

POTENSI PASAR PUPUK ORGANIK MASYARAKAT PERKOTAAN DI GORONTALO: TINJAUAN ASPEK PENGETAHUAN DAN PERILAKU



Nurdin¹⁾, Agustinus Moonti^{1*)}, Siswatiana R. Taha¹⁾, Echan Adam¹⁾, Rival Rahman¹⁾

¹⁾Universitas Negeri Gorontalo

*Corresponding author: agustinusmoonti@ung.ac.id

To cite this article:

Nurdin, N., Moonti, A., Taha, S. R., Adam, E., & Rahman, R. (2023). Potensi Pasar Pupuk Organik Masyarakat Perkotaan di Gorontalo: Tinjauan Aspek Pengetahuan dan Perilaku. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(3), 199–206. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i3.611>

Received: June 02, 2023; **Accepted:** August 06, 2023; **Published:** August 07, 2023

ABSTRACT

This research aims to describe changes in the use of organic fertilizers in urban communities, both from the point of view of knowledge and behavior. This research was conducted in the period from February to April 2022. The population is urban in Gorontalo Province, with a random sample of 172 people with various professional characteristics. The research variables include people's perceptions, knowledge, and behavior regarding using organic fertilizers. Data were analyzed using descriptive statistics. The results showed that 95.3% of the urban community's perception of a suitable type of fertilizer chose organic fertilizer over non-organic fertilizer, and from the aspect of knowledge, as much as 69.8% knew the benefits of using organic fertilizer, both for plants and the environment and economic benefits. From the behavioral aspect, 83.7% of people are used to using organic fertilizers, and 62.8% prefer to use organic fertilizers compared to other fertilizers. The market potential for organic fertilizer for urban communities in Gorontalo Province based on aspects of knowledge and behavior is relatively high so that marketing can target urban communities. Communities can use agricultural shops with good reputations or images to obtain or trade organic fertilizers.

Keywords: attitude; citizen; civil; market; organic fertilizer

PENDAHULUAN

Pupuk telah menjadi kebutuhan pokok petani sebagai salah satu bahan input produksi utama. Tidak hanya pada luas lahan, tingkat produktivitas petani saat ini sangat dipengaruhi oleh terpenuhinya jumlah pupuk sesuai kebutuhan lahan. Sayangnya kebutuhan pupuk oleh petani masih didominasi oleh kebutuhan terhadap pupuk kimia. Santoso (2017) menyatakan bahwa ketergantungan petani terhadap pupuk kimia makin tinggi. Pertimbangan praktis dan siap pakai menjadi salah satu alasan mengapa pupuk kimia tetap menjadi pilihan petani. Kebutuhan petani terhadap pupuk yang sangat besar ternyata menimbulkan berbagai masalah baru, seperti naiknya biaya produksi petani karena faktor harga yang relative mahal, adanya kelangkaan pupuk dipasaran, serta dampak negative terhadap lingkungan terkait penggunaan pupuk kimia secara rutin dan berlebihan. Penggunaan pupuk mineral yang berlebihan menyebabkan emisi nitrogen reaktif (Nr) yang sustansial ke lingkungan, yang menyebabkan efek samping seperti polusi udara (Cui *et al.* 2013; Cui *et al.* 2018) serta degradasi pengasaman tanah (Guo *et al.*, 2010).

Melakukan substitusi pupuk mineral dengan pupuk organik memberikan kontribusi signifikan terhadap dalam meningkatkan laju penyerapan karbon organik tanah dan menurunkan pemanasan global dibandingkan dengan perlakuan pupuk mineral (Wei *et al.*, 2020). Pemanfaatan kotoran sapi sebagai pupuk organik ternyata menghasilkan potensi ekonomi yang lumayan besar bagi anggota kelompok tani ternak sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi, sehingga dapat mendorong kesejahteraan petani (Huda & Wikanta, 2016). Kegiatan usahatani dengan pupuk organik memberikan dampak yang positif terhadap penghematan biaya, perbaikan produktivitas dan off farm seperti biaya dan manfaat yang diterima konsumen (Agustono *et al.*, 2004).



