

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

1. Pendidikan dan Lingkungan

Dasar Hukum Pelaksanaan adalah 1) Undang-undang No.32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup; 2) 17 Sistem Development Goal PBB No 15. Melindungi, mengembalikan, dan meningkatkan keberlangsungan pemakaian ekosistem darat, mengelola hutan secara berkelanjutan, mengurangi tanah tandus serta tukar guling tanah, memerangi penggurunan, menghentikan dan memulihkan degradasi tanah, serta menghentikan kerugian keanekaragaman hayati. 3) Saat ini, di Indonesia penderita penyakit akibat Hiperkolesterolemia meningkat pesat tidak hanya dikalangan lanjut usia saja tapi juga pada usia yang masih terbilang muda. Salah satu penyakit akibat Hiperkolesterolemia yaitu diabetes. Sekitar 422 juta orang penyandang diabetes yang berusia 18 tahun di seluruh dunia atau 8,5% dari penduduk dunia. Namun 1 dari 2 orang dengan Diabetes tidak tahu bahwa dia penyandang Diabetes. Oleh karena itu, sering ditemukan penderita Diabetes pada tahap lanjut dengan komplikasi seperti; serangan jantung, stroke, infeksi kaki yang berat dan berisiko amputasi, serta gagal ginjal stadiumakhir. Rata-rata 90% penderita diabetes diseluruh dunia merupakan diabetes tipe 2 yang disebabkan oleh gaya hidup yang kurang sehat dan sebetulnya 80% dapat dicegah. Penyakit ini tergolong penyakit kronis karena dapat mematikan. Disamping alternatif pengobatannya yang lama dan perlu kontrol yang maksimal baik itu makanan atau aktivitas sehari-hari, biaya pengobatan untuk penyakit ini terbilang relatif mahal. Pada tahun 2014 terhitung 754.682 penderita diabetes mellitus didaerah provinsi Gorontalo sedikitnya 304 nyawa melayang karena penyakit ini dalam <http://www.depkes.go.id>

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Devi, 2014) di Program Studi Ilmu Gizi. Universitas Diponegoro terjadi penurunan yang signifikan saat pemberian serbuk Biji Labu Kuning pada tikus galur Wistar dengan dosis 0,72 g (P2) mampu menurunkan kolesterol LDL sebesar 20,91 %. Selain itu, salah satu tumbuhan yang berpotensi dapat menyeimbangkan kadar kolesterol dalam darah yaitu Bawang Dayak (*Eleutherine americana* Merr). Hal ini, diketahui karena bawang dayak memiliki senyawa-senyawa yang berperan dalam menurunkan kadar kolesterol dalam darah.

Senyawa kimia yang terdapat pada Bawang Dayak diantaranya Naftokuinon. Dimana senyawa tersebut dikenal sebagai antimikroba, antifungal, dan antiparasitik. Selain itu, juga dikenal sebagai antioksidan dan antikanker dalam bentuk glikosida di dalam sel vakuola. (Babula, et al., 2005:25)

Selain kandungan Naftakuinon Bawang Dayak juga mengandung senyawa flavonoid (Wardani, 2009: 10). Senyawa ini terdapat di sel epidermis. Sebagian besar flavonoid terhimpun di vakuola sel tumbuhan walaupun tempat sintesisnya ada di luar vakuola. Tanaman ini secara turun temurun telah digunakan oleh masyarakat Dayak sebagai tumbuhan obat yaitu obat berbagai jenis penyakit seperti kanker payudara, obat penurun darah tinggi (hipertensi), diabetes mellitus, penurun kolesterol, obat jerawat, bisul, kanker usus, dan mencegah stroke. Bawang dayak banyak dikonsumsi oleh masyarakat Kalimantan dalam bentuk segar, simplisia, manisan dan dalam bentuk bubuk (powder). (Galingging, 2009)

Tanaman bawang dayak ini memiliki warna umbi merah dengan daun hijau berbentuk pita dan bunganya berwarna putih. Dalam umbi bawang dayak terkandung senyawa fitokimia yakni alkaloid, glikosida, flavonoid, fenolik, steroid dan tannin. Senyawa alkaloid, flavonoid, glikosida dan sponin memiliki aktivitas hipoglikemik atau penurun kadar glukosa dalam darah yang sangat bermanfaat untuk pengobatan diabetes melitus, bahkan alkaloid yang ada dapat berfungsi sebagai anti mikroba. Sedangkan kandungan tanin yang ada dapat digunakan sebagai obat sakit perut. Hanya saja, masyarakat khususnya Masyarakat Riau belum banyak mengenal dan mengetahui banyaknya manfaat dari tanaman ini.

