

# Strategi Pemasaran Pupuk Kotoran Sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo

Erni Firdamayanti<sup>1</sup>

Mutmainnah<sup>2</sup>

Kiki Amalia<sup>3</sup>

<sup>12</sup>Universitas Cokroaminoto Palopo, Indonesia

<sup>1</sup> [firdamayantierni@gmail.com](mailto:firdamayantierni@gmail.com)

<sup>2</sup> [mutmainnah@uncp.ac.id](mailto:mutmainnah@uncp.ac.id)

<sup>3</sup> [kikiamalia@gmail.com](mailto:kikiamalia@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut: wawancara, observasi dan dokumentasi. Populasi dari penelitian ini sebanyak 4 orang yang terdiri dari pihak internal dan eksternal. Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* atau dengan cara sengaja, pihak internal diwakili manajer BPP Kecamatan Sendana Kota Palopo (Syamsuddin, S.P., M.P.), pihak akademisi diwakili 1 orang dosen pertanian Universitas Cokroaminoto Palopo (Dharma Fidyansari, S.Pi., M.M.), konsumen terdiri dari 1 orang (Marni) dan masyarakat terdiri dari 1 orang (Rahmat). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal dan eksternal pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo, yaitu faktor internal berupa aspek manajemen dan organisasi, aspek produksi dan operasi, aspek keuangan, aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia. Faktor eksternal berupa politik, ekonomi, social, teknologi dan lingkungan industri. Strategi pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo, yaitu Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo perlu meningkatkan produksi pupuk, memaksimalkan teknologi yang ada, meningkatkan promosi, membuat ukuran pupuk yang lebih bervariasi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas bahan baku agar tetap bisa bersaing dengan usaha yang lain, meningkatkan modal agar dapat memperbaiki usaha dan menambah produksi, memberikan ciri khas pada produk yang lebih menarik dan memberikan kemasan produk yang lebih menarik.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran Pupuk Kotoran Sapi

## Pendahuluan

Dewasa ini dunia pertanian dan peternakan sedang maraknya dengan program *GoGreen* yang mana semua produk khususnya yang dikonsumsi manusia diupayakan bersifat organik. Melihat peluang tersebut banyak kalangan (pengusaha, produsen, pedagang, dan lain-lain) yang cepat beralih ke produk organik dengan memanfaatkan berbagai limbah untuk pembuatan pupuk organik. Selain untuk



meningkatkan hasil pertanian baik untuk tanaman keras maupun lunak, pupuk organik sangat cocok digunakan di alam tropis ini, karena tidak meninggalkan residu di dalam tanah dan membuat tanah menjadi gembur (Syam, 2014).

Proses pengolahan limbah hasil ternak dapat dikemas menjadi pupuk organik padat (bio kultur) dan urin (bio urin) yang memiliki keunggulan ganda, selain bermanfaat bagi tumbuhan juga dapat memperbaiki unsur hara pada tanah yang tidak dimiliki oleh pupuk kimia, sehingga kesuburan tanah bisa dijaga. Melihat kondisi yang ada pada saat ini dimana melambungnya harga pupuk anorganik atau pupuk kimia pabrikan, maka limbah kandang merupakan salah satu peluang usaha tambahan yang memiliki nilai jual. Oleh karenanya jika peternak bisa mengelola dan memanfaatkan limbah dari sapi ini maka akan mendapatkan input dan keuntungan ganda dari peternakannya (Sutanto, 2012).

Pertanian organik yang sedang berkembang memerlukan peningkatan pasokan pupuk organik. Pengembangan pupuk organik salah satunya dapat dilihat dari segi pemasarannya, dimana memerlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pupuk organik tersebut. Menurut Maulana (2011), strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Suatu perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan dalam persaingan, hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan meminimalkan ancaman yang akan dihadapi.

Kecamatan Sendana Kota Palopo merupakan kecamatan dimana sektor pertaniannya memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakatnya. Mayoritas penduduknya adalah petani-peternak dengan hasil utamanya berupa padi dan palawija. Hal ini yang membuat pupuk sangat dibutuhkan di daerah ini. Kecamatan Sendana juga merupakan salah satu kecamatan yang memiliki potensi ternak yang besar dengan populasi ternak besar dan kecil. Pemasaran pupuk kotoran sapi BPP Kecamatan Sendana Kota Palopo memiliki volume penjualan yang kecil dan pemasaran yang terbatas. Sebagian besar penjualan hanya pada sekitar wilayah Kecamatan Sendana dan sekitarnya saja

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadikan dasar pertimbangan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan pupuk kotoran sapi dengan judul penelitian sebagai berikut: Strategi Pemasaran Pupuk Kotoran Sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo.