Di Provinsi Gorontalo besarnya permintaan pupuk saat ini tidak hanya terlihat pada segmen petani, namun segmen masyarakat umum seperti kalangan masyarakat perkotaan cenderung membutuhkan pupuk untuk keperluan tanaman pekarangan. Namun secara umum segmen masyarakat perkotaan tak terkecuali di Provinsi Gorontalo memiliki karakteristik yang berbeda dengan masyarakat pedesaan. Masyarakat perkotaan pada dasarnya yang sibuk dengan aktifitasnya sehingga mereka cenderung menginginkan sesuatu yang serba cepat, instan dan lengkap (Mufidah., 2012). Tentunya perilaku seperti ini memiliki alasan bahwa tuntutan kebutuhan dan kebiasaan masyarakat perkotaan dapat dijadikan sebagai peluang usaha yang sangat potensial. Pupuk organik memungkinkan untuk diproduksi seperti halnya pupuk non organik dengan memberikan nilai tambah bagi segmen masyarakat perkotaan. Misalnya pupuk organik bisa didesain dengan kemasan praktis siap pakai yang bisa disesuaikan dengan perilaku masyarakat perkotaan.

Provinsi Gorontalo seperti di Kabupaten Boalemo memiliki banyak potensi bahan baku pupuk organik seperti limbah jagung, padi, tebu, kakao dan limbah peternakan yang selama ini belum dimanfaatkan (Nurdin *et al.*, 2021). Pupuk organik adalah pupuk yang sebagian besar atau seluruhnya terdiri dari bahan organik yang berasal dari tanaman dan atau hewan yang telah melalui proses rekayasa, dapat berbentuk padat atau cair yang digunakan untuk mensuplai bahan organik, memperbaiki sifat fisik, kimia dan biologi tanah (Permentan No. 02/Pert/HK.060/2/2006). Rata-rata orientasi penggunaan pupuk oleh segmen masyarakat umum adalah untuk kebutuhan tanaman hias, dan beragam jenis sayuran yang ditanam dilahan sempit maupun lahan pekarangan. Alasan hobi serta untuk mempercantik lingkungan pekarangan rumah menjadi salah satu alasan masyarakat perkotaan dalam membudidayakan tanaman hias. Fenomena ini mengindikasikan bahwa jumlah permintaan terhadap produk pupuk semakin bertambah, sebab tidak hanya petani namun masyarakat umum juga memiliki orientasi kebutuhan terhadap pupuk.

Perilaku kebutuhan petani dan masyarakat perkotaan dan masyarakat umum terhadap pupuk sepertinya perlu diarahkan pada hal-hal yang lebih positif. Dalam artian petani maupun masyarakat umum harus bisa diarahkan untuk terbiasa menggunakan pupuk organik. Pupuk organik cenderung lebih ramah lingkungan dan pastinya tetap memberikan dampak bagi kesuburan tanah. Maru *et al.* (2020) penggunaan pupuk organik dapat memperbaiki sifat fisik dan kimia tanah, sehingga kesuburan tanah semakin meningkat. Penggunaan pupuk hayati beserta pemberian pupuk organik dan pembedaan jerami dapat menurunkan penggunaan pupuk kimia sebesar 50 persen (Perwita, 2011).

Menurut Huda & Wikanta (2016) bahwa pemanfaatan kotoran sapi sebagai pupuk organik ternyata menghasilkan potensi ekonomi yang lumayan besar bagi anggota kelompok tani ternak sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi, serta dapat mendorong kesejahteraan petani. Appiah-Effah, E. *et al.* (2015) menemukan bahwa 51 % petani menggunakan pupuk organik dan non organik, sedangkan 21 % menggunakan kedua pupuk tersebut. Sementara itu, hanya 34 % petani yang sadar bahwa limbah kotoran bisa merupakan sumber yang bermanfaat sebagai pupuk dan hanya 4 % yang mengaplikasikan untuk kesuburan tanah Appiah-Effah, E. *et.al.* (2015). Hearth & Wijekoon (2013) menemukan bahwa petani non-organik tidak memiliki motivasi yang kuat untuk bertani organik karena berpandangan hasil panen yang rendah. Selain itu mereka enggan beralih dari pupuk kimia dan pestisida.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana potensi pasar dapat dijelaskan berdasarkan aspek pengetahuan dan perilaku segmen masyarakat perkotaan di Provinsi Gorontalo tentang penggunaan pupuk organik. Gambaran tentang bagaimana orientasi kebutuhan masyarakat perkotaan di Provinsi Gorontalo menjadi dasar untuk mengungkap potensi pasar lokal pupuk organik. Pentingnya mengetahui potensi pasar dilatar belakangi oleh munculnya berbagai produk pupuk organik yang diproduksi oleh petani dan masyarakat di wilayah Provinsi Gorontalo. Kami menduga bahwa produk pupuk organik memiliki potensi dan peluang pasar yang sangat baik. Hal ini juga dikuatkan oleh Utami, R.A. *et.al* (2022) yang menegaskan bahwa pupuk organik sangat potensial dikembangkan berdasarkan analisis tingkat pendapatan, manfaat dan biaya dalam hasil uji pasar yang dilakukannya. Hindratno, J. *et.al* (2021) menjelaskan adanya korelasi yang positif antara budaya, persepsi dan kepercayaan dalam hal mengkonsumsi suatu produk. Penelitian ini bisa memberikan kontribusi informasi bagi industri kecil yang memproduksi atau akan memproduksi pupuk organik untuk dipasarkan di wilayah Provinsi Gorontalo.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Provinsi Gorontalo yang khusus menasar wilayah perkotaan yang terdiri dari Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo, dan Kabupaten Bone Bolango. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan Bulan April 2022. Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat / penduduk perkotaan di Provinsi Gorontalo dengan sampel acak