2. Pembuatan Pupuk organik

Pupuk organik adalah pupuk yang terbuat dari bahan organik atau makhluk hidup yang telah mati. Bahan organik ini akan mengalami pembusukan oleh mikroorganisme sehingga sifat fisiknya akan berbeda dari semula. Pupuk organik termasuk pupuk majemuk lengkap karena kandungan unsur haranya lebih dari satu unsur dan mengandung unsur mikro (Hadisuwito, 2007). Berdasarkan cara pembuatannya, pupuk organik terbagi menjadi dua kelompok, pupuk organik alami dan pupuk organik buatan. Jenis pupuk yang tergolong dalam kelompok pupuk organik alami benar-benar langsung diambil dari alam, seperti dari sisa hewan, tumbuhan, tanah baik dengan atau tanpa sentuhan teknologi yang berarti. Pupuk yang termasuk ke dalam kelompok ini antara lain: pupuk kandang, kompos, pupuk hijau, humus dan pupuk burung. Pupuk organik buatan dibuat untuk memenuhi kebutuhan pupuk tanaman yang bersifat alami atau non kimia, berkualitas baik, dengan bentuk, ukuran, dan kemasan yang

praktis, mudah didapat, didistribusikan, dan diaplikasikan, serta dengan kandungan unsur hara yang lengkap dan terukur. Berdasarkan bentuknya ada dua jenis pupuk organik buatan yaitu: padat dan cair (Marsonodan Paulus, 2001).

- 1) Jenis sampah organik yang bisa diolah menjadi pupuk organik adalah:
 - a. Sampah sayur baru
 - b. Sisa sayur basi, tetapi ini harus dicuci dulu, peras, lalu buang airnya
 - c. Sisa nasi
 - d. Sisa ikan, ayam, kulit telur
 - e. Sampah buah (anggur, kulit jeruk, apel dan lain-lain). Tapi tidak termasuk kulit buah yang keras seperti kulit salak.
- 2) Sampah organik yang tidak bisa diolah:
 - a. Protein seperti daging, ikan, udang, juga lemak, santan, susu karena mengundang lalat sehingga tumbuh belatung.
 - b. Biji-biji yang utuh atau keras seperti biji salak, asam, lengkung, alpukat dan sejenisnya. Buah utuh yang tidak dimakan karena busuk dan berair seperti pepaya, melon, jeruk, anggur.
 - c. Sisa sayur yang berkuah harus dibuang airnya, kalau bersantan harus dibilas air dan ditiriskan

Kompos merupakan pupuk yang dihasilkan dari proses fermentasi atau dekomposisi dari bahan-bahan organik seperti tanaman, hewan, atau limbah organik lainnya. Kompos disebut juga sebagai pupuk organik karena penyusunnya terdiri dari bahan-bahan organik). Proses pembuatan kompos sebenarnya meniru proses terbentuknya humus oleh alam yang dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sekitarnya. Secara alami proses pembusukan berjalan dalam kondisi aerobik dan anaerobik secara bergantian (Dipo Yuwono, 2006). Pembuatan kompos dapat dipercepat prosesnya hanya dalam jangka waktu 30-90 hari dengan penambahan EM-4, Stardec, Starbio, Orgadec, Harmony dan Fix-up Plus (Yovita Hety, 2005). Unsur-unsur di dalam kompos terdiri dari dua kelompok unsur hara, yaitu unsur hara makro dan unsur hara mikro.

