukan melalui media massa ini biasanya lewat program Televisi, (Bali TV) Radio (RRI Denpasar), dan Koran (Bisnis Bali). Adapun kendala-kendala yang sering dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran pada Gabungan Kelompok Tani Dharma Pertiwi adalah sebagai berikut. Persediaan material atau bahan untuk menghasilkan produk pupuk organik terbatas banyaknya permintaan dari pemerintah untuk disubsidikan guna melayani masyarakat petani di Provinsi Bali. Terbatasnya akses informasi dan pasar untuk menjangkau konsumen yang lebih besar. Terbatasnya kualitas Sumber Daya Alam untuk melakukan efisiensi pengolahan pupuk organik terkait dengan penentuan harga pokok pupuk organik yang dihasilkan.

#### **4. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan yaitu bauran pemasaran yang dilakukan oleh Gapoktan Dharma Pertiwi adalah produk berupa pupuk organik padat, untuk harga pupuk organik padat di jual dengan harga Rp 1.000/kg, saluran distribusi dilakukan dengan dua cara yaitu secara langsung ke konsumen dan secara tidak langsung, serta promosi yang dilakukan yaitu melalui para petani langsung, stan bunga, dan media massa. Kendala-kendala yang dihadapi Gapoktan Dharma Pertiwi adalah Persediaan produk pupuk organik terbatas karena banyaknya permintaan, harga masih tergolong mahal bagi konsumen yang membeli pupuk secara langsung, serta masih minimnya tempat pemasaran sehingga pengenalan akan produk bagi masyarakat petani masih sangat lambat dan sulit untuk dijangkau serta promosi yang belum maksimal sehingga perlu dikembangkan dengan cara promosi yang lebih efektif.

##### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap bauran pemasaran pupuk organik padat Gabungan Kelompok Tani Dharma Pertiwi dapat dikemukakan saran sebagai berikut. Simantri 174 Gapoktan sebaiknya mempersiapkan tenaga produksi yang lebih banyak dengan didukung alat produksi yang lebih canggih sehingga proses produksi lebih cepat dan produksi pupuk organik padat lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi perlu memberikan harga khusus dengan pertimbangan bahwa konsumen harus menjadi pelanggan setia. Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi perlu memperluas tempat-tempat pemasaran pupuk organik padat di seluruh pelosok Provinsi Bali

yang rata-rata banyak masyarakat petani agar banyak mengetahui keberadaan dari produk tersebut dengan cara memberikan akses informasi dan pasar. Pemerintah Provinsi Bali sebaiknya mendukung Simantri 174 Dharma Pertiwi dalam hal promosi dengan cara membantu menyampaikan informasi pupuk organik padat melalui media massa.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydy.2005, *Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tamu Dibandia Aceh*, Aceh.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Pemerintah Provinsi Bali. 2013. Program Sistem Pertanian Terintegrasi (Simantri) Provinsi Bali. Denpasar
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan. 2010. *Pemasaran Dalam Mendukung Peningkatan Produksi Tanaman Pangan*. Bali.
- Sumekto,Riyo.2006. *Pupuk-Pupuk Organik*.Klaten : PT Inton Sejati.
- Winarno,F.G.,2002.*Kimia Pangan Dan Gizi*.Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Leiwakabessy dan Sutandi, 2004.*Pupuk dan Pemupukan. Diklat Kuliah Depertemen Tanah. Fakultas Pertanian.IPB.Bogor.*
- Kolter, Philip.2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*.Jakarta :Prehallindo.
- Sugiyono.2001. *Perilaku Pembelian Konsumen dan Komonikasi Pemasaran*. Bandung : Rosda
- Mustafa.Hasan (2000). *Teknik Sampling*.Retrieved September 20,2009  
From:<http://home.unpar/hasan/sampling.doc>
- Husaini Usman,R.Purnomo Setiadi Akbar,2000, *Pengantar Statistik*. Jakarta : PT Bumi Akrasa
- Kolter, Philip.1993. *Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : PT Rosdakarya