sebanyak 172 orang dengan karakteristik profesi yang beragam. Variable penelitian yang diteliti terdiri dari persepsi, pengetahuan, dan perilaku masyarakat tentang penggunaan pupuk organik. Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode kualitatif yang dilengkapi dengan analisa kuantitatif terhadap data sekunder. Data di analisis menggunakan statistik deskriptif atau statistik sederhana dimana menurut Solikhah (2016), statistik deskriptif digunakan sebagai cara-cara menghimpun, menyusun, atau mengatur, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa, atau keadaan. Data primer yang dikumpulkan dari kuesioner dipaparkan dalam model tabel distribusi frekuensi untuk mengungkapkan respon masyarakat perkotaan terhadap perilaku penggunaan pupuk organik. Analisis kualitatif digunakan untuk menggali informasi yang mendalam yang tidak bisa ditangkap oleh data-data dalam analisis kuantitatif.

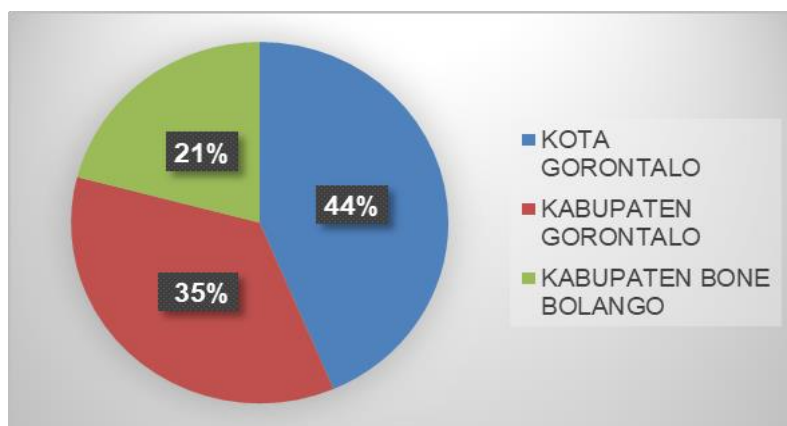
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini diuraikan dalam beberapa aspek yaitu sebaran responden berdasarkan wilayah, usia, dan status pekerjaan yang sedang digeluti saat ini. Uraian masing-masing karakteristik responden. adalah sebagai berikut.

1. Respondent Berdasarkan Wilayah

Responden atau sampel penelitian ini tersebar di beberapa wilayah di Provinsi Gorontalo seperti Kabupaten Gorontalo, Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo. Seluruh responden tersebut berdomosili wilayah perkotaan atau di kawasan padat penduduk dan pusat ekonomi wilayah masing-masing kabupaten.



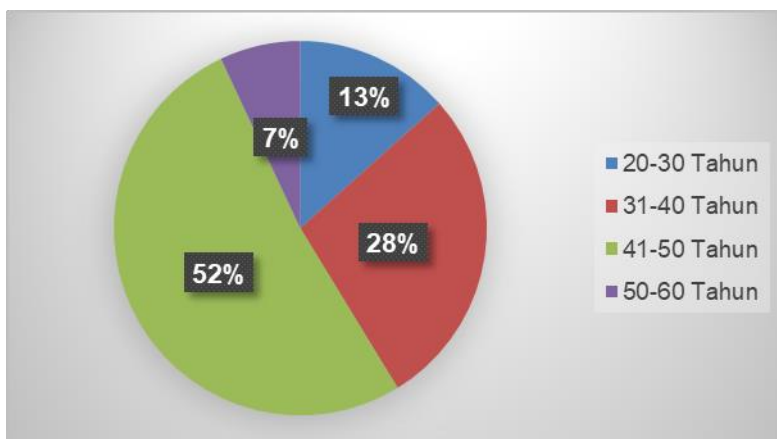
Gambar 1. Sebaran responden berdasarkan wilayah
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak berada di wilayah Kota Gorontalo. Kota Gorontalo merupakan wilayah populasi penduduk terbanyak di Provinsi Gorontalo, yang juga berperan sebagai pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan di Provinsi Gorontalo. Kabupaten Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango adalah wilayah kabupaten yang paling dekat dan mengapit Kota Gorontalo.

2. Responden Berdasarkan Usia

Usia responden dalam penelitian ini, dideskripsikan dalam bentuk kategori / rentang usia, yang dapat memudahkan untuk membahas dan mengelompokan responden berdasarkan kategori usia yang sudah ditentukan.

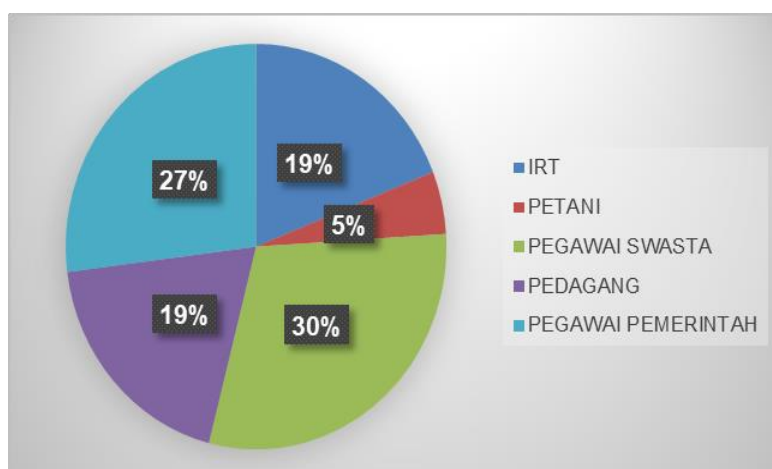
Pada Gambar 2 menjelaskan bahwa responden dengan rentang usia 41-50 tahun memiliki jumlah yang paling banyak atau lebih dari 50 persen dibandingkan responden dengan rentang usia lainnya. Jika dikaitkan dengan karakteristik yang lain, responden yang memiliki rentang usia 41-50 tahun tersebut dominan berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) dan Pegawai Pemerintah. Responden dengan jumlah paling kecil adalah rata-rata mereka yang berusia lebih dari 50 sampai dengan 60 tahun. Mereka yang dapat dikatakan telah berusia lanjut tersebut rata-rata berprofesi sebagai petani, pegawai pemerintah, dan pedagang.



Gambar 2. Responden berdasarkan usia
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan diuraikan sebagaimana terlihat pada gambar 3. Responden dalam penelitian rata-rata berprofesi sebagai Ibu rumah Tangga (IRT), Petani, Pegawai Swasta, Pedagang, dan Pegawai Pemerintah.



Gambar 3. Responden berdasarkan pekerjaan
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Seperti yang terlihat pada gambar 3 diatas, bahwa responden berstatus sebagai pegawai swasta dan pegawai pemerintah cenderung lebih menonjol dibandingkan responden yang memiliki profesi lainnya. Hal ini sesuai dengan karaktersistik masyarakat perkotaan seperti apa yang dikemukakan oleh Mufidah., (2012) bahwa masyarakat perkotaan cenderung sibuk dengan segala aktivitasnya yang akhirnya perilaku pemenuhan kebutuhan berorientasi pada hal-hal yang praktis dan instan. Meskipun demikian masih didapati profesi petani pada segmen masyarakat perkotaan namun dengan jumlah yang paling kecil. Beberapa titik kawasan strategis di wilayah perkotaan di Provinsi Gorontalo memang masih bisa dijumpai areal pertanian seperti lahan persawahan.

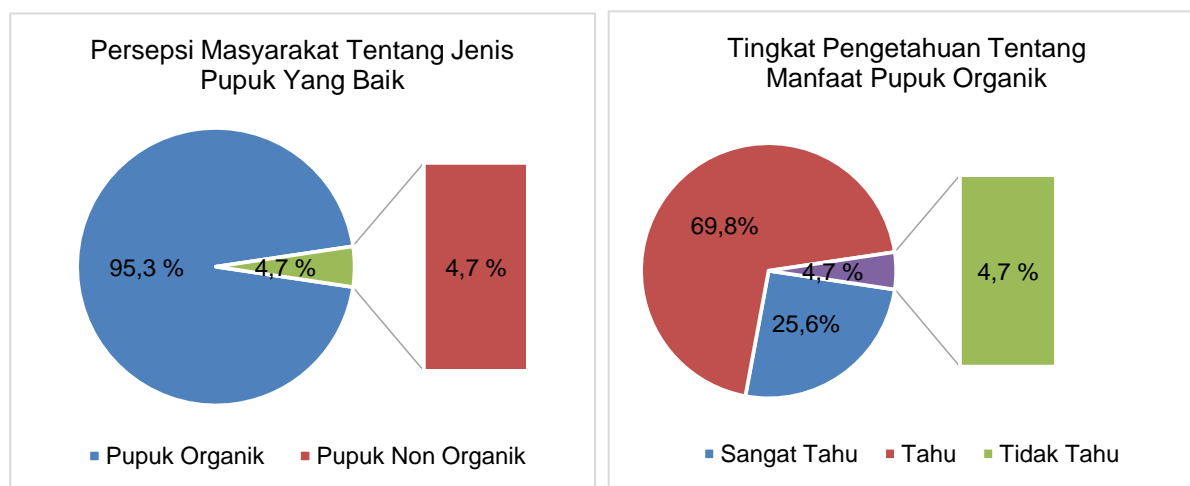
Perilaku Masyarakat Perkotaan Di Gorontalo Terhadap Penggunaan Pupuk Organik