1). Unsur hara makro

Unsur hara makro terbagi dua, yaitu unsur hara makro primer dan unsur hara makro sekunder. Unsur hara makro primer adalah unsur hara yang dibutuhkan tanaman dalam jumlah

banyak, yang terdiri dari Nitrogen (N), Phospor (P) dan Kalium (K). Sedangkan unsur hara makro sekunder adalah unsur hara yang dibutuhkan dalam jumlah sedang, terdiri dari Kalsium (Ca), Magnesium (Mg) dan belerang (S).

2). Unsur hara mikro

Unsur hara mikro adalah unsur hara yang dibutuhkan dalam jumlah sedikit, terdiri dari zat Besi (Fe), Mangan (Mn), Tembaga (Cu) dan Seng (Zn).

Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 70/Permentasi/SR.140/10/2011 tentang pupuk organik, pupuk hayati dan pembenah tanah serta standar nasional Indonesia 19-7030-2004 tentang Spesifikasi kompos dari sampah organik domestik. Spesifikasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel : Standar kualitas kompos

No	Parameter	Satuan	Minim	Maks.	No	Parameter	Satuan	Minim.	Maksi.
1	Kadar Air	%	°C	50	17	Cobal (Co)	mg/kg	*	34
2	Temperatur			suhu air tanah	18	Chromium (Cr)	mg/kg	*	210
3	Warna			kehitaman	19	Tembaga (Cu)	mg/kg	*	100
4	Bau			berbau tanah	20	Mercuri (Hg)	mg/kg		0,8
5	Ukuran partikel	mm	0,55	25	21	Nikel (Ni)	mg/kg	*	62
6	Kemampuan ikat air	%	58		22	Timbal (Pb)	mg/kg	*	150
7	pH		6,80	7,49	23	Selenium (Se)	mg/kg	*	2
8	Bahan asing	%	*	1,5	24	Seng (Zn)	mg/kg	*	500
	Unsur makro					Unsur lain			
9	Bahan organik	%	27	58	25	Kalsium	%	*	25.50
10	Nitrogen	%	0,40		26	Magnesium (Mg)	%	*	0.60
11	Karbon	%	9,80	32	27	Besi (Fe)	%	*	2.00
12	Phosfor (P2O5)	%	0,10		28	Aluminium (Al)	%		2.20
13	C/N-rasio		10	20	29	Mangan (Mn)	%		0.10
14	Kalium (K2O)	%	0,20	*		Bakteri			
	Unsur mikro				30	Fecal Coli	MPN/gr		1000
15	Arsen	mg/kg	*	13	31	Salmonella sp.	MPN/4 gr		3
16	Cadmium (Cd)	mg/kg	*	3					

Keterangan : * Nilainya lebih besar dari minimum atau Lebih kecil dari maksimum

Sumber : SNI 19-7030-2004

Bahan organik tidak dapat langsung digunakan atau dimanfaatkan oleh tanaman karena perbandingan C/N dalam bahan tersebut relatif tinggi atau tidak sama dengan C/N tanah. Nilai C/N tanah sekitar 10-12. Apabila bahan organik mempunyai kandungan C/N mendekati atau sama dengan C/N tanah maka bahan tersebut dapat digunakan atau diserap tanaman. Namun, umumnya bahan organik yang segar mempunyai C/N yang tinggi, seperti jerami padi 50-70, daun-daunan > 50 (tergantung jenisnya), cabang tanaman 15-60 (tergantung jenisnya), kayu yang telah tua dapat mencapai 400. Prinsip pengomposan adalah menurunkan C/N rasio bahan

organik sehingga sama dengan tanah (<20). Dengan semakin tingginya C/N bahan maka proses pengomposan akan semakin lama karena C/N harus diturunkan. Di dalam perendaman bahan-bahan organik pada pembuatan kompos cair terjadi aneka perubahan hayati yang dilakukan oleh jasad renik. Dalam proses pengomposan terjadi perubahan seperti 1) karbohidrat, selulosa, hemiselulosa, lemak dan lilin menjadi CO_2 dan air, 2) zat putih telur menjadi amonia, CO_2 dan air, 3) penguraian senyawa organik menjadi senyawa yang dapat diserap tanaman. Dengan perubahan tersebut, kadar karbohidrat akan hilang atau turun dan senyawa N yang larut (amonia) meningkat. Dengan demikian, C/N semakin rendah dan relatif stabil mendekati C/N tanah (Indriani, 2004).

