

## **ABSTRACT**

This research was conducted at the CV organic fertilizer business. Aceh Millennium belongs to Mr. Zulkarnaini in Gampong Meunasah Dayah, Muara Satu District, Lhokseumawe City from December 2023. Sales of organic fertilizer still have to wait for demand from consumers, demand for organic fertilizer is still very small making CV. Aceh Millennium has difficulty selling organic fertilizer. This research aims to find out what obstacles are faced and what marketing channels are applied to the CV organic fertilizer business. Aceh Millennium in Gampong Meunasah Dayah, Muara Satu District, Lhokseumawe City. The data analysis method used is qualitative analysis using the ultrasound method. The research results show that the obstacles to marketing organic fertilizer based on the level of seriousness are price, competition, promotion and consumer demand. The main obstacle to marketing organic fertilizer based on the level of urgency, seriousness and development with a total score of 15 is competition, namely competition that occurs in selling organic fertilizer. The next obstacle which has a total score of 14 is promotion, namely lack of direct promotion to the public so demand is still small. The next obstacle which has a total score of 13 is consumer demand, namely lack of consumer awareness of organic fertilizer. The marketing channels used are level one marketing channels and level two marketing channels.

Keywords: Organic Fertilizer, Marketing Channels, Marketing Constraints.



## **RINGKASAN**

MUHAMMAD IKHSAN, Analisis Kendala Dan Saluran Pemasaran Pupuk Organik Pada CV. Aceh Milenium Di Gampong Meunasah Dayah Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Dibimbing Oleh EMMIA TAMBARTA KEMBAREN dan BARMAWI.

Penelitian ini dilakukan di usaha pupuk organik CV. Aceh Milenium milik Bapak Zulkarnaini di Gampong Meunasah Dayah, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe dari bulan Desember 2023. Penjualan pupuk organik masih harus menunggu permintaan dari konsumen, permintaan pupuk organik masih sangat sedikit membuat CV. Aceh Milenium kesulitan menjual pupuk organik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi dan bagaimana saluran pemasaran yang diterapkan pada usaha pupuk organik CV. Aceh Milenium di Gampong Meunasah Dayah Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan metode USG. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala pemasaran pupuk organik berdasarkan tingkat keseriusan adalah harga, persaingan, promosi, dan permintaan konsumen. Adapun kendala utama pemasaran pupuk organik berdasarkan tingkat urgensi, keseriusan dan berkembang dengan total skor 15 adalah ada di persaingan yaitu Persaingan yang terjadi dalam melakukan penjualan organik pupuk. Kendala selanjutnya yang memiliki total skor 14 adalah promosi yaitu Kurangnya promosi kepada masyarakat secara langsung sehingga permintaan masih sedikit. Kendala selanjutnya yang memiliki total skor 13 adalah permintaan konsumen yaitu Kurangnya kesadaran konsumen terhadap pupuk organik. Saluran pemasaran yang digunakan adalah saluran pemasaran tingkat satu dan saluran pemasaran tingkat dua.

Kata Kunci: Pupuk Organik, Saluran Pemasaran, Kendala Pemasaran.