Mengenal lingkungan pasar sasaran secara komprehensif melalui mekanisme uji pasar akan memberikan sejumlah potret terkait potensi pasar yang dituju. Keputusan memproduksi dan memasarkan pupuk organik dapat menjadi fatal jika ternyata karakter perilaku segmen masyarakat tidak terbiasa atau bahkan menolak penggunaan pupuk organik dengan berbagai alasan. Hal ini terkait dengan perilaku konsumen yang mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman & Wisenblit, 2015).

1. Potensi/peleluang pasar pupuk organik berdasarkan aspek pengetahuan masyarakat

Indikator awal yang perlu diketahui adalah tentang bagaimanakah sebenarnya pengetahuan umum masyarakat terhadap pupuk organik dan non-organik. Meskipun masih dalam potret secara umum, namun ini menjadi cukup penting, bahwasanya potensi seseorang akan menggunakan suatu produk atau tidak biasanya berasumsi pada pengetahuannya tentang manfaat produk yang akan digunakan.

Berdasarkan data yang disajikan terlihat bahwa hampir seluruh masyarakat perkotaan di wilayah Provinsi Gorontalo mengetahui bahwa pupuk organik lebih baik dari pada pupuk non-organik. Alasan pupuk organik dikatakan lebih baik dibandingkan pupuk non-organik oleh masyarakat Gorontalo sebab berkaitan dengan pengetahuan masyarakat tentang nilai manfaat pupuk organik. Total lebih dari 95 persen kalangan masyarakat perkotaan yang menjadi responden penelitian tahu bahkan hampir separuh dari 95 persen diantaranya sangat tahu tentang bagaimana manfaat dari penggunaan pupuk organik baik untuk tanaman, lingkungan serta manfaat ekonomi. Meskipun begitu, realita dilapangan menemukan masih ada masyarakat yang relatif belum mengetahui atau memahami manfaat pupuk organik sehingga orientasi pengetahuan tetap tertuju pada pupuk non-organik.



Gambar 4. Persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang pupuk organik
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Produk pupuk organik bisa dikatakan memiliki potensi pasar yang baik pada segmen masyarakat perkotaan di Gorontalo berdasarkan indikator adanya pengetahuan yang positif tentang pupuk organik oleh mayoritas masyarakat. Calon konsumen yang cenderung mengetahui nilai manfaat dari suatu produk maka ada indikasi potensi untuk melakukan pembelian. Faktor kesadaran kesehatan, pengetahuan, norma subjektif, dan harga mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk organik (Singh & Verma, 2017). Masyarakat perkotaan di Provinsi Gorontalo cenderung sadar dan berpengertian bahwa pupuk organik atau produk yang organik memiliki manfaat yang sangat baik. Banyaknya produk pupuk organik yang dijual di sejumlah toko pertanian di Provinsi Gorontalo telah menandai bahwa permintaan pupuk organik semakin meningkat. Konsumen memanfaatkan kesadaran umum, pengetahuan, dan komitmen terhadap produk hijau dalam membentuk kesadaran mereka secara keseluruhan tentang manfaat lingkungan, manfaat ekonomi, pelestarian hijau, dan penampilan hijau sehingga mereka dapat membuat keputusan untuk membeli produk hijau (Maniatis, 2016).