Pembentukan pupuk organik dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

1). Perbandingan Karbon-nitrogen(C/N) bahan baku pupuk organik

Nitrogen adalah zat yang dibutuhkan bakteri penghancur untuk tumbuh dan berkembangbiak. Timbunan bahan kompos yang kandungan nitrogennya terlalu sedikit (rendah) tidak menghasilkan panas sehingga pembusukan bahan-bahan menjadi amat terlambat. Oleh karenanya, semua bahan dengan kadar C/N yang tinggi, misalnya kayu, biji-bijian yang keras, dan tanaman menjalar, harus dicampur dengan bahan yang berair. Pangkasan daun dari kebun dan sampah-sampah lunak dari dapur amat tepat digunakan sebagai bahan pencampur (Murbandono, 2000).

Rasio C/N adalah perbandingan kadar karbon (C) dan kadar nitrogen (N) dalam satu bahan. Semua makhluk hidup terbuat dari sejumlah besar bahan karbon (C) serta nitrogen (N) dalam jumlah kecil. Unsur karbon dan bahan organik (dalam bentuk karbohidrat) dan nitrogen (dalam bentuk protein, asam nitrat, amoniak dan lain-lain), merupakan makanan pokok bagi bakteri anerobik. Unsur karbon (C) digunakan untuk energi dan unsur nitrogen (N) untuk membangun struktur sel dan bakteri. Bakteri memakan habis unsur C 30 kali lebih cepat dari memakan unsur N. Pembuatan kompos yang optimal membutuhkan rasio C/N 25/1 sampai 30/1 (Yuwono, 2006).

Dalam proses pengomposan, 2/3 dari karbon digunakan sebagai sumber energi bagi pertumbuhan mikroorganisme, dan 1/3 lainnya digunakan untuk pembentukan sel bakteri. Perbandingan C dan N awal yang baik dalam bahan yang dikomposkan adalah 25-30 (satuan berat kering), sedangkan C/N diakhir proses adalah 12-15. Pada rasio yang lebih rendah, amonia akan dihasilkan dan aktivitas biologi akan terlambat, sedang pada rasio yang

lebih tinggi, nitrogen akan menjadi variabel pembatas. Harga C/N tanah adalah <20 , sehingga bahan-bahan yang mempunyai harga C/N mendekati C/N tanah, dapat langsung digunakan (Damanhuri dan Padmi, 2007)

2). Ukuran Bahan

Semakin kecil ukuran bahan, proses pengomposan akan lebih cepat dan lebih baik karena mikroorganisme lebih mudah beraktivitas pada bahan yang lembut daripada bahan dengan ukuran yang lebih besar. Ukuran bahan yang dianjurkan pada pengomposan aerobik antara 1-7,5 cm. Sedangkan pada pengomposan anaerobik, sangat dianjurkan untuk menghancurkan bahan selumat-lumatnya sehingga menyerupai bubur atau lumpur. Hal ini untuk mempercepat proses penguraian oleh bakteri dan mempermudah pencampuran bahan (Yuwono, 2006).

3). Komposisi Bahan

Pengomposan dari beberapa macam bahan akan lebih baik dan lebih cepat. Pengomposan bahan organik dari tanaman akan lebih cepat bila ditambah dengan kotoran hewan.

4). Jumlah Mikroorganisme

Dengan semakin banyaknya jumlah mikroorganisme maka proses pengomposan diharapkan akan semakin cepat.

5). Kelembaban

Umumnya mikroorganisme tersebut dapat bekerja dengan kelembaban sekitar 40-60%. Kondisi tersebut perlu dijaga agar mikroorganisme dapat bekerja secara optimal. Kelembaban yang lebih rendah atau lebih tinggi akan menyebabkan mikroorganisme tidak berkembang atau mati.