Menurut Fred (2015), strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang. Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintasan fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana tersirat dalam definisi tersebut manajemen strategi terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi. Perumusan strategi mencakup kegiatan

mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan dan tercapainya tujuan pemasaran. Hal yang paling fundamental bagi perusahaan dimana hal ini merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran (Sofyan, 2013). Menurut Kotler (2014) penetapan harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk baru, ketika akan memperkenalkan produknya ke saluran distribusi baru atau daerah baru, ketika akan melakukan penawaran atas suatu perjanjian kerja baru. Sudarsono (2013) menyatakan bahwa "Dalam menetapkan harga jual perlu dipertimbangkan beberapa hal, antara lain: (a) harga pokok jual barang, (b) harga barang sejenis, (c) daya beli masyarakat, (d) jangka waktu perputaran modal, (e) peraturan-peraturan dan sebagainya

## **Metode**

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu jenis penelitian yang mendeskriptifkan atau menggambarkan variabel-variabel penelitian apa adanya tanpa melakukan rekayasa-rekayasa lainnya serta menjelaskan tentang prospek dan strategi pemasaran pupuk kotoran sapi BPP Kecamatan Sendana dengan melakukan survei dan pendekatan langsung kepada pakar yang berhubungan dengan penelitian tersebut.

Metode pengumpulan data yang dilakukan, yaitu dengan metode sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan, dengan cara:
  - a. Observasi yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung pada lokasi penelitian maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.
  - b. Wawancara yaitu penelitian dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan responden pakar yang berhubungan dengan penelitian untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pemasaran pupuk kotoran sapi.
2. Penelitian Kepustakaan (library research) yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur-literatur, mengumpulkan dokumen, arsip, maupun catatan penting yang ada hubungannya dengan permasalahan penulisan penelitian ini dan selanjutnya diolah kembali.

Data yang diperoleh untuk perumusan alternatif strategi adalah data kualitatif dan kuantitatif yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk merumuskan alternatif Strategi Pemasaran Pupuk kotoran sapi pada BPP Kecamatan Sendana Kota Palopo dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, matriks internal-eksternal (IE), matriks Space Analisis, matriks Grand Strategy dan matriks QSPM sebagai alat analisisnya

## **Hasil**

Berdasarkan analisis Matriks SWOT, maka dapat diajukan strategi pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo yaitu:

### **1) Strategi Kekuatan–Peluang (S-O)**

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal yang berguna untuk memperoleh keuntungan bagi usaha. Adapun kekuatan yang digunakan untuk mendapatkan peluang yaitu, ketersediaan bahan baku yang mudah (kekuatan) dan perkembangan teknologi memadai (peluang). Sehingga didapatkan alternatif strategi SO yang dihasilkan yaitu, meningkatkan produksi pupuk dan memaksimalkan teknologi yang ada.

### **2) Strategi Kelemahan–Peluang (W-O)**

Strategi WO merupakan strategi yang mengatasi kelemahan internal dengan cara mendapatkan keuntungan dari peluang eksternal. Adapun kelemahan yang dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang yaitu, kegiatan promosi yang kurang (kelemahan) dan daya beli konsumen yang meningkat (peluang). Sehingga didapatkan beberapa alternatif strategi W-O yang dihasilkan, yaitu meningkatkan promosi dan membuat ukuran pupuk yang lebih bervariasi. bahan baku agar tetap bisa bersaing dengan usaha yang lain, meningkatkan modal agar dapat memperbaiki usaha dan menambah produksi, memberikan ciri khas pada produk yang lebih menarik dan memberikan kemasan produk yang lebih menarik.

### **3) Strategi Kekuatan–Ancaman (S-T)**

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi atau menghindari ancaman dari luar (eksternal). Adapun kekuatan yang dapat digunakan untuk menghindari ancaman yaitu, kualitas bahan baku yang bagus (kekuatan) dan perusahaan pesaing (ancaman). Sehingga alternatif strategi S-T yang dihasilkan yaitu, mempertahankan dan meningkatkan kualitas bahan baku agar tetap bisa bersaing dengan usaha yang lain dan meningkatkan modal agar dapat memperbaiki usaha dan menambah produksi.