2. Potensi/peleluang pasar pupuk organik berdasarkan aspek perilaku masyarakat perkotaan

Perilaku maupun sikap merupakan indikator yang lebih kuat dibandingkan aspek pengetahuan yang bisa menjelaskan potensi seseorang atau kelompok masyarakat dalam keputusan pembelian. Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat telah terbiasa dalam menggunakan pupuk organik, sedangkan 62,8% diantaranya lebih suka menggunakan pupuk organik dibanding jenis pupuk lainnya. Masyarakat cenderung memilih melakukan pembelian pupuk organik dari pada memproduksi sendiri. Potensi target dan peluang pasar produk pupuk organik di Provinsi Gorontalo khusus segmen wilayah perkotaan terbilang cukup besar. Dalam hal ini produk diharuskan menyasar masyarakat yang memiliki kebiasaan dan perilaku yang menyukai produk. Masyarakat yang telah terbiasa dan menyukai nilai manfaat yang dimiliki oleh produk, maka besar potensinya

dalam keputusan pembelian. Faktor kesadaran kesehatan, pengetahuan, norma subjektif, dan harga mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk organik (Singh & Verma, 2017). Sebaliknya jika produk menyasar perilaku masyarakat yang tidak terbiasa dan tidak menyukai jenis produk tertentu, maka tentunya para pelaku usaha perlu proses dan strategi tambahan untuk membiasakan perilaku masyarakat terhadap produk. Perlunya program edukasi produk terhadap masyarakat, hanya akan menimbulkan beban waktu dan anggaran yang cukup besar. Dampak terburuknya adalah kerugian diawal usaha karena besarnya biaya operasional.

Tabel 1. Perilaku masyarakat perkotaan dalam penggunaan pupuk organik

Komponen Pertanyaan	Sikap	%
	Terbiasa	Ya
Tidak		16.3
Lebih suka menggunakan pupuk	Organik	62.8
	Non-organic	2.3
	Mix	34.9
Sikap jika anda butuh pupuk organik	Beli	62.8
	Produksi sendiri	14.0
	Sumber lain	18.6
	Galeri Tanaman Hias	20.9
Kemana tujuan anda jika butuh pupuk organik	Lokasi peternakan hewan	25.6
	Lingkungan sekitar rumah	14.0
	Toko pertanian	34.9

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Sisi produk yang lebih praktis tetap menjadi citra utama yang melakat pada pupuk non-organik. Masih kuatnya perilaku penggunaan pupuk non-organik memang masih dipengaruhi oleh alasan praktis serta banyaknya tersedia produk pupuk non-organik di toko pertanian terdekat. Adanya fenomena ini dapat menjelaskan bahwa produk pupuk organik sebaiknya bisa didesain praktis, dan produk mudah diakses layaknya pupuk non-organik. Pupuk organik buatan masyarakat lokal yang akan dipasarkan di wilayah perkotaan Provinsi Gorontalo harus memenuhi unsur tersebut, seperti desain dan ukuran kemasan yang sesuai. Sebagai contoh kemasan pupuk organik untuk kebutuhan rumah tangga perkotaan dapat dikemas menggunakan wadah plastik dengan ukuran kemasan 2 sampai 5 Kg yang memungkinkan lebih ringan di bawa, serta sesuai dengan kebutuhan tanaman untuk pekarangan sempit. Pupuk organik dalam kemasan juga harus di desain siap pakai, tanpa harus membebani pengguna dengan proses tambahan sebelum digunakan. Hal yang paling penting adalah pupuk organik kemasan harus jauh dari kesan menjijikan atau kotor jika bahan baku bersumber dari kotoran hewan. Tidak hanya itu saja, memanfaatkan pihak seller (seperti toko pertanian) bisa memberikan kemudahan akses bagi konsumen terhadap produk serta memiliki dampak pada penguatan pasar. Hal ini dapat berpengaruh bagi persepsi pelanggan, sebab produk yang di pajang dalam etalase toko atau dipasarkan oleh pihak/lembaga yang legal seperti toko pertanian cenderung lebih terjamin. Toko pertanian juga bisanya memiliki data-data tentang kebutuhan atau permintaan pasar yang bisa digunakan untuk memantau trend permintaan produk. Data pasar memberikan informasi yang diperlukan untuk menurunkan bahaya bisnis, mengurangi masalah yang dihadapi dalam bisnis, lebih mengenal pembukaan pasar baru, serta mendapatkan data dan kenyataan tentang bisnis yang akan digunakan dalam menentukan pilihan dan rencana aktivitas yang lebih masuk akal (Wahyunita, 2021).

