

# **ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PUPUK ORGANIK PADA YAYASAN PEMILAHAN SAMPAH TEMESI DI KABUPATEN GIANYAR**

Oleh :

I Gusti Ngurah Putu Putra Nugraha

*Article info*

*Article history:*

*Received*

*Revised*

*Accepted*

*Keyword: Marketing*

*Communication, Sales Volume*

*Kata Kunci: Komunikasi*

*Pemasaran, Volume Penjualan*

## **ABSTRACT**

*Marketing Communication in a company is very important for the success of marketing activity in the company. If Marketing Communication in a company done well, then product's Sales Volume in the company can increase. Existence of the problems found on Marketing Communication in improving Sales Volume then in this research very worth studying more about Marketing Communication in improving organic fertilizer Sales Volume on the Yayasan Pemilahan Sampah Temesi in Gianyar Regency. Formulation of the problem in this study : How the influence of Marketing Communication to Sales Volume. The purpose of this research is to know the effect of Marketing Communication to Sales Volume. The number of examples is determined by the Purposive Sampling Met as many as 30 people who buy organic fertilizers on Yayasan Pemilahan Sampah Temesi. Data is analyzed with Analysis of Simple Linear Regression Coefficient, Analysis Determination Coefficient, and t-test. The result of this study show the position of positive and significant between Marketing Communication and Organic Fertility Sales Volume on Yayasan Pemilahan Sampah Temesi*

## **ABSTRAKSI**

Komunikasi Pemasaran di dalam suatu perusahaan sangatlah penting demi menyukseskan kegiatan pemasaran di perusahaan tersebut. Jika di suatu perusahaan komunikasi pemasarannya dilakukan dengan baik, maka volume penjualan produk di perusahaan itu pun bisa meningkat. Adanya permasalahan yang ditemui pada komunikasi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan maka dalam penelitian ini sangat layak diteliti lebih jauh lagi mengenai komunikasi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pupuk organik pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi di Kabupaten Gianyar. Perumusan Masalah dalam penelitian ini : bagaimana pengaruh komunikasi pemasaran terhadap volume penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap volume penjualan. Jumlah sampel ditentukan dengan metode purposive sampling sebanyak 30 orang yang membeli pupuk organik pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi. Data dianalisis dengan menggunakan Analisis Koefisien Regresi Linear Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, dan uji-t. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi pemasaran dan volume penjualan pupuk organik pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi.

## I. PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah sampah yang mencemari lingkungan Bali yang dulunya murni mendesak membutuhkan solusi yang komprehensif. Kampanye publik tanpa sistem pengumpulan sampah yang baik membuat frustrasi dan mematahkan motivasi publik karena hal tersebut tak mendukung, dan sistem pengumpulan sampah tanpa pengolahan sampah baik yang ramah lingkungan tidak akan membantu alam kita. Hal inilah mengapa *Gianyar Waste Recovery Project* mengutamakan pengolahan sampah. Tujuan awal project ini adalah melakukan riset dan mengembangkan solusi pengelolaan sampah yang ramah lingkungan, aman dan ekonomis. Proyek ini digagas oleh *Rotary Club of Bali Ubud* yang sekarang sudah dibubarkan. Mitra pelaksana adalah lembaga swadaya masyarakat lokal, Yayasan Bali Fokus dan Yayasan Gelombang Udara Segar (GUS).

Fasilitas pilot Temesi mulai beroperasi pada 25 Juni 2004 dengan kapasitas 4 ton per hari. Di fasilitas pilot, prosedur daur ulang sampah dioptimalkan. Di pusat penelitian dan laboratoriumnya, dipelajari komposting dengan aerasi paksa skala besar dan pengolahan sampah organik alternatif. Fasilitas pilot dan operasional awal memperoleh beragam dukungan akademis internasional. Bulan Januari 2007, seluruh input yang diperlukan digunakan untuk meningkatkan kapasitas fasilitas dalam tahap pertama dari 4 ton menjadi 25 ton per hari atau 8.750 ton per tahun. Lahan dan layanan lainnya diberikan gratis oleh Pemerintah Kabupaten Gianyar. Selama 2008, project Temesi menjadi salah satu dari yang pertama di Indonesia mendaftar pada Mekanisme Pembangunan Bersih (*Clean Development Mechanism – CDM*) Protokol Kyoto dan mengadopsi system jaminan kualitas tipe ISO 9000 untuk meningkatkan kualitas dan mematuhi persyaratan CDM

yang ketat. Bulan Desember 2009, fasilitas mencapai kapasitas finalnya 50 ton per hari atau 17.500 ton per tahun dengan memperluas area produksi pada tahap dua yang mencapai 4.740 m<sup>2</sup>. Hanya peningkatan kapasitas ini yang menjadikan proyek layak untuk direplikasi. Pada Desember 2008, Yayasan berbasis komunitas Temesi mengambil alih kepemilikan proyek dan sekarang bertanggung jawab atas seluruh operasional. Konsep pengelolaan sampah Temesi memiliki potensi besar untuk direplikasi. Kompos memulihkan kesuburan tanah dan dengan melakukan pengomposan dan daur ulang, sampah yang harus dibuang ketempat pembuangan akhir (TPA) sampah berkurang sampai 90% nya.