### **4) Strategi Kelemahan–Ancaman (W-T)**

Strategi WT merupakan strategi yang mengurangi kelemahan internal dan mengatasi atau menghindari ancaman eksternal. Adapun kelemahan yang ada kemasan kurang menarik dan kegiatan promosi yang kurang (kelemahan) dan

produk mudah ditiru oleh pesaing (ancaman). Sehingga alternatif strategi W-T yang dihasilkan yaitu, memberikan ciri khas pada produk yang lebih menarik dan memberikan kemasan produk yang lebih menarik.

### **Tahap Keputusan Strategi Pemasaran Pupuk Kotoran Sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo**

Ada beberapa strategi yang perlu dilakukan oleh Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo untuk menerapkan strategi pemasaran pupuk kotoran sapi. Strategi tersebut, antara lain Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo perlu meningkatkan produksi pupuk, memaksimalkan teknologi yang ada, meningkatkan promosi, membuat ukuran pupuk yang lebih bervariasi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas

Strategi sangat penting dalam suatu usaha karena strategi merupakan tindakan dalam proses perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan melakukan hal-hal yang bersifat terus menerus sesuai keputusan bersama dan berdasarkan sudut pandang kebutuhan pelanggan. Adapun strategi pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo, yaitu Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo perlu meningkatkan produksi pupuk, memaksimalkan teknologi yang ada, meningkatkan promosi, membuat ukuran pupuk yang lebih bervariasi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas bahan baku agar tetap bisa bersaing dengan usaha yang lain, meningkatkan modal agar dapat memperbaiki usaha dan menambah produksi, memberikan ciri khas pada produk yang lebih menarik dan memberikan kemasan produk yang lebih menarik.

Strategi pertama, perlu meningkatkan produksi pupuk. Meningkatkan produksi, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen, artinya perusahaan sangat sensitif dengan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada. Meningkatkan kapasitas produksi yang berkualitas dan tahan lama dan menciptakan kesadaran masyarakat agar semakin maju dan beralih ke pertanian organik. Strategi kedua yaitu memaksimalkan teknologi yang ada. Penggunaan teknologi dalam pembuatan pupuk kotoran sapi harus lebih dioptimalkan lagi sehingga hasil produksi yang diperoleh menjadi lebih baik lagi. Strategi ketiga, meningkatkan promosi. Mempromosikan produk yang memiliki keunggulan tersendiri dari produk pesaing melalui kemajuan teknologi saat ini. Peningkatan promosi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan iklan, spanduk, dan media massa agar masyarakat dapat mengetahui.

Strategi keempat yaitu membuat ukuran pupuk yang lebih bervariasi. Strategi kelima dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas bahan baku agar tetap bisa bersaing dengan usaha yang lain. Strategi keenam meningkatkan modal agar dapat memperbaiki usaha dan menambah produksi. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan kerjasama dengan investor dengan menjaga nama baik perusahaan. Strategi ketujuh dengan memberikan ciri khas pada produk yang lebih menarik. Strategi kedelapan dengan cara memberikan kemasan produk yang lebih menarik.

## Simpulan

Strategi Pemasaran Pupuk Kotoran Sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo, dapat disimpulkan: 1. Faktor internal dan eksternal pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo, yaitu faktor internal berupa aspek manajemen dan organisasi, aspek produksi dan operasi, aspek keuangan, aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia. Faktor eksternal berupa politik, ekonomi, social, teknologi dan lingkungan industri. 2. Strategi pemasaran pupuk kotoran sapi Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo, yaitu Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sendana Kota Palopo perlu meningkatkan produksi pupuk, memaksimalkan teknologi yang ada, meningkatkan promosi, membuat ukuran pupuk yang lebih bervariasi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas bahan baku agar tetap bisa bersaing dengan usaha yang lain, meningkatkan modal agar dapat memperbaiki usaha dan menambah produksi, memberikan ciri khas pada produk yang lebih menarik dan memberikan kemasan produk yang lebih menarik

## Daftar Pustaka

- Praniti. 2016. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik (Studi Kasus pada Simantri 174 Gapoktan Dharma Pertiwi Kelurahan Lukluk, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. *Jurnal Agribisnis Vol. 1 No.1*.
- Saryono. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Nuha Medika.
- Syam, Syaiful. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Cair pada Gapoktan Sipakainge*. Universitas Hasanuddin. Makassar.