Tabel 2. Tanggapan tentang pupuk non-organik dan alasan memilih pupuk organik

Komponen Pertanyaan	Persepsi	%
	Pendapat tentang pupuk non-organik	Ramah lingkungan
Harga murah		9.3
Praktis		53.5
Pertumbuhan cepat		9.3
Mudah ditemukan di toko		18.6
Alasan memilih pupuk organik	Lebih sehat	55.8
	Baik untuk tanaman	4.7
	Ramah lingkungan	39.5

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Citra/nama baik dari pihak seller yang melibatkan perlu diseleksi secara cermat. Citra toko dan nilai yang dirasakan secara positif mempengaruhi niat pembelian (Grewal *et al.*, 1998). Citra toko dan berbagai kategori resiko yang dirasakan terkait dengan atribut produk mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap produk (Semeijn *et al.*, 2004). Pentingnya mengetahui perilaku konsumen untuk meningkatkan kinerja bisnis, mempengaruhi kebijakan publik, dan mengedukasi dan membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik (Tjiptono, 2019). Pupuk organik memiliki citra yang positif dimata masyarakat Gorontalo. Alasan utama pupuk organik menjadi pilihan masyarakat karena dampak terhadap kesehatan dan lebih ramah lingkungan. Fakta tersebut semakin menguatkan posisi pupuk organik di lingkungan pasar lokal Gorontalo. Pada era pandemi Covid-19 saat ini, rantai pasok pemasaran merupakan pertahanan yang penting (Sembiring *et al.*, 2022). Appiah-Effah *et al.* (2015) melaporkan bahwa 51% petani menggunakan pupuk organik dan non organik, sedangkan 21% menggunakan kedua pupuk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Produk pupuk organik memiliki potensi pasar sangat baik pada segmen masyarakat perkotaan di Gorontalo, berdasarkan indikator adanya kesadaran dan pengetahuan yang positif tentang pupuk organik oleh mayoritas masyarakat perkotaan. Potensi target dan peluang pasar produk pupuk organik di Provinsi Gorontalo khusus segmen wilayah perkotaan terbilang cukup besar. Mayoritas masyarakat telah terbiasa dalam menggunakan pupuk organik. Sebanyak 62,8% masyarakat lebih suka menggunakan pupuk organik dibanding jenis pupuk lainnya, dan cenderung memilih melakukan pembelian pupuk organik dari pada memproduksi sendiri. Perilaku masyarakat perkotaan yang lebih memilih melakukan pembelian dari pada harus memproduksi pupuk organik secara mandiri merupakan indikasi terbukanya peluang pasar yang harus diraih, R.A. *et.al* (2022) telah menegaskan bahwa pupuk organik sangat potensial untuk dikembangkan berdasarkan hasil analisis pendapatan, manfaat dan biaya. Untuk memaksimalkan kinerja pemasaran pupuk organik di Gorontalo pelaku usaha lokal sebaiknya memanfaatkan pihak penjual seperti toko pertanian yang memiliki reputasi atau citra yang baik. Metode ini bisa memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses produk. Metode ini bisa memberikan dampak terhadap penguatan pasar. Citra toko dan berbagai kategori resiko yang dirasakan terkait dengan atribut produk mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap produk. Industri kecil bisa menjalin kerja sama dengan memberikan penawaran manfaat seperti harga khusus, bonus, dan jaminan keberlanjutan produk jangka panjang terhadap pihak reseller. Selain itu media / konten iklan digital yang intens tentang detail produk, identitas dan kontak produsen harus ditindak lanjuti untuk memberikan informasi bagi pelanggan bahwa anda hanya perlu menghubungi kami jika anda memerlukan pupuk organik yang praktis dan berkualitas.

REFERENSI

- Agustono, Catur, T., & Syah, I. (2004). Analisis Manfaat Ekonomi dan Lingkungan Penggunaan Pestisida Organik (Kasus pada Usaha Tani Padi Sawah di Kecamatan Cluwak Kabupaten Pati). *SEPA*, 1(1), 9–14.
- Appiah-Effah, E., Nyarko, K. B., Adum, L., Antwi, E. O., & Awuah, E. (2015). Perception of Peri-Urban Farmers on Fecal Sludge Compost and Its Utilization: A Case Study of Three Peri-Urban Communities in Ashanti Region of Ghana. *Compost Science & Utilization*, 23(4), 267–275. <https://doi.org/10.1080/1065657X.2015.1046616>
- Cui, Z., Yue, S., Wang, G., Meng, Q., Wu, L., Yang, Z., Zhang, Q., Li, S., Zhang, F., & Chen, X. (2013). Closing the yield gap could reduce projected greenhouse gas emissions: a case study of maize production in China. *Global Change Biology*, 19(8), 2467–2477. <https://doi.org/10.1111/GCB.12213>
- Cui, Z., Zhang, H., Chen, X., Zhang, C., Ma, W., Huang, C., Zhang, W., Mi, G., Miao, Y., Li, X., Gao, Q., Yang, J., Wang, Z., Ye, Y., Guo, S., Lu, J., Huang, J., Lv, S., Sun, Y., ... Dou, Z. (2018). Pursuing sustainable productivity with millions of smallholder farmers. *Nature* 2018 555:7696, 555(7696), 363–366. <https://doi.org/10.1038/nature25785>
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N. (1998). The effect of store name, brand name, and price discounts on consumer's evaluations and purchase intentions. *Journal of Retailing*, 74(3), 331–352. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80099-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80099-2)
- Guo, J. H., Liu, X. J., Zhang, Y., Shen, J. L., Han, W. X., Zhang, W. F., Christie, P., Goulding, K. W. T., Vitousek, P. M., & Zhang, F. S. (2010). Significant acidification in major Chinese croplands. *Science (New York, N.Y.)*, 327(5968), 1008–1010. <https://doi.org/10.1126/SCIENCE.1182570>.