6). Suhu

Faktor suhu sangat berpengaruh terhadap proses pengomposan karena berhubungan dengan jenis mikroorganisme yang terlibat. Suhu optimum bagi pengomposan adalah 40-60 °C. Bila suhu terlalu tinggi mikroorganisme akan mati. Bila suhu relatif rendah mikroorganisme belum dapat bekerja atau dalam keadaan dorman.

7.) Keasaman (pH)

Keasaman atau pH dalam tumpukan kompos juga mempengaruhi aktivitas mikroorganisme. Kisaran pH yang baik sekitar 6,5-7,5 (netral). Oleh karena itu, dalam proses pengomposan sering diberi tambahan kapur atau abu dapur untuk menaikkan pH (Indriani,

2000). Derajat keasaman pada awal proses pengomposan akan mengalami penurunan karena sejumlah mikroorganisme yang terlibat dalam

pengomposan mengubah bahan organik menjadi asam organik. Pada proses selanjutnya, mikroorganisme dari jenis lain akan mengkonversikan asam organik yang telah terbentuk sehingga bahan memiliki derajat keasaman yang tinggi dan mendekati normal (Djuarnani,dkk, 2005).

Kondisi asam pada proses pengomposan biasanya diatasi dengan pemberian kapur. Namun dengan pemantauan suhu bahan kompos secara tepat waktu dan benar sudah dapat mempertahankan kondisi pH tetap pada titik netral tanpa pemberian kapur (Yuwono, 2006).

Pengembangan pupuk organik menggunakan teknologi EM4 telah banyak dikembangkan di Indonesia. Teknologi EM4 adalah teknologi budidaya pertanian untuk meningkatkan kesehatan dan kesuburan tanah dan tanaman dengan menggunakan mikroba yang bermanfaat bagi pertumbuhan tanaman. EM4 mengandung mikroba –mikroba antara lain *Lactobacillus*, ragi, bakteri fotosintetik, *Actinomycetes* dan jamur pengurai selulosa, untuk memfermentasi bahan organik tanah menjadi senyawa yang mudah diserap oleh tanaman (Anonim,1995). Teknologi EM4 ditemukan pertama kali oleh Prof. Dr. Teruo Higa dari Universitas Ryukyus, Jepang, dan telah diterapkan secara luas di Jepang, Amerika, Brasil, Thailand, Korea dan Negara-negara lain di belahan dunia ini termasuk di Indonesia.

Efektif mikroorganisme 4 (EM4) merupakan campuran dari mikroorganisme yang menguntungkan. Jumlah mikroorganisme fermentasi didalam EM4 sangat banyak, sekitar 80 jenis. Mikroorganisme tersebut dipilih yang dapat bekerja secara efektif dalam memfermentasikan bahan organik. Dari sekian banyak mikroorganisme, ada 5 golongan yang pokok yaitu bakteri fotosintetik, *Lactobacillus* sp, *Streptomyces* sp, ragi, (yeast), dan *Actinomicetes* (Hadisuwito,2012).

Efek EM4 bagi tanaman tidak terjadi secara langsung. Penggunaan EM4 akan lebih efisien bila terlebih dahulu ditambahkan bahan organik yang berupa pupuk organik ke dalam tanah. EM4 akan mempercepat fermentasi bahan organik sehingga unsur hara yang terkandung akan terserap dan tersedia bagi tanaman. Selain bermanfaat bagi peningkatan kesuburan tanah dan tanaman, EM4 juga sangat efektif digunakan sebagai pestisida hayati yang bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan tanaman, EM4 juga bermanfaat untuk sektor perikanan dan peternakan. Kelebihan dari EM4 ini adalah bahan yang mampu mempercepat proses

pembentukan pupuk organik dan meningkatkan kualitasnya. Selain itu, EM4 mampu memperbaiki struktur tanah menjadi lebih baik serta menyuplai unsur hara yang dibutuhkan tanaman (Hadisuwito, 2012).

