

## ABSTRAKSI

Penduduk Indonesia diperkirakan mengalami peningkatan setiap tahunnya berdasarkan proyeksi sementara dari tahun 2010-2035. Bertambahnya penduduk, salah satunya mengakibatkan bertambahnya jumlah sampah. Sebanyak 75% sampah yang dihasilkan merupakan sampah organik. Sampah tersebut perlu ditanggulangi untuk mengurangi penyebab buruk akibat pembuangan sampah yang sudah tidak tertampung. YPT (Yayasan Pendidikan Telkom) yang memiliki lahan sebesar 499.670 m<sup>2</sup> dengan luas lahan kosong sebesar 234.845 m<sup>2</sup> menghasilkan banyak sampah organik yang diantaranya terdiri dari sampah tanaman dan sampah sisa makanan kantin. Bahan-bahan tersebut dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam pembuatan biogas menggunakan *biodigester* yang dimiliki Universitas Telkom. Pada proses akhirnya, selain biogas, *biodigester* juga menghasilkan limbah cair yang dapat dimanfaatkan sebagai pupuk cair organik. Pupuk organik yang dihasilkan dapat dipasarkan sebagai produk baru dengan melakukan penelitian yang bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh pengelola pupuk cair organik Universitas Telkom.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *benchmarking* yaitu dengan membandingkan kinerja dan produk yang sudah pernah dipasarkan sebelumnya oleh mitra usaha. Mitra usaha yang menjadi objek adalah PT. CVSK dan CV. Agro Duta. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dari kedua mitra usaha dan *searching internet*. Data yang ada dianalisis dengan menentukan *gap* antara kedua mitra usaha sehingga didapatkan *best practice* yang dapat ditiru oleh pengelola pupuk cair organik Universitas Telkom. Landasan teori yang digunakan adalah bauran komunikasi pemasaran, dan *benchmarking*.

Kesimpulan yang diperoleh adalah didapatkannya rancangan bauran komunikasi pemasaran berdasarkan aspek pasar, saluran distribusi, bauran komunikasi pemasaran, media komunikasi pemasaran, dan konten pemasaran. Selain itu ditentukan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan bauran komunikasi

pemasaran tersebut sesuai urutan prioritas yang dapat diimplementasikan dan disesuaikan dengan kemampuan pengelola dalam memasarkan produk pupuk cair organik hasil *biodigester* di Universitas Telkom.

Kata kunci: *benchmarking*, pengelola pupuk cair organik Universitas Telkom, bauran komunikasi pemasaran, pupuk cair organik