- Hindratno, J., Meitiana, M., & Manurung, Y. (2021). Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Tradisional di UKM Pasar Kahayan Kota Palangka Raya. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*, 1(1), 9-17.
- Huda, S., & Wikanta, W. (2016). Pemanfaatan Limbah Kotoran Sapi Menjadi Pupuk Organik Sebagai Upaya Mendukung Usaha Peternakan Sapi Potong di Kelompok Tani Ternak Mandiri Jaya Desa Moropelang Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.30651/AKS.V111.303>
- Maniatis, P. (2016). Investigating factors influencing consumer decision-making while choosing green products. *Journal of Cleaner Production*, 132, 215-228.
- Maru, R., Side, S., Suprpta, S., Riadi, M., Sudirman, S., Nyompa, S., Rasyid, R., & Agustang, A. T. P. (2020). Peningkatan Produksi Padi melalui Aplikasi Pupuk Organik sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Kelompok Tani di Desa Congko Kabupaten Soppeng. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1305–1312. <https://doi.org/10.31764/JMM.V4I6.3146>
- Mufidah, N. L. (2012). Pola konsumsi masyarakat perkotaan: studi deskriptif pemanfaatan foodcourt oleh keluarga. *Jurnal Biokultur*, 2, 157-178.
- Nurdin, Moonti, A., Taha, S. R., Jamin, F. S., & Rahman, R. (2021). Peningkatan Kualitas Pupuk Organik Produksi Kelompok Tani Rukun Sejahtera di Desa Bualo Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo. *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 84–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.37303/peduli.v5i1.269>
- Permentan No. 02/Pert/HK.060/2/2006 tentang Pupuk organik dan pembenah tanah.
- Perwita, A. D. (2011). *Pengaruh Pembenaman Jerami serta Aplikasi Pupuk Organik dan Hayati untuk Mereduksi Penggunaan Pupuk NPK pada Padi Sawah (Oryza sativa L.)* [Bogor Agricultural University (IPB)]. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/64254>
- Santoso, A. B. (2017). Pengaruh Luas Lahan dan Pupuk Bersubsidi Terhadap Produksi Padi Nasional. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 20(3), 208–212. <https://doi.org/10.18343/jipi.20.3.208>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). Consumer Behavior, Eleventh Edition. *Consumer Behavior*, 6, 1–33. doi
- Sembiring, R., Astuti, M., & Argo, J. G. (2022). Rantai Pasok Pemasaran Produk Kelompok Tani Di Era Pandemic Covid-19. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 1–8. <https://doi.org/10.32670/COOPETITION.V13I1.594>
- Semeijn, J., van Riel, A. C. R., & Ambrosini, A. B. (2004). Consumer evaluations of store brands: effects of store image and product attributes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(4), 247–258. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(03\)00051-1](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(03)00051-1)
- Singh, A., & Verma, P. (2017). Factors influencing Indian consumers' actual buying behavior towards organic food products. *Journal of Cleaner Production*, 167, 473–483. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2017.08.106>
- Sholikhah, A. (2016). Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 342-362.
- Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. In U. Sumarwan & F. Tjiptono (Ed.), *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. IPB Press.
- Utami, R. A., Anarofida, A., Pratiwi, M. H., Pamungkas, R. B., Elisa, S. D., & Ubaidillah, U. (2022). Peluang Usaha Inovasi Pupuk Tulang Ternak Dan Cangkang Telur Untuk Pertanian Berkelanjutan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 5(2), 273-282.
- Wahyunita, S. (2021). Peluang Pasar dan Peramalannya. In *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)* (hal. 25–35).
- Wei, Z., Ying, H., Guo, X., Zhuang, M., Cui, Z., & Zhang, F. (2020). Substitution of Mineral Fertilizer with Organic Fertilizer in Maize Systems: A Meta-Analysis of Reduced Nitrogen and Carbon Emissions. *Agronomy* 2020, Vol. 10, Page 1149, 10(8), 1149. <https://doi.org/10.3390/AGRONOMY10081149>