

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Et Al, Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Mebel Ud. Jati Indah di Jember, Jurnal (Unej) 2015, H., 6
- Assauri, Sofyan.(2011) Manajemen Peasaran Dasar, Konsep,dan Strategi. Jakarta:CV Rajawalis.
- Badan Litbangtan]. 2010.Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.2010.Rencana Strategis Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian 2010-2014.Badan Litbang Pertanian.Jakarta.Kementerian Pertanian.
- Badan Pusat Statistik Maros,2015. Statistik Penggunaan Lahan Tahun 2015. Kabupaten Maros : Badan Pusat Statistik
- Delloitte Access Economics. 2014. UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Nusantara. Delloitte Access Economics. Sydney.
- Djuarnani, N., Kristian, B & S. Setiawan. 2006. Cara Cepat Membuat Kompos. Depok: Agromedia Pustaka
- Hardjowigeno, S. 2010. Ilmu Tanah. Akademika Pressindo. Jakarta. 248 hal.
- Hendro, Dasar Dasar Kewirausahaan, (Jakarta:Pt Gelora Aksara Pratama, 2011), H., 389
- Kasmir, Manajemen Perbankan, (jakarta: Rajawali Pers, 2012)., H. 213
- Kasmir dan Jakfar. 2008, Studi Kelayakan Bisnis. Edisi-2. Kencana Prenada Media Group,Jakarta.
- [Kementan] Kementrian Pertanian, Pusat data dan Sistem Informasi Pertanian.2014. Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan. Jakarta:
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Krasovec, Sandra A. 2007. Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Dan Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi VIII, (Jakarta: Erlangga, 2001), H. 71-72.
- Leiwakabessy, F.M. dan A. Sutandi. 2004. Pupuk dan Pemupukan. Departemen Ilmu Tanah. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Lingga Purnama, Startegic Marketing Plan (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) H. 150

- Lukmandono. (2015). Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Manullang, G.S, Rahmi Abdul, dan Puji Astuti. 2014. “Pengaruh Jenis dan Konsentrasi Pupuk Organik Cair Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Sawi (*Brasica juncea* L.) Varietas Tosakan”. Jurnal Agrifor. Vol. 13 No.1
- Mohammad, Ato'illah Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk, Jurnal WIGA Vol. 5 No. 1, Maret 2015, h. 3
- Muhammad, Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta: UPT AMP, YKPM, 2000, hlm. 194
- Priambada Swasta, 2017. Potensi Media Sosial bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Malang Raya. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2004. Manajemen Persediaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sari, D. K., 2013. Respons Pertumbuhan dan Produksi Beberapa Varietas Kedelai (*Glycine max* (L.) Merrill) dengan Pemberian Pupuk Cair. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Sunyoto, D. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suwahyono, Untung. 2011. Petunjuk Praktis Penggunaan Pupuk Organik Secara Efektif Dan Efisien. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sutanto, R., 2002. Penerapan Pertanian Organik. Permasalahannya dan Pengembangannya. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Suratiah, Ken 2015. Ilmu Usahatani. Penerbit Swadaya, Cibubur Soekartawi. Analisis Usaha Tani. Jakarta : UI-Press, 1986, 1990, 1994, 1995, 2002, 2006
- Sutanto, Rachman. 2005. Dasar - Dasar Ilmu Tanah, Konsep dan Kenyataan. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Sutedjo, M.M. 2008. Pupuk dan Cara Pemupukan. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Suratiah, K. 2015. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta
- Sukino, 2014. Membangun Pertanian Dengan Pemberdayaan Masyarakat Tani Terobosan Menanggulangi Kemiskinan. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sadono Sukirno, Dkk, Pengantar Bisnis (Jakarta: Prenada Media, 2004), H. 209.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Zakaria AK. 2011. Kebijakan antisipatif dan strategi penggalangan petani menuju swasembada jagung nasional. Analisis Kebijakan Pertanian. 9 (3): 261-274. <https://doi.org/10.21082/akp.v9n3.2011.261-274>

**L
A
M
P
I
R
A
N**

KUISIONER PENELITIAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PUPUK ORGANIK KUB PO'AMA DI DESA
MONCONGLOE BULU, KABUPATEN MAROS, PROVINSI SULAWESI SELATAN**



Oleh:

Abraham Indra Altitovelis

G211 15 327

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2021

Petunjuk Umum:

- a. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan mengenai identitas Informan yang memiliki pengaruh di KUB Po'Ama
- b. Pertanyaan-pertanyaan ini dijawab objektif sesuai keadaan yang sebenarnya terjadi.
- c. Proses survei dilakukan dengan teknik wawancara dengan menggunakan bantuan kuesioner yang telah tersedia.

No. Informan :

No. Hp Informan :

Tgl Pengambilan Data :

Identitas Informan KUB Po'Ama

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Pendidikan :
- d. Jabatan :
- e. Jenis Kelamin :
- f. Masa kerja :
- g. Alamat :

ASPEK PRODUK

- a. Alasan KUB Po'Ama menciptakan produk pupuk organik?.....
- b. Apa saja jenis pupuk yang diproduksi KUB Po'Ama?.....

- c. Produk pupuk apa yang paling diminati oleh masyarakat?.....
- d. Apakah kandungan pupuk organik KUB Po'Ama sama dengan pupuk organik lain?.....
- e. Darimana KUB Po'Ama mendapatkan bahan baku pembuatan pupuk organik?.....
- f. Apakah kandungan pupuk organik KUB Po'Ama sudah dilakukan pengujian?.....
- g. Apakah kemasan yang digunakan untuk produk pupuk organik KUB Po'Ama?.....
- h. Bagaimana tanggapan masyarakat dengan adanya produk pupuk organik Po'Ama?.....
- i. Apa kontribusi produk pupuk organik KUB Po'Ama terhadap masyarakat dan lingkungan?.....
- j. Apa masalah yang dialami KUB Po'Ama pada aspek produk?.....

ASPEK HARGA

- a. Bagaimana cara menentukan harga jual pupuk KUB Po'Ama?.....
- b. Faktor apa yang mempengaruhi harga jual pupuk KUB Po'Ama?.....
- c. Apakah harga KUB Po'Ama dapat bersaing dengan produk sejenis yang sudah beredar?.....
- d. Apakah harga pupuk organik KUB Po'Ama dapat diterima oleh masyarakat?.....

- e. Apa masalah yang dialami KUB Po'Ama pada aspek harga?.....

ASPEK SALURAN DISTRIBUSI/TEMPAT

- a. Dimana tempat produksi pupuk KUB Po'Ama?.....
- b. Kemana saja produk pupuk organik KUB Po'Ama dipasarkan?.....
- c. Bagaimana proses distribusi produk pupuk organik KUB Po'Ama?.....
- d. Siapa saja yang terlibat dalam proses distribusi pupuk organik KUB Po'Ama?.....
- e. Apakah saluran distribusi/tempat pupuk organik KUB Po'Ama sudah efektif?.....
- f. Apa masalah yang dialami KUB Po'Ama pada aspek saluran distribusi/tempat?.....

ASPEK PROMOSI

- a. Apakah KUB Po'Ama melakukan kegiatan promosi produk pupuk organik miliknya?.....
- b. Apa saja bentuk kegiatan promosi yang dilakukan KUB Po'Ama?.....
- c. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan sudah efektif?.....
- d. Siapa yang terlibat pada kegiatan promosi KUB Po'Ama?.....
- e. Apa masalah yang dialami KUB Po'Ama pada aspek promosi?.....

Dokumentasi Penelitian



