

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah ada yaitu mendapatkan hasil analisis minat dan potensi pasar terhadap produk pupuk organik cair dan mendapatkan masukan terhadap usaha baru produk pupuk organik cair. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. 54% responden Kabupaten Klaten memiliki ketertarikan untuk membeli produk pupuk organik cair yang ditawarkan.
- b. Dipasarkan melalui kelompok tani merupakan media pemasaran yang baik untuk produk pupuk organik cair yang ditawarkan.
- c. Harga produk yang diminati responden adalah Rp 20.000,00.
- d. Ukuran produk yang diminati oleh responden adalah 1000 ml atau 1 liter
- e. Kemasan produk pupuk organik cair yang diminati adalah kemasan botol plastik.
- f. Desain gambar 3 yang ditunjukkan pada Gambar 5.39. merupakan pilihan desain yang diminati oleh responden.
- g. Responden membeli atau menggunakan pupuk organik cair 3 – 4 kali dalam satu musim panen.
- h. Produk kompetitor yang sering digunakan oleh responden di masing-masing wilayah adalah pupuk organik cair NASA di wilayah A, C dan E, pupuk organik cair SNN di wilayah B dan produk pupuk organik Biotogrow Gold di wilayah D. hal tersebut bisa dijadikan sebagai gambaran persaingan dengan produk kompetitor di masing-masing wilayah Kabupaten Klaten.
- i. 71% responden setuju bila produk yang ditawarkan dijual dalam bentuk kemasan isi ulang. Setujunya responden berdasarkan atas alasan harga, pemasaran dan inovasi yang dilakukan.
- j. 96% responden setuju bila produk yang ditawarkan layak sebagai pengganti pupuk kimia dipasarkan.
- k. Kriteria yang menjadi keunggulan produk pupuk organik yang ditawarkan dengan produk sejenis adalah produk yang mampu digunakan untuk semua jenis tanaman, harga yang lebih murah, cara penggunaan yang mudah, produk yang ramah lingkungan dan baik untuk tanaman, nama produk yang

mudah dikenali, memiliki ukuran kemasan yang bervariasi dan kemasan produk yang menarik.

- l. Berdasarkan hasil analisis kontradiktif terdapat pada jawaban responden. Ketidak kosistenan terdapat pada pembahasan apakah produk yang ditawarkan layak sebagai pengganti pupuk kimia di pasaran. Sebanyak 4% responden menjawab tidak konsisten. Ketidak konsistenan tersebut dikarenakan responden belum mengetahui produk yang ditawarkan dan belum pernah menggunakannya.
- m. Berdasarkan hasil *analisis odd groupings* terdapat satu pembahasan yang membutuhkan penjelasan lebih yaitu pada pembahasan perbandingan ketertarikan responden terhadap produk yang ditawarkan berdasarkan daerah responden. Perbedaan presentase ketertarikan di masing-masing wilayah Kabupaten Klaten untuk wilayah C dan D memiliki presentase yang berbeda dengan presentase di wilayah lainnya. Hal tersebut dikarenakan di wilayah C dan D untuk respondennya sedang menggunakan pupuk organik padat atau tabur dan kurang begitu mengenal produk pupuk organik cair.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pemilik usaha pupuk organik cair setelah dilakukan penelitian riset pasar adalah memproduksi produk pupuk organik cair untuk target konsumen petani di Kabupaten Klaten yang sesuai dengan minat pasar dan produk yang diinginkan pasar dan mendaftarkan produk pupuk organik cair ke Menteri Pertanian. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan perluasan ruang lingkup penelitian. Target konsumen pada penelitian riset pasar ini, hanya dilakukan kepada semua subsektor pertanian di Kabupaten Klaten baik pelaku pertanian pangan maupun pelaku pertanian hortikultura. Pada penelitian selanjutnya perlu fokus pada subsektor pertanian pangan saja atau pertanian hortikultura yang berada di Kabupaten Klaten.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. D., Asmara R., dan Rahayu P. (2010). Analisis sikap dan norma subyektif sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian petani terhadap pupuk organik kemasan. Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur.
- Badan Pusat Statistik, (2012). Statistik Indonesia 2012. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten, (2013). Klaten dalam rangka Klaten in figures 2013. Klaten: BPS.
- Curchill, Jr., Gilbert, A., dan Laobucii, D.I. (2005). Marketing research methodological foundation. (Ed 9). USA: Prentice Hall.
- Doman, Don, Dell Dennison, & Margareth Doman (2002). Market research made easy (2nd ed.). Canada : Self Counsel Press.
- Istijanto, M.M. (2005). Aplikasi praktis riset pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Malhotra, N.K. (2005). Marketing research an applied orientation. USA: Prentice Hall.
- Musnawar, I.E. (2006). Pupuk organik (cair dan padat, pembuatan dan aplikasi). Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ochoja, F.O., Ebewore, S.O., Nwagbo, E.C. (2009). Economic assessment of the performance of private sector marketing of fertilizer in Delta State – Nigeria. *Global Journal Of Agricultural Sciences*. Vol IX, (No. 1), 57 - 62.
- Perangin-Angin, Jefianty O. (2013). Perceptions of the Highlands Vegetable Farmers Organic Fertilizer in Rurukan Village Sub District East Tomohon .Artikel. Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulung Manado, Manado.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 70/Permentan/Sr.140/10/2011 tentang pupuk organik, pupuk hayati dan pembenah tanah.
- Soedjais Zaenal, (2010). Subsidi pupuk anorganik dan pertanian organik di Indonesia. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gajah Mada.
- Sri Wahyuni dan Jamil Musanif, (2008). Pembuatan pupuk organik cair dan pupuk organik padat dari keluaran digester bio gas. Jakarta. Diakses

tanggal 17 September 2014 dari
<http://pphp.deptan.go.id/xplore/view.php?file=PENGOLAHAN-HASIL/B1PupukCairDigester.pdf>

Sunyoto, D. (2012). Konsep dasar riset pemasaran & perilaku konsumen, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Syam, Syaiful. (2014). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pupuk organik cair pada gapoktan sipakainge. (Skripsi). Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin Makasar, Makasar.

Walpole, R.E., Myers, R. H., Myers, S. L. (2002). *Probability and statistics for engineers and scientists*. (Ed 7). Prentice Hall International. INC. / Upper Saddle River, New Jersey 07458.