Gianyar merupakan salah satu Kabupaten yang menjadi daerah tujuan wisata yang potensial untuk Bali bagian timur. Gianyar terkenal karena kekayaan seni budaya dan keindahan alamnya. Kabupaten Gianyar memiliki luas wilayah sekitar 368 km dengan jumlah penduduk sekitar 492.757 jiwa. Setiap tahun juga banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Gianyar. Dengan jumlah penduduk yang banyak, ditambah lagi wisatawan yang berkunjung, sehingga banyak pula sampah yang dihasilkan. Disamping itu, setelah adanya hari raya besar akan banyak sampah yang dihasilkan masyarakat yang dominan beragama Hindu. Sampah-sampah tersebut biasanya dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Sampah ini tentunya harus diolah dengan baik agar tidak menimbulkan permasalahan sosial seperti penyakit, kerusakan lingkungan, dan lain-lain. Sampah-sampah yang tadinya dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir, lama-kelamaan bisa menimbulkan masalah yaitu mencemari lingkungan sekitar, jika hujan mengeluarkan bau busuk sehingga banyak lalat yang akan menjadi perantara timbulnya penyakit. Disamping itu, banyak masyarakat di

sekitar TPA merasa terganggu dengan bau yang tidak sedap itu. Kesehatan masyarakat yang bermukim di sekitar TPA pun bisa terancam.

Luas TPA adalah 4 hektar, 40 are. Dari total luas tersebut, 1 hektar dipakai untuk lahan pengolahan/pemusnahan sampah dengan cara membuang dan menumpuk sampah. Sampah tersebut sudah mulai menggunung. TPA Temesi sudah pernah mengalami *overload* beberapa kali. Di TPA bahkan pernah terjadi kebakaran sampah. Kebakaran sampah ini dipicu musim kemarau, sampah kering, dan tekanan gas Metana yang berasal dari tumpukan sampah.

Menyikapi hal tersebut, pihak Desa Temesi bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Gianyar membentuk Yayasan Pemilahan Sampah Temesi (YPST). Pembentukan Yayasan Pemilahan Sampah Temesi dimaksudkan untuk ikut memberi kontribusi terhadap kondisi lingkungan Bali yang bersih dan juga asri, dan dapat berkelanjutan melalui pengolahan sampah yang ramah lingkungan serta dapat direplikasikan ke daerah lain. Disamping itu, tujuan khusus didirikannya Yayasan Pemilahan Sampah Temesi adalah untuk mengadakan riset untuk mendapatkan kualitas pupuk yang baik. Pihak Yayasan Pemilahan Sampah Temesi memanfaatkan potensi yang ada baik internal maupun eksternal. Selain itu, pengelola melakukan aplikasi model pengolahan sampah di daerah-daerah lain. Yayasan Pemilahan Sampah Temesi menerima sampah dari rumah tangga di Gianyar yang diangkut menggunakan truk sampah. Setiap harinya, YPST menerima kurang lebih 60 ton sampah masuk, dan dalam sebulan rata-rata sampah yang masuk ke tempat pembuangan akhir di Yayasan Pemilahan Sampah Temesi Kabupaten Gianyar adalah sebanyak rata-rata 1.521 ton. Sampah masuk ini dipilah secara manual oleh pekerja luar yang bukan merupakan pegawai tetap YPST. Tenaga kerja yang

dimiliki oleh Yayasan Pemilahan Sampah Temesi Kabupaten Gianyar adalah sebanyak 55 orang dengan rincian tenaga kerja tetap sebanyak 25 orang dan tenaga kerja tidak tetap sebanyak 30 orang. Yayasan Pemilahan Sampah Temesi menerima sampah dari rumah tangga di Gianyar yang diangkut menggunakan truk sampah. Setiap harinya, YPST menerima sampah masuk dari seluruh desa di Kabupaten Gianyar. Sampah masuk ini dipilah secara manual oleh pekerja luar yang bukan merupakan pegawai tetap YPST. Sampah yang dipilah inilah yang kemudian diolah menjadi pupuk organik. Pupuk organik yang diproduksi ini bagus untuk tanah dan produktivitas tanaman pertanian. Pupuk organik ini berasal dari bahan-bahan alami yaitu sisa-sisa tanaman atau hewan kecil. Para petani perlu menggunakan pupuk organik, karena pupuk organik tidak merusak tanah dan kehidupan di dalamnya, dibandingkan dengan pupuk kimia yang merusak ekosistem pada tanah dan membuat efek rumah kaca. Tetapi, beberapa tahun terakhir ini, mulai timbul masalah. Penjualan pupuk tidak mencapai target yang ditentukan. Promosi yang kurang menyebabkan volume penjualan pupuk menurun.

Adanya permasalahan yang ditemui pada komunikasi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pupuk organik maka sangat layak dalam penelitian ini diteliti lebih jauh mengenai komunikasi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pupuk organik pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi di Kabupaten Gianyar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap volume penjualan pupuk organik pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi di Kabupaten Gianyar.

## II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang membeli pupuk di Yayasan Pemilahan Sampah Temesi di Kabupaten Gianyar sebanyak 202 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling sehingga jumlah sampelnya menjadi 30 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan kuesioner. Setiap jawaban kuesioner mempunyai skor nilai dengan Skala *Likert* sebagai berikut : STB (Sangat Tidak Baik) = skor 1, TB (Tidak Baik) = skor 2, KB (Kurang Baik) = skor 3, B (Baik)= skor 4, SB (Sangat Baik) = skor 5. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu Analisis Koefisien Regresi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, dan Analisis Statistik Uji t.

## III. HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian ini dapat dilihat pada tabel rangkuman hasil analisis statistik berikut

Model	Regresi	t-hitung	signifikan
Constant	4.152	2.847	.008
Komunikasi Pemasaran	.807	10.829	.000
N = 30 R = .898 R <sup>2</sup> = .807			

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan Tabel hasil analisis diperoleh persamaan regresi linear

sederhana adalah :  $Y = 4,152 + 0,807X$  memberi informasi sebagai berikut :  $a = 4,152$ , artinya apabila tidak ada perhatian terhadap Komunikasi Pemasaran (X) atau nilainya tetap, maka besarnya Volume Penjualan (Y) adalah 4,152.  $b = 0,807$ , artinya apabila Komunikasi Pemasaran meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti oleh meningkatnya Volume Penjualan sebesar 0,807. Persamaan regresi ini menunjukkan ada pengaruh positif antara Komunikasi Pemasaran dan Volume Penjualan.

### Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel hasil analisis diperoleh koefisien determinasi adalah 80,7%. Hal ini berarti besarnya kontribusi/sumbangan antara Komunikasi Pemasaran terhadap Volume Penjualan adalah 80,7% sedangkan sisanya 19,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### Analisis Statistik Uji-t

Berdasarkan Tabel hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai t-hitung 10,829 lebih besar dari nilai t-tabel 1,701, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, oleh karena nilai t-hitung berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berarti semakin lancar komunikasi pemasaran maka volume penjualan akan semakin meningkat. Maka hipotesis yang menyatakan “Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Pupuk Organik” dapat diterima.

## IV. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linear Sederhana bahwa Koefisien Regresi

yang bertanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah, dimana apabila komunikasi pemasaran ditingkatkan maka akan diikuti oleh meningkatnya volume penjualan pupuk organik pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi di Kabupaten Gianyar. Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan. Hal ini dapat dibuktikan oleh nilai t-hitung adalah 10,829 lebih besar dari nilai t-tabel 1,701. Hal ini berarti bahwa semakin baik Komunikasi Pemasaran maka Volume Penjualan Pupuk Organik akan semakin meningkat.

### Saran-saran

Manajemen Yayasan Pemilahan Sampah Temesi Di Kabupaten Gianyar diharapkan dapat mengadakan kegiatan penyuluhan terkait kegunaan pupuk organik kepada warga sekitar. Manajemen juga bisa memperkenalkan kegunaan pupuk organik dengan mengikuti event-event seperti CFD dan pameran dimana hal itu tentu akan menambah pemahaman masyarakat terhadap pupuk organik.

Tim Marketing Yayasan Pemilahan Sampah Temesi hendaknya bisa lebih memanfaatkan sosial media untuk dapat mempromosikan produknya. Dengan demikian maka akan lebih mendekatkan produk kita kepada konsumen yang menggunakannya. Seperti promosi ke daerah-daerah yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dan berkebun.

### DAFTAR PUSTAKA

Anggi Indriani Tami 2013. Skripsi, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran di Wana Wisata Curug Tujuh Cijember Cisarua Kabupaten Bogor

- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- AW. Suranto. 2007. *Komunikasi Efektif Untuk Mendukung Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: UNY
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty
- Basu Swasta. 2005. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPFE
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung : CV Alfabeta
- Eva Intan Herlina 2017. Skripsi, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Kampoeng Merdeka Dalam Meningkatkan Konsumen di Kota Makasar
- Handoko, Hani. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE UGM
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara
- Norman A.Hart, John Stapleton 2005. *Kamus Marketing*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara, 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*, Jakarta : PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Kotler, Philip 1993. *Manajemen Pemasaran (Analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, Philip & Kevin Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13,

- jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia,  
Jakarta: Erlangga
- Nata Wirawan 2012. *Cara Mudah Memahami Statistika Ekonomi Dan Bisnis*. Denpasar: Keraras Emas
- Nata Wirawan 2012. *Statistika Ekonomi Dan Bisnis*. Denpasar: Keraras Emas
- Ruslan, Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Supardi, Anwar, S. 2004. *Dasar-dasar Perilaku Organisasi*. Yogyakarta :  
UII Press
- Sutisna. 2006. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung :  
PT. Remaja Rosda Karya
- Syaiful Syam, 2014. Skripsi, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Cair Pada Gapoktan Sipakainge