3. Sumber Peluang Usaha

Peluang adalah sebuah kesempatan yang terjadi, sehingga beberapa sumber peluang usaha atau kesempatan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Diri Sendiri, merupakan peluang yang paling potensial dan besar rasio kesuksesannya karena beberapa alasan berikut:
 - Sebuah usaha membutuhkan proses yang panjang dan bisa jadi seumur hidup
 - Menjalankan usaha membutuhkan konsistensi dan komitmen yang tinggi
 - Kesuksesan bisnis adalah akumulasi dari kesuksesan menaklukkan kegagalan sehingga semuanya bisa terwujud.Contoh peluang usaha yang berasal dari diri sendiri adalah dari hobi, keahlian, pengetahuan dan latar belakang pendidikan
- b. Lingkungan. Banyak peluang dan aspirasi usaha muncul dari lingkungan, misalnya usaha orang tua, lingkungan sekitar rumah, sekolah dan sebagainya.
- c. Perubahan yang terjadi, merupakan peluang terbesar yang sering muncul sehingga menjadi sebuah bisnis misalnya adanya perubahan secara global, perubahan lingkungan, perubahan peraturan Pemerintah, perubahan musim, gaya hidup, perubahan akan kebutuhan kesehatan, pola makan, tekanan pekerjaan, teknologi informasi dan sebagainya
- d. Konsumen. Suara konsumen seringkali menciptakan gagasan baru dalam memperbaiki produk yang ada bahkan peluang bagi usaha baru. Hal ini secara khusus terjadi karena adanya keluhan dari konsumen, saran-saran dari konsumen, permintaan khusus dari konsumen atau calon konsumen bahkan mimpi atau angan-angan konsumen terhadap suatu produk atau jasa tertentu serta harapan dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ada.
- e. Gagasan orang lain, bisa jadi merupakan keluhan dari orang lain yang bersifat orisinal.
- f. Informasi yang diperoleh. Informasi yang diperoleh seseorang bisa berguna untuk dijalankan sebagai peluang usaha karena informasi tersebut memiliki dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Menurut Kotler, pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Dalam pemasaran terdapat marketing mix.

“Marketing mix defined as the elements an organizations controls that can be used to satisfy or communicate with customer. These elements appear as core decisions variables in any marketing text or marketing plan” (Zeithaml and Bitner, 2001:18)

Marketing mix merupakan Sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Kotler (Dalam Hurriyati, 2008:47) . Marketing mix : Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Distribusi (*Place*)

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. (Kotler dalam Hurriyati, 2008:50).

Tingkatan Produk adalah

- 1) Produk Utama/ Inti (*Core benefit*) yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk
- 2) Produk Generik (*Generic Product*) yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar
- 3) Produk harapan (*Expected Product*) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli
- 4) Produk Pelengkap (*Augmented Product*) yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing
- 5) Produk Potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang

2. Harga

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran, karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Keputusan penentuan harga juga

sangat signifikan didalam penentuan nilai/ manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas suatu produk atau jasa.

1. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*)
 2. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing*)
 3. Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based*)
3. Tempat (*Place*) yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Suatu produk tidak banyak berguna bagi seorang pelanggan jika tidak tersedia pada saat dan pada tempat produk itu dibutuhkan. Suatu produk untuk sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi. Saluran distribusi adalah serangkaian perusahaan (perorangan) yang ada diantara produsen dan pengguna atau konsumen akhir. (McCarthy dan Perreault, 1995:55)
4. *Promotion* adalah kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa pada pasar sasaran, untuk membangun persepsi pelanggan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.
1. Menginformasikan (Informing), Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, meluruskan kesan yang keliru, mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli, dan membangun citra perusahaan.
 2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*), membentuk pilihan merek, mengalihkan pilihan ke merek tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga, dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesmen*)
 3. Mengingat (reminding), mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, dan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk pertama.

Kotler (2005: 264-312), mengatakan bahwa unsur bauran promosi (promotion mix) terdiri atas lima perangkat utama, yaitu :

1. Advertising : merupakan semua penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi produk atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu yang dibayar
2. Sales Promotion : berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
3. Public relation and publicity : berbagai program untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.
4. Personal Selling : Interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan
5. Direct marketing : penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

2.2 Kerangka Pemikiran Kegiatan

Kerangka Pemikiran Kegiatan dimulai dari:

