

**DAMPAK PEMASARAN *ONLINE* TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN PETANI BUNGA POTONG TANAMAN HIAS  
DESA GUNUNGSARI KECAMATAN BUMIAJI KOTA BATU  
JAWA TIMUR**

**TUGAS AKHIR**

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN  
BERKELANJUTAN**

**FERRIL NURHIDAYAT**

**NIRM 07.1.2.16.2058**



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN  
2020**

**DAMPAK PEMASARAN *ONLINE* TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN PETANI BUNGA POTONG TANAMAN HIAS  
DESA GUNUNGSARI KECAMATAN BUMIAJI KOTA BATU  
JAWA TIMUR**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr)

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN  
BERKELANJUTAN**

**FERRIL NURHIDAYAT**

**07.1.2.16.2058**



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN  
2020**

## HALAMAN PERUNTUKAN

*Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada*

*Bapak Muhammad Yunus Muda, Ibu Rabiah, dan Adik-adikku tercinta.*

*Atas segala kasih sayang, dukungan serta doa yang tak henti-hentinya kalian telah berikan kepadaku.*

*Pembimbing 1 dan Pembimbing 2, yang telah membimbing saya dalam pelaksanaan Tugas Akhir saya sehingga TA ini dapat terselesaikan tepat waktu.*

*Sahabat-sahabatku "Tim Kazebo, Tim Blok Atas dan Rekan Asrama yang paling terkasih", terima kasih atas segala canda tawa dan suka duka yang telah kita lewati bersama dalam pendidikan empat tahun ini dan semoga pertemanan ini akan terjalin selamanya.*

*Teman-teman kelas Pertanian A dan seluruh angkatan jurusan Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan Politeknik Pembangunan Pertanian Malang 2016, terima kasih atas segala bantuan, kerjasama dan kenangan yang telah kalian berikan.*

*Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.*

## **PERNYATAAN ORISINALITAS TA**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah TA ini terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain sebagai Tugas Akhir atau untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah TA ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TA ini digugurkan dan gelar vokasi yang telah saya peroleh (S.Tr) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Agustus 2020

Mahasiswa,

Nama : Ferril Nurhidayat

NIRM : 07.1.2.16.2058

## **TUGAS AKHIR**

**Dampak Pemasaran Online terhadap Peningkatan Pendapatan  
Petani Bunga Potong Tanaman Hias Desa Gunungsari  
Kecamatan Bumi Aji Kota Batu Jawa Timur**

**FERRIL NURHIDAYAT**

**NIRM 07.1.2.16.2058**

Malang, .....

Pembimbing I,

Pembimbing II

**(Gunawan, SP, M.Si)**  
**NIP. 19690829 200212 1 001**

**(Hamzana, SST, M.Si)**  
**NIP. 19850329 200604 1 001**

Mengetahui,

Direktur  
Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

**(Dr.Bambang Sudarmanto. S.Pt, MP)**  
**NIP. 19670509 199603 1 002**

## **TUGAS AKHIR**

**Dampak Pemasaran Online terhadap Peningkatan Pendapatan  
Petani Bunga Potong Tanaman Hias Desa Gunungsari  
Kecamatan Bumi Aji Kota Batu Jawa Timur**

**FERRIL NURHIDAYAT**

**NIRM 07.1.2.16.2058**

Telah dipertahankan di depan penguji  
pada tanggal .....

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji I,

Penguji II

**(Gunawan, SP, M.Si)**  
**NIP. 19690829 200212 1 001**

**(Hamzana, SST, M.Si)**  
**NIP. 19850329 200604 1 001**

Penguji III,

**(Muhammad Saikhu, SP, M.Agr)**  
**NIP. 19720731 200604 1 008**

## RINGKASAN

Ferril Nurhidayat, NIRM 07.1.2.16.2058. Dampak Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Potong Tanaman Hias Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Jawa Timur. Pembimbing I : Gunawan, SP, M.Si dan Pembimbing II : Hamyana, SST, M.Si.

Tujuan pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah : 1) Mengetahui perbedaan pendapatan petani bunga potong sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran online. 2) Menganalisis pengaruh pemasaran online terhadap peningkatan pendapatan. 3) Membuat rancangan penyuluhan terkait peningkatan pendapatan dengan cara pemasaran online. Pelaksanaan kegiatan Tugas Akhir di Kampus Politeknik Pembangunan Pertanian Malang pada bulan Januari hingga Juli 2020.

Kesimpulan pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut : 1) Terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan sebelum menggunakan pemasaran online dan sesudah menggunakan pemasaran online dimana rata-rata pendapatan sebelum menggunakan pemasaran online sebesar Rp. 19.153.202 dan sesudah menggunakan pemasaran online sebesar Rp. 28.887.702. 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran online berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur. 3) Rancangan penyuluhan disusun sesuai dengan karakteristik sasaran yang meliputi tujuan yaitu dengan materi penyuluhan yang dilakukan sebanyak dua kali masing-masing "Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani" dan "Optimalisasi pemasaran online dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani". Media yang digunakan ialah media cetak folder dan media elektronik smarphone, metode menggunakan diskusi dan ceramah serta demonstrasi cara, yang di ikuti oleh 17 anggota gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

**Kata Kunci** : Analisis pengaruh, analisis perbedaan, Pemasaran online, pendapatan, petani bunga potong mawar.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul **Dampak Pemasaran *Online* terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Potong Tanaman Hias Desa Gunungsari Kecamatan Bumi Aji Kota Batu Jawa Timur** dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Gunawan, SP, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ketua Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan
2. Hamyana, SST, M.Si selaku Dosen Pembimbing II
3. Dr. Bambang Sudarmanto, S.Pt, MP Selaku Direktur Politeknik Pembangunan Pertanian Malang.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini

Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembaca sebagai acuan atau pedoman dalam melakukan kegiatan penelitian. Saran dan masukan yang sifatnya membangun dari semua pihak terkait kegiatan penelitian sangat diharapkan oleh penulis.

Malang, Agustus 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan .....	4
1.4 Manfaat .....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Teori Dampak .....	9
2.2.2 Bunga Potong Tanaman Hias .....	10
2.2.3 Karakteristik Bunga Potong Mawar .....	11
2.2.4 Pemasaran .....	13
2.2.5 Pemasaran <i>Online</i> .....	14
2.2.6 Pendapatan .....	15
2.2.7 Biaya Usaha Tani .....	16
2.2.8 Penerimaan Usaha Tani .....	17
2.2.9 Pendapatan Usaha Tani .....	18
2.2.10 Aspek Penyuluhan .....	18
2.3 Kerangka Pikir .....	33
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Lokasi dan Waktu .....	34
3.2 Metode Kajian .....	34
3.2.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2.2 Populasi dan Sampel .....	35
3.2.3 Variabel Penelitian .....	36
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.2.5 Analisis Data .....	37
3.2.6 Hipotesis Penelitian .....	42
3.3 Metode Perancangan Penyuluhan .....	42
3.3.1 Tujuan Penyuluhan .....	42
3.3.2 Sasaran Penyuluhan .....	42
3.3.3 Materi Penyuluhan .....	43
3.3.4 Metode Penyuluhan .....	43

3.4 Metode Implementasi .....	43
3.4.1 Pelaksanaan Penyuluhan .....	43
3.5 Metode Evaluasi Rancangan .....	44
3.5.1 Menentukan Metode Evaluasi .....	44
<b>IV. HASIL KAJIAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Identifikasi Potensi Wilayah .....	47
4.2 Karakteristik Responden .....	56
4.2.1 Responden Berdasarkan Usia .....	56
4.2.2 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
4.2.3 Responden Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan .....	57
4.2.4 Responden Berdasarkan Lama Usaha Tani .....	58
4.3 Kajian Produksi Sebelum dan Sesudah Menggunakan Pemasaran <i>Online</i> .....	59
4.4 Biaya Produksi .....	60
4.5 Kajian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Pemasaran <i>Online</i> .....	61
4.6 Hasil Uji <i>Paired Sample T-test</i> .....	62
4.7 Hasil Uji Pengaruh Pemasaran <i>Online</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan .....	63
4.7.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kajian .....	63
4.7.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kajian .....	64
4.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	65
4.7.4 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	69
4.7.5 Uji Kelayakan Regresi Sederhana .....	71
<b>V. PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI .....</b>	<b>73</b>
5.1 Perancangan Penyuluhan .....	73
5.1.1 Tujuan Penyuluhan .....	73
5.1.2 Sasaran Penyuluhan .....	73
5.1.3 Materi Penyuluhan .....	74
5.1.4 Media Penyuluhan .....	74
5.1.5 Metode Penyuluhan .....	74
5.1.6 Evaluasi Penyuluhan Pertanian .....	75
5.2 Implementasi .....	77
5.2.1 Lokasi dan Waktu .....	77
5.2.2 Persiapan Penyuluhan .....	77
5.2.3 Pelaksanaan Penyuluhan .....	78
5.2.4 Hasil Evaluasi Penyuluhan .....	79
<b>VI. PEMBAHASAN .....</b>	<b>83</b>
6.1 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Petani Sebelum menggunakan Pemasaran <i>Online</i> .....	83
6.2 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Petani Sebelum menggunakan Pemasaran <i>Online</i> .....	84
6.3 Analisis Peningkatan Pendapatan .....	85

6.4 Pengaruh Pemasaran <i>Online</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan	86
6.5 Evaluasi Peningkatan Pengetahuan .....	88
6.6 Efektifitas Nilai Peningkatan Pengetahuan .....	90
<b>VII. PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
7.1 Kesimpulan .....	92
7.2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	33
Gambar 4.1. Grafik Uji Normalitas .....	67
Gambar 4.2. Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	68
Gambar 6.1. Hasil Evaluasi Penyuluhan.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Kelas Interval Pengetahuan .....	45
Tabel 4.1 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.3 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Produktif .....	50
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Gunungsari .....	51
Tabel 4.5 Kalender Musim Hasil Pertanian dan Peternakan .....	52
Tabel 4.6 Masalah dan Potensi Kelembagaan dalam Pengembangan Desa	55
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Luas Lahan .....	58
Tabel 4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha Tani .....	58
Tabel 4.11 Rata-rata Luas Lahan, Produksi dan Harga Bunga Mawar .....	59
Tabel 4.12 Rata-rata Biaya Produksi .....	60
Tabel 4.13 Biaya produksi, penerimaan dan pendapatan .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Paired Sample T Test .....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Instrument .....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemasaran <i>Online</i> .....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan .....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Glejset .....	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi .....	69
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	70
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	71

Tabel 4.23 Hasil Uji Analisis Koefisien Regresi (Uji T) .....	72
Tabel 5.1 Kelas Interval Pengetahuan .....	76
Tabel 5.2 Hasil Validitas .....	80
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Instrument Penyuluhan .....	81
Tabel 5.4 Hasil Evaluasi Pengetahuan .....	81
Tabel 6.1 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan .....	83
Tabel 6.2 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan .....	84
Tabel 6.3 Analisis Peningkatan Pendapatan .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kerangka Sampling Penelitian .....	98
Lampiran 2. Kisi-kisi instrumen .....	99
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian .....	101
Lampiran 4. Analisis Pendapatan Sebelum Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>	109
Lampiran 5. Analisis Pendapatan Sesudah Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>	113
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	117
Lampiran 7. Karakteristik Responden .....	121
Lampiran 8. Rekapitulasi Tabulasi Data Instrumen Penelitian.....	124
Lampiran 9. Kuesioner Evaluasi Penyuluhan .....	127
Lampiran 10. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Evaluasi Penyuluhan..	131
Lampiran 11. Karakteristik Responden Penyuluhan .....	133
Lampiran 12. Rekapitulasi Tabulasi Data Instrumen Evaluasi (Pre-Test) .....	134
Lampiran 13. Rekapitulasi Tabulasi Data Instrumen Evaluasi (Post-Test) ....	135
Lampiran 14. Matriks Pengambilan Keputusan Materi Penyuluhan .....	136
Lampiran 15. Matriks Analisa Penetapan Metode Penyuluhan .....	138
Lampiran 16. Kontekstualisasi Keadaan Lapangan .....	139
Lampiran 17. Sinopsis .....	142
Lampiran 18. Lembar Persiapan Menyuluh (LPM) .....	143
Lampiran 19. Berita Acara Kegiatan Penyuluhan.....	145
Lampiran 20. Daftar Hadir Petani.....	147
Lampiran 21. Media Penyuluhan .....	151
Lampiran 22. Dokumentasi Kegiatan .....	153

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sangat mempengaruhi berbagai kegiatan masyarakat di dunia. Perkembangan teknologi sangat menguntungkan bagi seluruh masyarakat dunia dalam mengakses dan mendapatkan informasi termasuk menunjang aktifitas bisnis. Dengan internet teknologi informasi mampu berkembang pesat hingga saat ini. Seiring kemajuan teknologi internet, ketepatan informasi juga perlu adanya pengecekan apakah benar atau tidaknya informasi tersebut dengan adanya penyaringan data agar mendapatkan informasi yang tepat dan relevan.

Peranan teknologi menjadi sangat dominan bagi perkembangan perusahaan. Mulai untuk peningkatan penjualan, transaksi, kinerja perusahaan, sampai pada alasan efisiensi, efektifitas dan meningkatkan pendapatan. Bisnis apapun bentuknya, membutuhkan penjualan agar tetap *survive*. Pemasaran *online* sendiri didefinisikan sebagai proses bisnis yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mencapai perubahan dan pertumbuhan bagi perusahaan. Persaingan bisnis dengan penggunaan teknologi informasi dapat kita lihat salah satunya pada pemasaran produk, dengan menggunakan media *online* yang relatif mudah dan cepat dalam melakukan pemasaran suatu produk untuk menuju pasar, salah satu teknologi informasi yang banyak digunakan dalam dunia bisnis yaitu pemasaran *online* (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016).

Teknologi informasi ini merupakan salah satu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dalam bidang pemasaran maupun penjualan dari hasil produksi. Penggunaan pemasaran *online* tersebut akan memperlihatkan adanya kemudahan dalam pemasaran, bertransaksi,

pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi. Proses administrasi jual beli akan dilakukan secara *online*, sehingga akan sangat membantu kedua pihak dalam menyelesaikan proses penjualan dan pembelian. Kenyataan yang sedang berkembang saat ini adalah internet dijadikan sebagai sarana utama para pelaku usaha untuk menjual dan mempromosikan usaha mereka. Sifatnya yang mudah menjadikan internet sebagai media yang mampu menjawab tantangan atau kendala bisnis, seperti wilayah geografis, promosi, target pemasaran, proses administrasi pembelian dan penjualan.

Seiring dengan perkembangan jaman, peningkatan teknologi menyebabkan pergeseran pola komunikasi antara produsen dan konsumen. Konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli dengan membandingkan produk sejenis menggunakan sarana informasi teknologi tanpa harus turun langsung ke lapangan seperti pemasaran *online*. Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologi yang dimiliki. Di dunia internet istilah "pemasaran *online*" atau "*marketing online*" saat ini sangatlah tidak asing. Peluang peluang positif yang menarik tersebar diberbagai *website* di Internet. Internet membuat *channel* baru untuk komunikasi interaktif antara konsumen, penjual, dan rekan bisnis lainnya. Hal ini memungkinkan perusahaan berinteraksi dan bekerja sama secara terus menerus dalam pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, pelayanan, dan dukungan teknik.

Pemasaran *online* belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil serta penjual eceran umumnya. Hal ini karena pemasaran dan promosi melalui media *online* lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. Pemasaran *online* mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi.

Teknologi informasi dalam bidang pemasaran *online* telah banyak digunakan oleh industri dari yang tarafnya kecil, menengah, maupun besar tak terkecuali pada sektor agribisnis yang sebagian proses mulai dari hulu dan hilirnya menerapkan teknologi informasi, salah satu contoh usaha dibidang agribisnis yang menerapkan teknologi informasi pada strategi promosinya adalah petani bunga potong tanaman hias mawar, yang bertempat di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur.

Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji, Kota Batu merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur dengan laju perkembangan produksi bunga yang signifikan. BPS Kota Batu (2019) menunjukkan produksi bunga pada tahun 2019 mengalami kenaikan dari 95,6 juta potong pada tahun 2018 naik menjadi 99,5 juta potong. Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji menjadi sentra produksi karena menghasilkan bunga potong mawar yang berkualitas.

Produsen bunga potong mawar sebelumnya menerapkan pemasaran secara *offline*, permasalahan seperti harga jual yang rendah, kurangnya promosi, dan cakupan konsumen yang diperoleh tidak luas. Sebagian besar cakupan konsumen berasal dari orang-orang yang sudah datang ke lokasi pasar. Hadirnya teknologi pemasaran *online* pada petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu sangat memudahkan petani dalam hal melakukan pemasaran, promosi produk, penjualan dan meningkatkan harga jual. Namun penerapan yang belum sepenuhnya maksimal pada media pemasaran *online*. Sehingga perlu diadakan penelitian perbandingan pendapatan usahataniya, apakah ada perbedaan pendapatan sebelum menggunakan pemasaran *online* dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dan apakah terjadi peningkatan pendapatan, serta dilakukan penelitian apakah penggunaan pemasaran *online* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis bermaksud melaksanakan kajian dengan judul “**Dampak Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Potong Tanaman Hias Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Jawa Timur**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perbedaan pendapatan petani bunga potong sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*?
2. Bagaimana pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan?
3. Bagaimana menyusun rancangan penyuluhan terkait peningkatan pendapatan dengan cara pemasaran *online*?

### **1.3 Tujuan**

1. Mengetahui perbedaan pendapatan petani bunga potong sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.
2. Menganalisis pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan.
3. Membuat rancangan penyuluhan terkait peningkatan pendapatan dengan cara pemasaran *online*.

### **1.4 Manfaat**

1. Bagi Penulis, penelitian ini merupakan salah satu bentuk solusi untuk pemecahan masalah yang dihadapi petani.
2. Bagi Petani, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman atau acuan untuk meningkatkan harga jual, pendapatan dan perluasan pasar konsumen.
3. Bagi Penyuluh atau Petugas Lapangan, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan materi untuk penyuluhan kedepannya.

4. Bagi Institusi Politeknik Pembangunan Pertanian Malang, hasil dari penelitian ini sebagai pembaharuan penyuluhan yang bermanfaat bagi masyarakat.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Wuisan (2017) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penggunaan *E-Commerce* Agribisnis Pada Pemasaran Bawang Merah dan Cabai Merah”. Tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis efisiensi pemasaran dari dua komoditas agribisnis yaitu cabai merah dan bawang merah melalui *platform* penjualan *online* serta menganalisis efisiensi pemasaran *platform e-commerce* melalui pendekatan perbandingan dengan pemasaran *non e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *judgemental sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan pertimbangan mengenai keadaan perusahaan serta prestasi yang telah diperoleh, *platform* Sikumis merupakan pelopor *platform e-commerce* agribisnis di Indonesia. Sampel yang digunakan sebanyak dua *platform e-commerce*, 20 responden konsumen, 12 responden petani mitra. Instrument pengambilan data pada penelitian ini ialah dengan wawancara juga menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini ialah dengan menggunakan *e-commerce* peluang mendapatkan pembeli lebih banyak dari pada membuka toko fisik karena area pemasaran tidak terbatas. Dengan hasil analisis nilai R/C rasio penjualan yaitu sebesar 1,13 per volume penjualan bawang merah dan cabai merah pada *platform e-commerce* lima kali sudah efisien.

Nabhani, et al (2015) melakukan penelitian dengan judul “*The Impact of Mobile Internet Adoption by Cocoa Farmers: A Case Study in Southern East Java, Indonesia*”. Tujuan penelitian ini ialah menguji dampak adopsi mobile internet oleh petani kakao dalam kinerja bisnis. Faktor utama diteliti dalam penelitian ini adalah kreativitas dan inovasi. Sampel penelitian terdiri dari 193 petani kakao di wilayah

Jawa Timur bagian selatan. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Kajian mengungkapkan bahwa kinerja bisnis secara signifikan dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi. Kreativitas dan inovasi diukur dengan pengembangan produk baru, proses baru, dan cara pemasaran baru, sementara kinerja bisnis diukur dengan peningkatan penjualan, peningkatan profitabilitas dan pangsa pasar. Penelitian ini memiliki keterbatasan bahwa generalisasi dari temuan terbatas pada lingkup geografis sampel.

Helmalia dan Afrinawati (2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang”. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui pengaruh pemasaran melalui *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel x terhadap variabel y. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan menggunakan kuesioner dan melakukan wawancara. Teknik pengambilan sampel ialah dengan teknik *sampling purposive* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Dengan jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 108 unit UMKM dan mengambil sampel sebanyak 52 UMKM. Hasil dari penelitian ini ialah pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM binaan RKB BNI Kota Padang bahwa variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y).

George K. Amoako (2012) melakukan penelitian dengan judul “*An Analysis of the Impact of Strategic Marketing on Profitability of Rural Banks – A Case Study of Dangme Bank*”. Tujuan penelitian ini ialah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran strategis dalam kaitannya dengan profitabilitas di PT

perbankan pedesaan di Ghana. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Pendekatan *instrument* yang dilakukan ialah dengan menggunakan kuisisioner dengan sampel sebanyak 40 orang dengan pembagian 20 pelanggan dan 20 staff perbankan. Metode analisis yang digunakan dengan menggunakan regresi linear dengan variabel (x) yaitu strategi pemasaran dan variabel (y) ialah keuntungan. Hasil dari penelitian ini ialah strategi pemasaran sangat mempengaruhi variabel keuntungan.

Hwei Cheng Wang (2011) melakukan penelitian dengan judul "*The Impact Of Internet Marketing On Profitability*". Penelitian ini menguji apakah *internet marketing* menjadi saluran pemasaran populer atau menjadi saluran pemasaran utama untuk perusahaan di masa depan, dengan melakukan perbandingan antara melakukan pemasaran *online* dan pemasaran *offline*. Teknik analisis yang digunakan ialah dengan menggunakan Uji T test dengan variabel dependen (x) margin laba kotor, margin laba bersih, *ROE-Return on Equity*, *ROA-Return on Asset*, dan *ROS-Return on Sales*. Serta variabel (y) ialah keuntungan dan pendapatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara pemasaran *online* dan pemasaran *offline*. Temuan menyarankan bahwa manajer, investor, dan pembuat keputusan harus yakin untuk memilih saluran pemasaran yang tepat untuk memastikan keuntungan untuk tujuan perbandingan ketika memeriksa rasio ini.

Pergiwati pada tahun 2013 yang berjudul "Efektifitas Situs Pemasaran *Online* bagi Penjual". Tujuan penelitian ini ialah mengetahui efektifitas situs pemasaran *online* bagi penjual jika ditinjau dari member aktif TokoBagus.com. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner. Hasil studi menunjukkan bahwa situs pemasaran *online* sangat efektif bagi penjual jika dilihat dari perspektif member aktif TokoBagus.com. hal ini dikarenakan situs TokoBagus.com saat ini

menjadi situs jual-beli nomor satu di Indonesia dengan prestasi – prestasi yang diraih TokoBagus.com mampu berhasil menembus jumlah member aktif hingga dua juta lima ratus ribu orang lebih sejak didirikan delapan tahun silam dan lebih dari seratus ribu pengunjung setiap harinya. Dengan kata lain fakta-fakta tersebut membuktikan situs pemasaran *online* cukup efektif bagi penjual.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa kesamaan dengan beberapa penelitian diatas, antara lain pada teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran kuesioner, selanjutnya adalah metode analisis data berupa analisis regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik. Selain itu juga terletak pada beberapa variabel yang digunakan seperti variabel pemasaran *online*. Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah perbedaan pada lokasi, sasaran dan waktu penelitian. Selain itu perbedaan juga terletak pada topik penelitian yang diteliti.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Dampak**

Dampak menurut Gorys Kerap dalam Otto Soemarwoto (2009), adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif maupun negatif. Sedangkan menurut Otto Soemarwoto (2009), menyatakan dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik maupun biologi dan aktifitas dapat pula dilakukan oleh manusia

Dampak menurut JE. Hosio (2007), adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan. Berdasarkan pengertian tersebut maka dampak merupakan suatu perubahan yang nyata akibat dari

keluarnya kebijakan terhadap sikap dan tingkah laku. Sedangkan menurut Irfan Islamy (2001), dampak kebijakan adalah akibat-akibat dan konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkan dengan dilaksanakannya kebijakan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa dampak adalah pengaruh atau suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat dari suatu aktivitas atau tindakan yang dilaksanakan sebelumnya yang merupakan konsekuensi dari dilaksanakannya suatu kebijakan sehingga akan membawa perubahan baik positif maupun negatif. Terkait dengan masalah pada penelitian ini maka dampak pada penelitian ini adalah suatu perubahan yang terjadi akibat dari penerapan pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong tanaman hias di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

### **2.2.2 Bunga Potong Tanaman Hias**

Tanaman hias merupakan bagian dari hortikultur non pangan yang digolongkan dalam florikultur. Florikultur adalah cabang ilmu hortikultura yang mempelajari tanaman hias sebagai bunga potong, daun potong, tanaman pot atau tanaman penghias taman. Komoditi ini dibudidayakan dalam kehidupan sehari-hari untuk dinikmati keindahannya (Lakitan, 1995). Menurut Sudarmono (1997), tanaman hias didefinisikan sebagai jenis tanaman tertentu baik yang berasal dari tanaman daun dan tanaman bunga yang dapat ditata untuk memperindah lingkungan sehingga suasana menjadi lebih artistik dan menarik.

Ashari (1995) menyatakan bahwa industri tanaman hias meliputi budidaya tanaman dalam pot, bunga potong, daun potong dan tanaman hias lainnya yang kebanyakan dilakukan di areal tertentu seperti rumah kaca. Keindahan tanaman tersebut dapat dipancarkan dari keseluruhan tajuk tanaman juga bentuk, warna bunga dan kerangka tanaman. Definisi lain dari tanaman hias dikemukakan oleh

(Rahardi, 1997) yang menyatakan bahwa tanaman hias meliputi tanaman pot, bunga potong, kaktus, bonsai dan tanaman hidroponik.

Bunga potong tanaman hias merupakan tanaman hortikultur non pangan, berbeda dengan sayur-sayuran atau buah-buahan, tanaman ini dibudidayakan untuk dinikmati keindahannya atau nilai estetikanya. Keindahan tanaman hias dapat dinikmati dengan cara menghadirkan tanaman tersebut secara utuh di lingkungan permukiman, misalnya dengan menanam tanaman hias tersebut di halaman rumah atau taman-taman umum. Tanaman hias selain ditanam langsung di tanah juga dapat ditanam dalam pot. Dengan demikian, panen tanaman hias dapat dilakukan secara fisik atau non fisik dengan menikmati keindahannya (Lakitan, 1995).

### **2.2.3 Karakteristik Bunga Potong Mawar**

Menurut Rukmana (1995) mawar merupakan bunga hias berupa herba dengan batang berduri yang mempunyai klasifikasi: *Kingdom : Plantae*

*Divisio* : *Spermatophyta*

*Subdivisio* : *Angiospermae*

*Class* : *Magnoliopsida*

*Ordo* : *Rosales*

*Familia* : *Rosaceae*

*Genus* : *Rosa*

*Spesies* : *Rosa sp*

Selanjutnya menurut Lakitan (1994), mawar adalah semak dari genus *Rosa*. Menurut Prihmantoro (1997), batang bunga mawar pada umumnya memiliki duri berbentuk seperti pengait yang berfungsi sebagai pegangan sewaktu memanjat tumbuhan lain. Walaupun jarang ditemui, tinggi tanaman mawar yang merambat di tanaman bisa mencapai 20 meter lebih.

Menurut Fisher dan Peter (1984), angin tidak mempengaruhi pertumbuhan bunga mawar, tetapi curah hujan perlu bagi pertumbuhan bunga mawar, dan jumlah curah hujan yang baik adalah 1500 – 3000 mm / tahun. Mawar memerlukan sinar matahari 5 – 6 jam per hari. Di daerah yang cukup sinar matahari, mawar akan rajin dan lebih cepat berbunga serta berbatang kokoh. Sinar matahari pagi lebih baik dari pada sinar matahari sore. Tanaman mawar mempunyai daya adaptasi sangat luas terhadap lingkungan hidup (tumbuh), dan dapat ditanam di daerah beriklim sub-tropis (dingin) maupun di daerah tropis (panas). Suhu udara yang baik adalah 18 – 25 °C dengan kelembaban udara 70 – 80 %.

Derajat keasaman tanah yang ideal adalah pH = 5,5 – 7,0. Pada tanah asam (pH = 5,8) perlu dilakukan pengapuran dengan kapur dolomit, Calcit ataupun Zeagro, dengan dosis 4 – 5 ton / hektar. Pemberian kapur bertujuan untuk menaikkan pH tanah, menambah unsur-unsur Ca dan Mg, memperbaiki kehidupan mikroorganisme, memperbaiki bintil – bintil akar, mengurangi keracunan Fe, Mn, dan Al, serta menambah ketersediaan unsur-unsur P dan Mo. Tanah berpori-pori sangat dibutuhkan oleh akar mawar (Fahn, 1991).

Mawar dapat dijangkiti beberapa penyakit, seperti karat daun, yang merupakan penyakit paling serius. Penyebabnya adalah cendawan *Phragmidium mucronatum* yang menyebabkan kerontokan daun. Penyakit yang tidak begitu berbahaya, misalnya Tepung Mildew, disebabkan cendawan *Sphaerotheca pannosa*, sedangkan penyakit Bercak Hitam yang ditandai timbulnya bercak-bercak hitam pada daun disebabkan oleh cendawan *Diplocarpon rosae*. Mawar juga merupakan makanan bagi larva beberapa spesies *Lepidoptera* (Wikipedia, 2015).

Ciri dan umur tanaman berbunga ciri-ciri bunga mawar siap dipetik (dipanen) untuk tujuan sebagai bunga potong ialah kuntum bunganya belum mekar penuh dan berukuran normal. Untuk tujuan bunga tabur pemetikan bunga

pada stadium setelah mekar penuh. Waktu panen yang ideal adalah pagi atau sore hari (saat suhu udara dan penguapan air tidak terlalu tinggi). Di beberapa sentra produsen bunga potong melakukan pemetikan bunga mawar pada malam hari.

Cara panen bunga mawar adalah dengan memotong tangkai bunga pada bagian dasar (pangkal) atau disertakan dengan beberapa tangkai daun. Alat pemotong bunga mawar dapat berupa pisau ataupun gunting pangkas yang tajam, bersih, dan steril. Tanaman bunga mawar dapat dipanen pada umur 4-5 bulan setelah tanam atau tergantung varietas dan kesuburan pertumbuhannya. Pemuangan ini akan produktif bertahun-tahun berkisar 3-5 tahun.

#### **2.2.4 Pemasaran**

Menurut (Kotler, 2008), pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai secara bebas dengan pihak lain. Pemasaran lebih menitik beratkan pada pengetahuan akan kebutuhan pelanggan dan upaya untuk memuaskan melalui atribut produk yang ditawarkan, karena kepuasan konsumen dipandang sebagai pusat pertumbuhan, laba dan keamanan eksistensi perusahaan.

Stanton dalam Sanim (2011) pemasaran adalah keseluruhan suatu sistem kegiatan usaha yang dimulai dari merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Pemasaran diartikan sebagai kegiatan mulai dari membuat produk, menyalurkan produk sehingga mudah diperoleh oleh pembeli dan selalu tersedia untuk konsumen. Pemasaran terdiri dari pembuatan, pengolahan, penyimpanan, transportasi, distribusi, mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen.

Menurut Swastha dan Basu DH (2001), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Penegertian tersebut dapat memberikan gambaran bahwa pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan kelompok dimana masing-masing pihak ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui proses menciptakan, menawarkan, dan pertukaran. Selain itu, pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan yang saling berhubungan satu dan yang lainnya, yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa kepada pembeli secara individual maupun kelompok pembeli.

Berdasarkan hubungan antara penjual dengan pembeli maka pemasaran dapat dibedakan menjadi pemasaran langsung (*offline*) dan pemasaran tidak langsung yaitu pemasaran menggunakan media internet (*online*).

### **2.2.5 Pemasaran *Online***

Pemasaran *online* adalah media yang digunakan untuk memasarkan produk atau jasa melalui internet. Pemasaran *online* juga digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran melalui internet dan *digital online*.

Andirfa (2009) mengatakan bahwa Pemasaran *online* merupakan bentuk usaha yang digunakan suatu perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki, serta dapat digunakan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui media internet. Bentuk pemasaran ini pada dasarnya merupakan situs publik yang sangat besar di jaringan komputer dengan berbagai tipe yang berbeda dan berasal dari berbagai negara di seluruh dunia kedalam suatu wadah informasi yang sangat besar.

Menurut Ahmadi (2013) pemasaran *online* terdiri atas 3 indikator yaitu:

- (1) Promosi *Online*
- (2) Jejaring sosial
- (3) Informasi melalui *website*

Menurut Karmawan (2014) pemasaran *online* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.

### **2.2.6 Pendapatan**

Menurut Pass, Christopher (1994) pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan lain sebagainya. Bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga/laba secara berurutan.

Begitu juga dengan yang dinyatakan Rahardja (2005) bahwa pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Dalam bentuk bukan uang yang diterima oleh seseorang misalnya berupa barang, tunjangan beras, dan sebagainya. Penerimaan yang diterima tersebut berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan dalam kegiatan usaha.

Menurut Lumintang (2013), tingkat pendapatan merupakan indikator yang menentukan tingkat kesejahteraan seseorang, sehingga tingkat pendapatan dapat menggambarkan bagaimana kemajuan ekonomi masyarakat. Pendapatan seseorang adalah hasil keuntungan hasil dari pembayaran faktor-faktor produksi yang diberikan kepada seseorang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangganya. Penerimaan sebagai hasil kali antara produksi dengan harga jual produk. Peningkatan pendapatan bergantung pada peningkatan hasil-hasil produksi dengan memaksimalkan penggunaan faktor-faktor inputnya.

### **2.2.7 Biaya Usaha Tani**

Biaya usaha tani dihitung berdasarkan jumlah nilai uang yang benar-benar dikeluarkan oleh petani untuk membiayai kegiatan usaha tani yang meliputi biaya sarana produksi, biaya tenaga kerja dan biaya lain-lain. Menurut Soekartawi (2006) biaya dalam usaha tani dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya relatif tetap, dan terus dikeluarkan meskipun tingkat produksi usahatani tinggi ataupun rendah, dengan kata lain jumlah biaya tetap tidak tergantung pada besarnya tingkat produksi.

Selain biaya tetap dan tidak tetap terdapat biaya implisit dan biaya eksplisit. Biaya implisit merupakan biaya yang secara ekonomis harus diperhitungkan sebagai biaya produksi, meskipun tidak dibayar dalam bentuk uang, misalnya upah tenaga kerja sendiri. Sedangkan biaya eksplisit merupakan biaya yang biasa dikeluarkan atau biaya yang dapat terhitung nilainya, misal biaya berupa baku untuk modal utama usaha.

Biaya total (*total cost*) merupakan biaya keseluruhan yang digunakan untuk menghasilkan. Biaya total dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$TC=VC+FC$$

Keterangan:

TC = Biaya usaha

VC = Biaya tidak tetap

FC = Biaya tetap.

### 2.2.8 Penerimaan Usaha Tani

Secara umum yang dimaksud dengan penerimaan suatu usaha adalah jumlah seluruh produksi, baik yang dipergunakan sendiri, yang dijual dan untuk kegunaan lainnya, dikalikan dengan harga persatuan pada waktu tertentu. Besarnya penerimaan adalah volume penjualan dikali harga jual, sedangkan keuntungan adalah balas jasa dari bekerjanya faktor produksi yang dihitung dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Soerkartiwi (2006), penerimaan adalah sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu baik dalam jangka waktu tertentu baik yang di jual maupun yang tidak dijual. Pendapatan bersih suatu usaha diukur dari imbalan yang diperoleh dari imbalan dari penggunaan faktor-faktor produksi. Sehingga pendapatan bersih merupakan selisih antara penerimaan kegiatan usaha dengan biaya produksi total yang dikeluarkan. Pada hakekatnya petani dalam menjalankan usaha tani mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya agar kebutuhan hidup dapat terpenuhi. Dalam perusahaan pertanian, pendapatan diperoleh dari kegiatan produksi yaitu berupa hasil produksi itu sendiri. Untuk menghasilkan produksi (*output*) diperlukan beberapa faktor produksi seperti modal, tanah dan tenaga kerja.

Menurut Soekartawi (2006), penerimaan usaha tani adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Pernyataan ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = Y \cdot Py$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total (*Total Revenue*) Bunga Potong (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

Y = Jumlah Produksi (*Quantity*) Bunga Potong (Tangkai/1000 m<sup>2</sup>)

Py = Harga (*Price*) Bunga Potong (Rp/Kg).

### 2.2.9 Pendapatan Usaha Tani

Pendapatan usaha tani merupakan selisih antara penerimaan dengan semua biaya (Kuheba, A. Jefier 2016). Analisis pendapatan usaha tani berfungsi untuk mengukur apakah kegiatan usahatani menguntungkan atau tidak. Oleh sebab itu, ukuran yang digunakan untuk menetapkan besarnya pendapatan yang diterima oleh petani adalah selisih antara penerimaan dengan jumlah biaya yang dikeluarkan (Taher, E.Anwar 2016).

Menurut Soekartawi (2006), perhitungan pendapatan usaha dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan

TR = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

### 2.2.10 Aspek Penyuluhan

#### a. Identifikasi Potensi Wilayah (IPW)

Identifikasi wilayah adalah kegiatan penggalan data dan informasi potensi wilayah (data primer dan sekunder) yang dilakukan secara partisipatif. Sedangkan potensi adalah semua sumber daya yang ada yang dapat digunakan dalam mengatasi masalah yang ada ataupun digunakan dalam upaya mencapai tujuan (peningkatan kesejahteraan petani). Dari pengertian diatas maka disimpulkan

bahwa identifikasi potensi wilayah adalah proses penggalian dan analisa data (masalah, potensi dan lain-lain) keadaan wilayah pertanian.

#### **b. Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Sasaran Penyuluhan**

Menurut Undang-Undang SP3K No.16 Tahun 2006, Penyuluhan pertanian, perikanan dan kehutanan adalah proses pembelajaran bagi pelaku utama serta pelaku usaha agar mereka mau dan mampu mendorong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan dan sumber daya lainnya, sebagai upaya untuk meningkatkan produktifitas, efisiensi usaha, pendapatan dan kesejahteraannya serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup. Penyuluhan pertanian adalah sistem pendidikan non formal bagi petani agar bertani lebih baik (*better farming*), berusahatani lebih menguntungkan (*better business*), hidup lebih sejahtera (*better living*) dan bermasyarakat lebih baik (*better community*) serta menjaga kelestarian lingkungannya (*better environment*).

Menurut Setiana (2005), menyatakan bahwa Fungsi penyuluhan pertanian adalah menjembatani kesenjangan antara praktik yang biasa dijalankan oleh para petani dengan pengetahuan dan teknologi yang selalu berkembang. Dengan demikian, proses penyuluhan dengan para penyuluhnya merupakan penghubung yang bersifat dua arah antara pengetahuan yang dibutuhkan petani dengan pengalaman baru yang terjadi di pihak para ahli dan kondisi nyata yang dialami petani.

Menurut Undang-Undang SP3K, tujuan penyuluhan pertanian adalah memberdayakan pelaku utama dan pelaku usaha dalam peningkatan kemampuan melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, penumbuhan motivasi, pengembangan potensi, pemberian peluang, peningkatan kesadaran dan pendampingan serta fasilitasi.

Pihak yang paling berhak memperoleh manfaat penyuluhan meliputi sasaran utama dan sasaran antara. Sasaran utama penyuluhan yaitu pelaku utama dan pelaku usaha. Sasaran antara penyuluhan yaitu pemangku kepentingan lainnya yang meliputi kelompok atau lembaga pemerhati pertanian, perikanan, dan kehutanan serta generasi muda dan tokoh masyarakat (UU SP3K, 2006).

Mardikanto (1993), menjelaskan bahwa penerima manfaat penyuluhan pertanian terdiri dari atas:

1. Pelaku utama, yang terdiri dari petani dan keluarganya.
2. Penentu kebijakan, yang terdiri dari aparat birokrasi pemerintah (eksekutif, legislative dan yudikatif ) sebagai perencana, pelaksana dan pengendali kebijakan pembangunan pertanian.
3. Pemangku kepentingan yang lain, yang mendukung/memperlancar kegiatan pembangunan pertanian

### **c. Materi Penyuluhan Pertanian**

Menurut UU SP3K, materi penyuluhan adalah bahan penyuluhan yang akan disampaikan oleh para penyuluh kepada pelaku utama dan pelaku usaha dalam berbagai bentuk yang meliputi informasi, teknologi, rekayasa sosial, manajemen, ekonomi, hukum dan kelestarian lingkup hidup. Selanjutnya dinyatakan bahwa materi penyuluhan dibuat berdasarkan kebutuhan dan kepentingan pelaku utama dan pelaku usaha dengan memperhatikan kemanfaatan dan kelestarian sumberdaya pertanian, perikanan dan kehutanan. Materi penyuluhan berisi unsur pengembangan sumberdaya manusia dan peningkatan modal sosial serta ilmu pengetahuan.

Materi penyuluhan adalah segala sesuatu yang disampaikan dalam penyuluhan pertanian. Dalam bahasa teknis penyuluhan, materi penyuluhan seringkali disebut sebagai informasi pertanian (suatu data/bahan yang diperlukan

penyuluh, petani-nelayan, dan masyarakat tani). Materi yang akan disampaikan harus disesuaikan dengan kebutuhan petani (Wastutiningsih, 2009).

Mardikanto (1993) menyebutkan bahwa sumber materi penyuluhan pertanian dapat dikelompokkan menjadi :

1. Sumber resmi dari instansi pemerintah, seperti :
  - a. Kementrian /dinas-dinas terkait
  - b. Lembaga penelitian dan pengembangan
  - c. Pusat-pusat pengkajian
  - d. Pusat-pusat informasi
  - e. Pengujian lokal yang dilaksanakan oleh penyuluh
2. Sumber resmi dari lembaga-lembaga swasta/lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dibidang penelitian, pengkajian dan penyebaran informasi
3. Pengalaman petani, baik pengalaman usahataniya sendiri atau hasil dari petak pengalaman yang dilakukan secara khusus dengan atau tanpa bimbingan penyuluhnya.
4. Sumber lain yang dapat dipercaya, misalnya : informasi pasar dari para produsen, perguruan tinggi dan lain-lain. Sehubungan dengan adanya beragam materi tersebut, maka kiranya perlu diingat bahwa :

#### **d. Media Penyuluhan Pertanian**

Menurut Gagne (1970), mengatakan bahwa media adalah berbagai jenis komponen dalam lingkungan sasaran yang dapat merangsang untuk belajar. Sedangkan penyuluhan berasal dari kata suluh yaitu sesuatu yang digunakan untuk memberi penerang. Jadi media penyuluhan adalah suatu benda yang dikemas sedemikian rupa untuk memudahkan penyampaian materi kepada sasaran, agar sasaran dapat menyerap pesan dengan mudah dan jelas.

Menurut Nurjasmira (2014) bahwa media penyuluhan sebagai unsur penting dalam pelaksanaan penyuluhan berfungsi memperjelas materi penyuluhan yang

akan disampaikan agar mudah diingat dan dipahami oleh masyarakat sasarnya. Media penyuluhan dalam hal ini merupakan alat-alat atau perlengkapan penyuluhan yang diperlukan untuk memperlancar proses mengajar selama kegiatan penyuluhan tersebut dilaksanakan.

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan media antara lain:

1. Tujuan perubahan yang akan dicapai oleh sasaran.
2. Karakteristik sasaran/peserta didik.
3. Strategi komunikasi.
4. Isi pesan.
5. Biaya dan karakteristik wilayah.

Syarat-syarat media yang baik yakni:

1. Sederhana, mudah dimengerti dan dikenal.
2. Mengemukakan ide baru.
3. Menarik perhatian.
4. Mengesankan ketelitian.
5. Menggunakan Bahasa yang mudah dipahami sasaran.
6. Mengajak sasaran untuk memperhatikan, mengingat, mencoba, menerima ide-ide yang dikemukakan.

Pengelompokan media penyuluhan menurut bentuknya terdiri dari:

1. Media cetak (brosur, leaflet, folder, surat kabar, majalah, bagan, diagram, sketsa, grafik dan poster).
2. Media audio (radio, kaset, CD, DVD, MP3, MP4, dll).
3. Media audio visual (televise, movie film, video/VCD/DVD, dll).
4. Media berupa benda sesungguhnya/tiruan (model, maket, specimen, benda sesungguhnya,

#### **e. Metode Penyuluhan Pertanian**

Menurut Permentan Nomor 52 Tahun 2009, Metoda Penyuluhan Pertanian adalah cara/teknik penyampaian materi penyuluhan oleh penyuluh pertanian kepada pelaku utama dan pelaku usaha agar mereka tahu, mau, dan mampu menolong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan, dan sumberdaya lainnya, sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan, dan kesejahteraannya, serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup.

Mardikanto (2009) mengemukakan bahwa prinsip metoda penyuluhan meliputi :

1. Pengembangan untuk berpikir kreatif.
2. Tempat yang paling baik adlah di tempat kegiatan penerima manfaat.
3. Setiap individu terkait dengan lingkungan sosialnya.
4. Ciptakan hubungan yang akrab dengan penerima manfaat.
5. Memberikan sesuatu untuk terjadinya perubahan.

Mardikanto (2009), mengenalkan tiga cara pendekatan dalam pemilihan metoda penyuluhan, yaitu yang didasarkan pada:

1. Media yang digunakan.
2. Sifat hubungan antara penyuluh dan penerima manfaatnya.
3. Pendekatan psikososial yang dikaitkan dengan tahapan adopsinya.

Ragam metode penyuluhan antara lain : Ceramah, demonstrasi, kunjungan rumah, atau tempat usaha, pameran, magang, pertemuan diskusi, pertemuan umum, temu karya, temu lapang, temu tugas, temu usaha dan temu wicara. Dalam penerapan metode penyuluhan pertanian dapat dilakukan langkah-langkah :

- a) Identifikasi dan analisis data yang dari sasaran, penyuluh danperengkapannya, keadaan daerah/wilayah dan kebijakan pembangunan.

- b) Menetapkan alternatif metode penyuluhan pertanian. Alternatif metode ini dapat didekati dengan penggolongan berdasarkan jumlah sasaran yaitu secara pendekatan massal, kelompok maupun perorangan. Untuk faktor ini juga tidak lepas dari pengalaman dan masa kerja / tugas penyuluh.
- c) Menetapkan metode penyuluhan pertanian. Penyuluh baru dapat memikirkan metode yang cocok dengan kondisi keadaan lapangan dan sasaran. Penetapan metode dapat satu jenis atau lebih / beberapa metode. Bila metode yang akan diterapkan lebih dari satu maka perlu dilakukan pengulangan, urutan atau kombinasi.

**f. Sinopsis dan Lembar Persiapan Menyuluh (LPM)**

Sinopsis materi penyuluhan adalah ringkasan dari materi penyuluhan yang akan disampaikan dalam pelaksanaan penyuluhan. Sinopsis materi penyuluhan berisi :

- a. Judul : ditulis dengan menggunakan kalimat singkat dan mudah dipahami yang menggambarkan inti dari materi.
- b. Bagian Awal : bagian ini berisi ringkasan latar belakang masalah “mengapa” sasaran perlu mengetahui materi tersebut.
- c. Bagian Utama : bagian utama berisi ringkasan gambaran isi materi “siapa”, apa, mengapa, kapan, dimana, bagaimana” menerapkan atau melaksanakan isi materi tersebut.
- d. Bagian Akhir : bagian ini berisi ringkasan implikasi (disugestikan) materi tersebut.

Tujuan dibuatnya sinopsis materi penyuluhan adalah :

- a. Untuk memberikan gambaran tentang masalah yang akan dibahas dan bagaimana memecahkan masalah tersebut
- b. Agar materi dapat disampaikan secara runtut

c. Bagi orang lain yang berkepentingan membacanya dapat mengetahui inti dari materi yang disampaikan

d. Sebagai bukti pelaksanaan kegiatan penyuluhan

Langkah-langkah membuat synopsis untuk menyampaikan ide atau gagasan adalah :

a. Pemetaan materi yang akan disampaikan

b. Sinopsis yang telah ditulis perlu disertai lembar-lembar presentasi detail gagasan sebagai pendukungnya

c. Siap menerima kritikan dan melakukan revisi (apabila dianggap perlu) bahkan mungkin merombak (*re-writing*)

d. Mempertimbangkan segi ekonomi

e. Siap mempresentasikan synopsis (Modul Pendidikan Dan Pelatihan Fungsional Penyuluh Pertanian, 2011)

Lembar Persiapan Menyuluh (LPM) dapat diartikan sebagai lembar yang memuat hal-hal pokok yang harus dipersiapkan dan dikerjakan saat berlangsungnya penyuluhan. Menurut Dandan H (2011) bahwa LPM adalah rencana desain kegiatan penyuluhan yang akan dilaksanakan untuk setiap kali sesi pertemuan.

Tujuan Penyusunan LPM sebagai berikut :

a. Agar memudahkan penyuluh dalam penyampaian Materi

b. Agar penyuluhan dapat berjalan lancar sesuai skenario waktu yang telah ditetapkan

c. Memudahkan dalam melakukan evaluasi baik pre-test maupun post-test

d. Memudahkan penyuluh dalam mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan pada kegiatan penyuluhan

e. Sebagai salah satu bukti pelaksanaan kegiatan penyuluhan

### **g. Evaluasi Penyuluhan**

Evaluasi adalah suatu tindakan untuk menilai (*to decide the value of*) sesuatu keadaan, peristiwa, atau kegiatan tertentu yang sedang diamati (Hornby dan Parnwell, 1972). Evaluasi kegiatan penyuluhan pertanian merupakan upaya penilaian atas sesuatu kegiatan oleh evaluator, melalui pengumpulan dan penganalisaan informasi secara sistematis mengenai; perencanaan, pelaksanaan, hasil dan dampak kegiatan untuk menilai relevansi, efektifitas, efisiensi pencapaian hasil kegiatan atau untuk perencanaan dan pengembangan selanjutnya dari suatu kegiatan. Evaluasi merupakan suatu proses untuk melakukan pengamatan atau pengumpulan fakta dan menggunakan beberapa standar atau kriteria pengamatan tertentu. Evaluasi dapat juga diartikan sebagai proses menilai sesuatu yang didasarkan pada kriteria atau tujuan yang telah ditetapkan, yang selanjutnya diikuti dengan pengambilan keputusan atas obyek yang dievaluasi.

Secara umum, pengertian evaluasi adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih di antara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan-harapan yang ingin diperoleh. Dalam pengertian yang lain, evaluasi adalah suatu proses yang sistematis untuk menentukan atau membuat keputusan, sampai sejauh mana tujuan program telah tercapai. Amos Neolaka (2017) yang mengemukakan bahwa pengertian evaluasi adalah penaksiran terhadap pertumbuhan dan kemajuan ke arah tujuan atau nilai-nilai yang telah ditetapkan.

Tujuan evaluasi penyuluhan pertanian sebagai berikut :

1. Untuk menentukan sejauh mana kegiatan penyuluhan pertanian dapat dicapai yang ditandai dengan perubahan perilaku petani yang menjadi sasaran didik dari kegiatan penyuluhan pertanian,
2. Didapat keterangan-keterangan dari lapangan yang dapat digunakan untuk penyesuaian program penyuluhan pertanian yang sedang berjalan,
3. Untuk mengukur keefektifan dari metode dan alat bantu yang digunakan dalam melaksanakan penyuluhan pertanian,
4. Untuk mendapatkan data laporan tentang hal-hal yang terjadi di lapangan,
5. Untuk memperoleh landasan bagi program penyuluhan pertanian,
6. Memberikan kepuasan bagi psikologis orang-orang yang terlibat di dalam program penyuluhan pertanian.

Menurut Mardikanto (2009), bahwa evaluasi merupakan kegiatan untuk menilau sesuatu keadaan, gejala, atau kegiatan-kegiatan tertentu, dengan menggunakan landasan-landasan tertentu. Kegiatan evaluasi harus memperhatikan prinsip-prinsip evaluasi yaitu :

1. Kegiatan evaluasi harus merupakan bagian integral yang tak terpisahkan dari kegiatan perencanaan program. Artinya, tujuan evaluasi harus elaras dengan tujuan yang ingin dicapai yang telah dinyatakan dalam perencanaan programnya. Sebab tujuan evaluasi adalah untuk melihat sampai seberapa jauh tujuan program telah dapat dicapai, dan seberapa jauh telah terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan program dibandingkan dengan perencanaannya.
2. Setiap evaluasi harus memenuhi persyaratan: a) Obyektif, artinya selalu berdasarkan pada fakta, b) Menggunakan pedoman tertentu yang telah dibakukan, c) menggunakan metoda pengumpulan data yang tepat dan teliti,

- d) menggunakan alat ukur yang tepat (*valid, sah*) dan dapat dipercaya (*teliti, reliable*).
3. Setiap evaluasi, harus menggunakan alat ukur yang berbeda untuk mengukur tujuan evaluasi yang berbeda pula.
  4. Evaluasi harus dinyatakan dalam bentuk: a) Data kuantitatif, agar dengan jelas dapat diketahui tingkat pencapaian tujuan dan tingkat penyimpangan pelaksanaan, b) Uraian kualitatif, agar dapat diketahui faktor-faktor: penentu keberhasilan, penyebab kegagalan, dan faktor penunjang serta penghambat keberhasilan tujuan program yang direncanakan.
  5. Evaluasi harus efektif dan efisien, artinya evaluasi harus menghasilkan temuan-temuan yang dapat dipakai untuk meningkatkan efektivitas (tercapainya tujuan) program, dan evaluasi harus mempertimbangkan ketersediaan sumber dayanya sehingga tidak terjebak pada kegiatan-kegiatan yang terlalu rinci, tetapi tidak banyak manfaatnya bagi tercapainya tujuan, melainkan harus dipusatkan kepada kegiatan-kegiatan yang strategis (memiliki dampak yang luas dan besar bagi tercapainya tujuan program).

#### **h. Jenis-jenis Evaluasi**

Azwar (2003) mengemukakan jenis-jenis evaluasi yang dapat dilaksanakan, antara lain:

- A) Evaluasi Formatif (*Formative Evaluation*) yaitu suatu bentuk evaluasi yang dilaksanakan pada tahap pengembangan program dan sebelum program dimulai. Evaluasi formatif ini menghasilkan informasi yang akan dipergunakan untuk mengembangkan program, agar program bisa lebih sesuai dengan situasi dan kondisi sasaran.
- B) Evaluasi Proses (*Process Evaluation*) adalah suatu proses yang memberikan gambaran tentang apa yang sedang berlangsung dalam suatu program dan

memastikan ada dan terjangkaunya elemen-elemen fisik dan struktural program.

- C) Evaluasi Sumatif (*Summative Evaluation*) adalah suatu evaluasi yang memberikan pernyataan efektifitas suatu program selama kurun waktu tertentu dan evaluasi ini menilai sesudah program tersebut berjalan.
- D) Evaluasi dampak program adalah suatu evaluasi yang menilai keseluruhan efektifitas program dalam menghasilkan target sasaran.
- E) Evaluasi hasil adalah suatu evaluasi yang menilai perubahan-perubahan atau perbaikan dalam hal morbiditas, mortalitas atau indikator status lainnya untuk sekelompok penduduk tertentu.

## **i. Pengetahuan**

### **1) Definisi Pengetahuan**

Menurut Sumantri (2001), pengetahuan pada hakikatnya merupakan segenap apa yang kita ketahui tentang suatu obyek tertentu, termasuk di dalamnya adalah ilmu, jadi ilmu merupakan bagian dari pengetahuan lainnya seperti seni dan agama. Pengetahuan merupakan khasanah kekayaan mental yang secara langsung atau tidak langsung turut memperkaya kehidupan kita. Menurut Notoatmodjo (2003) pengetahuan adalah hasil pengindraan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap obyek melalui indra yang dimilikinya seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Dengan sendirinya, pada waktu pengindraan sampai menghasilkan pengetahuan tersebut sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap obyek. Pada dasarnya pengetahuan terdiri dari sejumlah fakta dan teori yang memungkinkan seseorang dapat memahami suatu gejala dan memecahkan masalah yang dihadapi (Notoatmodjo, 2003).

## 2) Tingkatan Pengetahuan

Berdasarkan Notoatmodjo (2003) pengetahuan dapat dibagi menjadi 6 tingkatan, yaitu :

### a. Tahu (*Know*)

Tahu dapat diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk juga mengingat kembali suatu yang spesifik dari seluruh bagian yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima dengan cara menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan dan sebagainya.

### b. Memahami (*Comprehention*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang obyek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan obyek tersebut secara benar.

### c. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi ataupun kondisi sebenarnya menggunakan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip dan sebagainya.

### d. Analisis (*Analysis*)

Analisis merupakan suatu kemampuan untuk menjabarkan suatu materi ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam struktur organisasi tersebut. Sehingga masih ada kaitannya antara satu dengan yang lain yang ditunjukkan dengan menggambarkan, membedakan, mengelompokkan dan sebagainya.

### e. Sintesis (*Syntesis*)

Sintesis diartikan sebagai suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan, sehingga dapat dikatakan bahwa sintesis merupakan kemampuan menyusun formulasi baru menggunakan formulasi yang telah ada.

f. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi erat kaitannya dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu berdasarkan suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

**3) Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Menurut Notoatmodjo (2003) pengetahuan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

a. Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka dia akan lebih mudah dalam menerima hal-hal baru sehingga akan lebih mudah pula untuk menerima dan menyelesaikan hal-hal baru tersebut.

b. Umur

Makin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada umur tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak secepat seperti ketika berumur belasan tahun. Daya ingat seseorang itu salah satunya dipengaruhi oleh umur. Maka dapat kita simpulkan bahwa bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada penambahan pengetahuan yang diperolehnya, akan tetapi pada umur tertentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pengetahuan akan berkurang.

c. Akses Informasi

Seseorang yang memiliki sumber informasi yang beragam akan lebih banyak memberikan pengetahuan bagi dirinya secara lebih jelas.

d. Budaya

Budaya sangat berpengaruh terhadap pengetahuan seseorang, karena informasi-informasi baru akan disaring kesesuaiannya dengan kebudayaan

lokal yang dianut. Sosial budaya mempunyai pengaruh pada pengetahuan seseorang. Seseorang memperoleh suatu kebudayaan dalam hubungannya dengan orang lain, karena hubungan ini seseorang mengalami suatu proses belajar dan memperoleh suatu pengetahuan.

e. Pengalaman

Pengalaman dalam konteks ini berkaitan dengan umur dan tingkat pendidikan individu. Pendidikan individu yang tinggi serta umur yang semakin bertambah akan menunjukkan pengalaman yang semakin banyak.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur. Alasan dari pemilihan lokasi dan ketertarikan peneliti untuk penelitian pada petani bunga potong mawar ini adalah dikarenakan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji ini menjadi sentra produksi bunga potong mawar dan Kota Batu memiliki program *Smart City* yang membuat sebuah aplikasi Among Tani yang berfungsi sebagai alat pemasaran produk-produk pertanian dari petani langsung kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan judul penelitian yaitu Dampak Pemasaran *Online* Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Potong Tanaman Hias Di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Sedangkan pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan April sampai dengan Juli 2020.

### **3.2 Metode Kajian**

#### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif karena menggunakan angka untuk menguji teori, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Sebelum melakukan pengujian hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini, terlebih dahulu diperlukan data-data yang relevan. Tujuan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif adalah untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic kemudian dideskripsikan secara deduksi yang berangkat dari teori-teori umum.

### 3.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:80). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh petani bunga potong mawar yang tercantum dalam RDKK dan Data Pengguna Aplikasi Among Tani di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Menurut data pengguna aplikasi Among Tani petani yang terdaftar ialah petani yang tercantum dalam RDKK sehingga didapatkan jumlah populasi pada penelitian ini ialah sebanyak 240 petani bunga potong mawar.

Menurut Sugiyono (2012:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dengan demikian jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = Nilai Kritis kelonggaran untuk ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel (%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 240 petani bunga potong mawar. Nilai kritis yang digunakan dalam rumus diatas adalah 10% (e=10%). Maka perhitungan sampel berdasarkan rumus diatas adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{240}{1 + \{240 \times (0,1)^2\}}$$

$$n = \frac{240}{3,4}$$

$$n = 70$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 responden petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji. Penentuan dalam penelitian ini yaitu dengan cara *simple random sampling* atau sampel acak. Sampel acak adalah penentuan sampel dengan setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel untuk mewakili seluruh populasi. (Nasution. 2009). Kerangka sampling dapat dilihat pada lampiran 1.

### 3.2.3 Variabel Penelitian

Menurut Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang dari suatu nilai yang berbeda (*different values*) akan dipelajari oleh peneliti. Adapun beberapa variabel dari penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut :

- a. Variabel independen (variabel bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan variabel dependen (terikat). Variabel bebas dari penelitian ini, yaitu Pemasaran *Online* (X). Pemasaran *online* merupakan bentuk usaha yang digunakan suatu perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki, serta dapat digunakan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui media internet. Menurut Ahmadi (2013) pemasaran *online* terdiri atas 3 indikator yaitu Promosi *Online*, jejaring sosial, dan Informasi melalui *website*.
- b. Variabel dependen (variabel terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel terikat. Variabel terikat dari penelitian ini, yaitu

peningkatan pendapatan. Pendapatan adalah hasil dari pengurangan penerimaan dan biaya produksi.

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Hal ini agar peneliti mengetahui terkait variabel yang diukur dan bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner ini digunakan untuk jumlah responden yang cukup banyak dan pada wilayah tertentu. Untuk memperoleh informasi yang mendalam peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara atau interview kepada responden.

### 3.2.5 Analisis Data

#### 1. Analisis Pendapatan Usaha Tani

Digunakan untuk melihat pendapatan petani bunga potong mawar secara jelas, dapat dianalisis dengan menggunakan pendapatan total usaha bunga potong mawar dengan pengeluaran total usaha tani bunga mawar pada satu kali musim tanam (Soekartawi,2016) dengan rumus sebagai berikut.

Untuk menganalisis pendapatan usaha tani bunga potong mawar sebelum menggunakan pemasaran *online* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TC_1 = FC_1 + VC_1$$

$$TR_1 = Y_1 \cdot Py_1$$

$$Pd_1 = TR_1 - TC_1$$

Keterangan :

$TC_1$  = Biaya total (*total cost*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$FC_1$  = Biaya Tetap (*fixed cost*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$VC_1$  = Biaya tidak tetap (*variable cost*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$TR_1$  = Penerimaan total (*total revenue*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$Y_1$  = Jumlah Produksi (*quantity*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$Py_1$  = Harga produksi (*price*) bunga potong mawar (Rp/Kg)

Untuk menganalisis pendapatan usaha tani bunga potong mawar sesudah menggunakan pemasaran *online* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TC_2 = FC_2 + VC_2$$

$$TR_2 = Y_2 \cdot Py_2$$

$$Pd_2 = TR_2 - TC_2$$

Keterangan :

$TC_2$  = Biaya total (*total cost*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$FC_2$  = Biaya Tetap (*fixed cost*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$VC_2$  = Biaya tidak tetap (*variable cost*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$TR_2$  = Penerimaan total (*total revenue*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$Y_2$  = Jumlah Produksi (*quantity*) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)

$Py_2$  = Harga produksi (*price*) bunga potong mawar (Rp/Kg)

## 2. Uji *Paired Sample T-test*

Uji *Paired Sample T-test* digunakan untuk mengetahui perbedaan pendapatan petani sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*. Uji *Paired Sample T-test* bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara dua data dari sampel yang sama (Santoso, 2010). Hipotesis yang digunakan adalah:

- a.  $H_0 : \mu\pi_1 - \mu\pi_2 = 0$ , yang artinya tidak terdapat perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.
- b.  $H_1 : \mu\pi_1 - \mu\pi_2 \neq 0$ , yang artinya terdapat perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.

Kesimpulan dari uji *Paired Sample T-test* didapat dari signifikansinya, jika nilainya signifikan ( $< 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan sebaliknya (Yusri, 2016). Analisis dengan uji *paired sample t-test* menggunakan *software* SPSS 20.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier. Menurut (Utomo 2017) terdapat 3 (tiga) uji yang dilakukan dalam uji asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian data apakah sebaran data memiliki distribusi normal atau tidak dalam model regresi linier. Menurut Huyspens (2016) pengujian normalitas berfungsi untuk menguji normalitas distribusi data yang dapat dilakukan pada analisis statistik parametrik, asumsi variabel terkait untuk setiap variabel bebas. Asumsi tersebut ditunjukkan dengan nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik digunakan merupakan model regresi dengan distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Jika nilai signifikansi  $> 0,10$  dinyatakan berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesamaan maupun ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lain. Apabila residualnya bervariasi sama maka terjadi homoheteroskedastisitas dan jika variannya berbeda terjadi heteroskedastisitas (Liaboya dan Izien 2016). Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas merupakan model regresi yang ideal. Pengujian tidak terjadinya heteroskedastisitas dinyatakan dengan nilai Sig  $> 0,10$ .

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier memiliki korelasi kesalahan berdasarkan waktu (apakah waktu sebelumnya memiliki korelasi dengan waktu sekarang). Uji autokorelasi menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode waktu  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ . Apabila terjadi korelasi disebut *problem* autokorelasi (Fachi 2019). Model regresi yang terbebas dari autokorelasi merupakan model regresi yang ideal.

**4. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Analisis Regresi Linier Sederhana (Simple Regression Analysis) digunakan untuk memprediksikan berapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen berubah-ubah atau naik turun (Sugiyono,2013). Analisis uji regresi linier sederhana menggunakan *software* SPSS 20. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + \beta X + e$$

Keterangan :

Y = Return Saham

a = Konstanta

$\beta$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen

X = EVA (*Economic Value Added*)

e = Kesalahan dalam memprediksi nilai Y, diberi nilai X (tidak ditampilkan dalam kebanyakan persamaan regresi)

Adapun hipotesis dalam penelitian ini ialah studi pengaruh variabel pemasaran *online* terhadap variabel Pendapatan ialah:

- $H_0$  = Pemasaran *online* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong tanaman hias mawar
- $H_1$  = Pemasaran *online* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong tanaman hias mawar

## 5. Uji Kelayakan Model Regresi Sederhana

### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat kelayakan penelitian, dengan ditunjukkan pada perubahan variabel independen pemasaran *online* diikuti oleh variabel dependen peningkatan pendapatan. Dilakukan dengan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai  $R^2$  mendekati 0 berarti sedikit sekali variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen. Nilai  $R^2$  berada diantara 0 dan 1. Apabila  $R^2$  bernilai sama dengan 0 maka menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen.

### b. Analisis Koefisien Regresi (Uji T)

Uji T merupakan pengujian untuk mengetahui parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diperkirakan mengestimasi apakah persamaan model regresi linear sederhana merupakan parameter yang tepat atau tidak. Nilai signifikansi < 0,05 dikatakan berpengaruh dan nilai signifikansi > 0,05 dinyatakan tidak berpengaruh.

### 3.2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian disesuaikan dengan rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perbedaan pendapatan petani bunga potong sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*?

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan pendapatan petani bunga potong antara sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.

$H_1$  : Terdapat perbedaan pendapatan petani bunga potong antara sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.

2. Bagaimana pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan?

$H_0$  : Pemasaran *online* tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan.

$H_1$  : Pemasaran *online* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan.

### **3.3 Metode Perancangan Penyuluhan**

#### **3.3.1 Tujuan Penyuluhan**

Penetapan tujuan penyuluhan pertanian dilaksanakan untuk meningkatkan pengetahuan petani bunga potong mawar mengenai penggunaan pemasaran *online* yang dapat meningkatkan harga jual dan pendapatan petani di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Jawa Timur.

#### **3.3.2 Sasaran Penyuluhan**

Penetapan sasaran penyuluhan yaitu petani bunga potong mawar. Petani bunga potong mawar yang bertempat tinggal di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji kota Batu Jawa Timur.

#### **3.3.3 Materi Penyuluhan**

Penetapan materi penyuluhan pertanian dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik sasaran agar materi penyuluhan dapat mudah dipahami dan diimplementasikan dalam kehidupan sasaran penyuluhan. Materi penyuluhan yang diangkat tentang pemasaran *online*, diharapkan dengan adanya penyuluhan tersebut petani akan mampu menggunakan dan mengoptimalkan pemasaran *online* pada usaha tani sendiri.

### **3.3.4 Metode Penyuluhan**

Penetapan metode penyuluhan menyesuaikan dengan keadaan sasaran petani bunga potong mawar. Metode penyuluhan dipilih berdasarkan matriks keadaan sasaran penyuluhan dan matriks pemilihan metode, dimana disesuaikan dengan keadaan sasaran penyuluhan agar penyuluhan terlaksana efektif dan efisien. Proses komunikasi terjadi timbal balik dari pemateri maupun sasaran penyuluhan, penyuluhan akan lebih terasa santai dan tidak kaku. Penyuluhan bersifat partisipatif dan diskusi dengan menggunakan pemasaran *online* kemudian apa saja permasalahan yang dapat dibantu penyelesaiannya dengan penyuluhan.

### **3.4 Metode Implementasi**

#### **3.4.1 Pelaksanaan Penyuluhan**

Pelaksanaan penyuluhan pertanian dilaksanakan pada bulan Juli 2020 setelah pelaksanaan penelitian selesai di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penyuluhan dilakukan setelah pengumpulan data dan analisis data selesai sehingga hasil kajian dapat menjadi acuan pemateri penyuluhan.

### **3.5 Metode Evaluasi Rancangan**

#### **3.5.1 Menentukan Metode Evaluasi**

Evaluasi adalah kemampuan seseorang dalam menilai suatu materi atau objek yang didasarkan pada kriteria tertentu. Diukur dengan menggunakan kuesioner dengan mengukur tingkat pengetahuan sebelum adanya penyuluhan (*Pre Test*) dan sesudah diberikan penyuluhan (*Post Test*). Sebelum dilakukan penyebaran, kuesioner dilakukan pengujian dengan menggunakan teknik uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS 20.

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan cara untuk memperoleh informasi yang dilaksanakan dengan melakukan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen yang digunakan sebagai alat bantu dalam rangka penilaian hasil penyuluhan yang dilakukan. Kuesioner ini berguna untuk pengetahuan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

2. Variabel Evaluasi dan Instrumen Evaluasi

Evaluasi ini menggunakan variabel Pengetahuan. Variabel tersebut digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan penyuluhan yang dilaksanakan. Untuk mengukur pengetahuan dan digunakan kuisisioner, dengan skala *guttman*. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat berdasarkan kisi-kisi instrumen, selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

a. Analisis Evaluasi Pengetahuan

Analisis tingkat pengetahuan dilakukan menggunakan skala *guttman* dengan variasi jawaban tahu (1) dan Tidak tahu (0). Selanjutnya, data yang telah ditabulasikan dihitung skor total dan persentase dari masing-masing petani dengan menggunakan rumus :

$$\text{Menemukan angka persentase} = \frac{\text{skor}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%$$

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan responden, dilakukan dengan membuat kelas interval pengetahuan yang dapat dilihat pada tabel 3.1 :

**Tabel 3.1. Kelas Interval Pengetahuan**

Kriteria	Kelas Interval (%)	Predikat
I	$\leq 60$	Kurang
II	60-75	Cukup
III	76-100	Baik

Sumber : Arikunto, 2006

Evaluasi pengetahuan dilakukan menggunakan metode pre test dan post test dengan maksud untuk mengukur seberapa besar peningkatan pengetahuan petani. Rumus yang digunakan ialah :

$$\text{Skor akhir} = \text{Skor Post Test} - \text{Skor Pre Test}$$

### 3. Rekapitulasi dan Tabulasi Data

Jawaban responden pada kuisisioner yang telah dijawab dan terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan sub bab dalam bentuk matriks yang terdiri dari data responden dan jawaban berdasarkan sub bab kuisisioner. Pengelompokan ini bertujuan untuk mempermudah evaluator dalam menganalisis data yang akan dilakukan.

### 4. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis data kuantitatif. Analisa ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan data tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan yang diungkapkan dengan skor nilai. Untuk analisis data pengukuran pengetahuan menggunakan skala pengukuran Guttman, dimana setiap jawaban benar diberi nilai 1 dan setiap jawaban salah diberi nilai 0.

## **BAB IV HASIL KAJIAN**

### **4.1 Identifikasi Potensi Wilayah**

#### **a) Kondisi Geografis Desa Gunungsari**

Desa Gunungsari terletak di Kecamatan Bumiaji Kota Batu, pada ketinggian 1000 mdpl, dengan dominasi penggunaan pertanian, perkebunan, tegalan dan hutan milik perhutani, Luas wilayah Desa Gunungsari yaitu 688,43 Ha. Secara administratif berikut merupakan batas wilayah Desa Gunungsari sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Puntan  
Sebelah Timur : Desa Sidomulyo  
Sebelah Selatan : Desa Sumberejo  
Sebelah Barat : Kabupaten Malang

Desa gunungsari terdiri dari 5 Dusun yaitu Dusun Brau, Dusun Pagergunung, Dusun Brumbung, Dusun Jantur dan Dusun Kapru dan terdiri dari 10 RW dan 63 RT. Adapun kondisi geografis yang ada di Desa Gunungsari, dapat dilihat pada keterangan berikut ini :

- 1) Curah hujan : 30 mm
- 2) Jumlah bulan hujan : 5 bulan
- 3) Suhu rata-rata harian : 18 - 25<sup>0</sup> C
- 4) Tinggi tmpat : 1000 mdpl
- 5) Bentang wilayah : berbukit
- 6) Warna tanah : Hitam
- 7) Kedalaman tanah : 0,5 m

Untuk tata guna tanah dimanfaatkan oleh penduduk di Desa Gunungsari sebagai lapangan pekerjaan dan pemukiman. Menurut Data Profil Pemerintah

Desa Gunungsari, wilayah terluas dari desa ini adalah berupa hutan produksi yaitu seluas 3.244 ha. Adapun tanah penduduk yang terluas dimanfaatkan sebagai tegal / ladang pertanian yaitu seluas 134,385 ha, sedangkan pemanfaatan yang kedua sebagai irigasi teknis seluas 127,496 ha dan irigasi semi teknis seluas 6 ha. 65.433 ha lainnya dimanfaatkan penduduk sebagai pemukiman, 5 ha sebagai jalan, 1,122 ha sebagai lapangan dan 6,916 ha sebagai tanah kas desa. Sisa dari tanah ini kemudian dimanfaatkan sebagai tanah perkantoran atau pemerintahan seluas 0,701 ha dan 0,823 dimanfaatkan untuk kegiatan lainnya.

#### **b) Kondisi Penduduk**

Jumlah kepala keluarga secara keseluruhan adalah 1.813 kepala keluarga terbagi kedalam beberapa kriteria. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di tabel 4.1 berikut ini :

Tabel.4.1 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	3.452	50,5%
2	Perempuan	3.379	49,5%
	Jumlah	6831	100%

Sumber : data sekunder, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penduduk di desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji berjumlah 6.831 jiwa yang terdiri dari 3.452 laki-laki dan 3.379 perempuan dengan persentase masing masing 50,5% dan 49,5%. Berikut data jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Petani	940	17,20%
2	Pelajar/Mahasiswa	1.091	19,96%
3	Ibu Rumah Tangga	614	11,24%
4	Pedagang	35	0,64%
5	Transportasi	32	0,59%
6	Karyawan	73	1,34%
7	Pensiunan	16	0,29%
8	Guru	16	0,29%
9	Dosen	1	0,02%
10	Industri	21	0,38%
11	Polri	-	
12	TNI	3	0,05%
13	Konstruksi	-	
14	Perikanan	1	0,02%
15	Pembantu Rumah	9	0,16%
16	Perawat	1	0,02%
17	Peternak	8	0,15%
18	Sopir	8	0,15%
19	Tukang Batu	33	0,60%
20	Tukang Kayu	18	0,33%
21	Buruh tani	939	17,18%
22	Buruh Harian	-	
23	Pegawai Negeri	17	0,31%
24	Belum Kerja	931	17,04%
25	Lainnya	658	12,04%
Jumlah		5465	100%

Sumber : data sekunder, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa di desa Gunungsari di dominasi oleh pelajar/mahasiswa berjumlah 1.091 orang dengan persentase sebesar 19,1% dan juga pekerjaan sebagai petani berjumlah 940 orang dengan persentase 17,20% serta dapat dilihat banyak juga pekerjaan lainnya yang dilakukan para warga di desa Gunungsari kecamatan Bumiaji. Berikut data jumlah penduduk berdasarkan usia produktif pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Produktif

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Usia Produktif	4.374	63,7%
2	Usia Tidak Produktif	2.457	36,3%
	Jumlah	6.831	100%

Sumber : data sekunder, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa di desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu jumlah usia produktif sebanyak 4.374 dengan persentase sebesar 63,7% dan juga usia produktif yang berjumlah 2.457 dengan persentase sebesar 36,3%.

### c) Kondisi Keagamaan

Dalam bidang agama penduduk desa Gunungsari mayoritas memeluk agama Islam, sedangkan sebagian kecil yang lain memeluk agama Katholik dan Protestan. Menurut buku Data Profil Pemerintah Desa Gunungsari tahun 2011-2016 tercatat ada 6.825 penduduk yang beragama Islam, 5 penduduk beragama Katholik dan 1 orang penduduk beragama Protestan. Namun meskipun demikian warga Desa Gunungsari tetap rukun tanpa terjadi perselisihan yang serius di antara mereka, hal ini karena sikap saling toleransi dan menghormati di antara masyarakat yang sangat kuat.

Adapun kegiatan sosial keagamaan yang dilakukan oleh masyarakat Desa gunungsari secara rutin meliputi yasinan, diba'an, tahlilan, dan pengajian rutin yang diadakan organisasi masyarakat seperti IPNU dan IPPNU. Selain itu masyarakat juga sering mengadakan tasyakuran seperti peringatan hari besar Islam, tasyakuran pernikahan, dan peringatan hari kematian.

Berdasarkan berbagai kegiatan sosial keagamaan yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwasanya kondisi sosial keagamaan masyarakat Desa Gunungsari masih sangat kuat. Hal ini juga terbukti pula melalui banyaknya prosentasi masyarakat yang memeluk Agama Islam.

#### d) Kondisi Pendidikan

Menurut data Pemerintah Desa Gunungsari, penduduk Desa Gunungsari ditinjau dari segi pendidikannya mayoritas merupakan lulusan dari sekolah dasar atau sederajat, sebagian besar lain belum bersekolah, dan sebagian lainnya lulus dari SLTP. Adapun yang melanjutkan hingga tingkat SLTA dan perguruan tinggi hanya sekitar 6,2% saja. Berikut tabel 4.4 tingkat pendidikan Desa Gunungsari:

Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Gunungsari

No	Jenis Pendidikan	Jumlah
1	Belum Tamat SD/Sederajat	1.397
2	SD/Sederajat	3.639
3	SLTP	1.141
4	SLTA	405
5	D-1 / D-2	3
6	D-3	4
7	S-1	11
8	S-2	1
	Jumlah	6.831

Sumber : Data sekunder, 2020

#### e) Sarana Desa

##### 1. Sarana Pendidikan

Desa Gunungsari memiliki sarana pendidikan berupa sekolah-sekolah baik itu yang bersifat formal maupun nonformal. Adapun sekolah yang bersifat formal terdiri dari sekolah untuk anak usia dini (PAUD) sebanyak 5 buah, taman kanak-kanak sebanyak 4 buah, sekolah dasar sebanyak 4 buah, dan 1 buah Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama.

##### 2. Sarana Kesehatan

Adapun sarana kesehatan yang dimiliki oleh Desa Gunungsari meliputi Pusat Kesehatan Desa sebanyak 1 gedung, Posyandu 9 buah gedung, 2 orang bidan desa, 1 orang kader jumantik dan 2 orang dukun bayi terlatih.

### 3. Sarana dan Prasarana Ekonomi

Desa Gunungsari mempunyai sarana ekonomi berupa 1 buah Koperasi Wanita, 1 buah Badan Usaha Milik desa dan 4 buah Industri Rumah Tangga.

#### f) Pemetaan Kalender Musim Untuk Hasil Pertanian dan Peternakan

Kalender musim digunakan untuk mengkaji kegiatan dan keadaan yang terjadi berulang dalam kurun waktu tertentu biasanya periode 1 tahun contoh kajian hasil pertanian dan peternakan yang merupakan jenis usaha yang banyak dikembangkan penduduk desa Gunungsari . Manfaat kajian ini untuk mengetahui masalah dan potensi hasil produk pertanian dan peternakan.

Tabel 4.5 Kalender Musim Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Malang, 2019

No	Jenis Produk	Hasil	Bulan													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Bunga potong mawar	100.000 potong/hari														
2	Susu Sapi	6000 liter/hari														
3	Sayuran	3000 kg/hari														
4	Kelinci	500 ekor/hari														
5	Kambing	1000 ekor/bulan														
6	Sari apel	15 pax/hari														
7	Apel	100-200 ton/musim														
8	Jeruk	50 – 100 ton/musim														

Sumber : Data profil pemerintah Desa Gunungsari

Bunga potong mawar menjadi komoditi yang ditanam sepanjang tahun tanpa mengenal musim dengan rata-rata produksi 100.000 potong per hari dengan pemasaran melalui pedagang bunga dengan harga Rp 1500 /tangcai potong dengan area pemasaran Jakarta, Solo dan Malang. Untuk pasar wisatawan petik mawar menjadi suatu daya tarik wisata dengan memberi kebebasan wisatawan

untuk memetik bunga mawar dengan harga Rp 2500 per tangkai (potong). Masalah yang dihadapi petani mawar adalah biaya perawatan semakin mahal disisi lain harga mawar di pasar cenderung tetap.

Susu sapi merupakan salah satu komoditi andalan yang menjadi penopang kehidupan penduduk desa gunungsari dengan hasil produksi susu sapi rata-rata 5000-6000 per hari. Masalah yang dihadapi penduduk adalah harga susu sapi yang rendah sekitar Rp 4600/liter tidak sesuai ongkos produksi untuk makanan ternak sapi yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Berdasarkan potensi ternak sapi yang ada di Desa Gunungsari Batu, pengembangan produk turunan dari susu sapi seperti minuman susu yoghurt dan pembuatan keju dari susu sapi menjadi kebutuhan yang dapat dikembangkan sebagai solusi nilai tambah produk susu sapi untuk meningkatkan pendapatan peternak sapi. Hal ini juga menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan untuk melihat cara membuat yoghurt dan keju untuk meningkatkan kesejahteraan peternak sapi.

Sayuran yang terdiri dari wortel, kentang, sawi, tomat, cabai, kobis, prei, seledri, buncis, dan kapri, merupakan komoditas sayuran yang dihasilkan petani sayur di desa Gunungsari Batu. Hasil produksi sayuran rata-rata 3000 – 4000 kg/hari yang di pasarkan di pasar lokal Batu. Harga sayuran berfluktuasi sesuai dengan kondisi hasil panen, jika hasil panen melimpah harga cenderung turun, sedangkan jika hasil panen kurang baik cenderung harga sayuran naik. Petik sayuran merupakan salah satu potensi wisata yang telah dikembangkan petani sayur di desa Gunungsari Batu dengan mengajak wisatawan untuk memanen sayuran langsung dari kebun petani.

Kambing merupakan komoditas ternak yang dihasilkan oleh peternak kambing di desa Gunugsari Batu. Ternak kambing merupakan salah satu penopang kehidupan penduduk Gunungsari batu dengan rata-rata hasil produksi per bulan 1000 ekor/bulan.

Kelinci merupakan salah satu komoditas hasil peternakan di desa Gunungsari yang dikembangkan oleh sebagian penduduk untuk memenuhi permintaan daging kelinci yang tinggi di kota Batu. Permintaan daging kelinci dipengaruhi oleh perkembangan kuliner sate kelinci yang banyak ditemukan di kota Batu. Kemampuan produksi kelinci di desa Gunungsari rata-rata 500 ekor /hari.

Apel merupakan hasil produksi pertanian penduduk desa Gunungsari yang siklus panennya adalah musiman. Jenis apel yang dihasilkan adalah apel Manalagi dan apel Anna. Hasil produksi apel rata-rata 100 – 200 ton/ musim. Siklus panen apel adalah 6 bulan sekali. Pemasaran buah apel di pasar lokal Batu. Hasil turunan produk apel adalah minuman sari apel yang mulai dikembangkan oleh penduduk desa Gunungsari dengan hasil rata-rata 20 pax per hari. Petik apel juga menjadi potensi wisata yang saat ini dikembangkan petani apel di desa Gunungsari dengan harga Rp 30.000 per kg untuk hasil petik wisatawan

Jeruk merupakan hasil produksi pertanian yang dikembangkan oleh penduduk desa Gunungsari. Jenis yang dihasilkan oleh petani jeruk desa Gunungsari adalah jeruk keprok batu 55 dengan hasil produksi rata-rata 50 -100 ton /musim. Siklus panen jeruk dilakukan satu tahun sekali selama 2 bulan. Pemasaran buah jeruk dipasar lokal kota Batu.

#### **g) Kondisi Kelembagaan**

Kajian kelembagaan digunakan untuk melihat sejauh mana masalah dan potensi lembaga yang terdapat di desa Gunungsari dalam pengembangan desa wisata. Berikut lembaga desa yang aktif memfasilitasi kegiatan di Desa Gunungsari :

Tabel 4.6 Masalah dan Potensi Kelembagaan dalam Pengembangan Desa

No	Lembaga	Masalah	Potensi
1.	Pemerintah Desa dan BPD	Pemerintah desa masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan akses dan fasilitas wisata karena persoalan pembebasan lahan dan terbatasnya anggaran yang tersedia	Perangkat desa Lengkap Fasilitas tersedia Anggaran dana desa
2.	LPMD	Belum memiliki rencana strategis dan komprehensif dalam pengembangan desa wisata	Pengurus lengkap Tenaga pengurus potensial
3.	POKDARWIS	□ Kelompok sadar wisata (POKDARWIS) belum mengelola potensi wisata secara optimal karena kesibukan masing-masing anggota kelompok Dibutuhkan reorganisasi pengurus dan penguatan kembali kelompok untuk manajemen pengelolaan destinasi	Banyak anggota kelompok sadar wisata yang potensial
4.	RT dan RW	Belum memiliki usulan program dan kegiatan terkait pengembangan desa wisata dimasing-masing RT dan RW	Pengurus RT dan RW Lengkap SDM sangat potensial
5.	PKK	Belum memiliki rencana aksi dalam mendukung pengembangan desa wisata	Pengurus PKK Lengkap SDM pengurus potensial
6.	GAPOKTAN	Kegiatan gabungan kelompok tani (GAPOKTAN) masih sebatas sektor pertaniannya dan memerlukan penguatan kelompok untuk memadukan sektor pertanian dengan kegiatan pariwisata sebagai sektor unggulan wisata	Pengurus lengkap dan fasilitas tersedia SDM sangat Potensial

Sumber : Data profil pemerintah Desa Gunungsari

Kelompok tani merupakan kelembagaan yang beranggotakan petani dalam suatu wilayah dan dengan komoditas pertanian yang sama (Ayu Pratiwi, 2017). Dalam pembagian anggota kelompok tani bunga potong di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji Kota Batu dibagi kedalam 1 gabungan kelompok tani (GAPOKTAN) Gunungsari makmur dan 3 kelompok tani yaitu Kelompok Tani Makmur 1, Kelompok Tani Makmur 2 dan Kelompok Wanita Tani Gunungsari

## 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden diperoleh dari hasil instrument kuesioner mencakup usia, pendidikan, luas lahan, dan lama usaha tani. Responden dalam penelitian ini merupakan petani bunga potong mawar yang sudah pemasaran *online* di Desa Gunungsari Kecamatan Buimaji Kota Batu Jawa Timur yang berjumlah 240 orang. Pemilihan responden menggunakan rumus slovin sehingga didapatkan 70 orang sebagai responden penelitian di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Jawa Timur.

### 4.2.1 Responden Berdasarkan Usia

Umur responden dalam penelitian menggambarkan kematangan pemikiran petani dalam melakukan kegiatan usahatani. Umur dapat menjadi penentu respon responden dalam penerimaan teknologi baru dan bagaimana responden mengelola peluang usaha dalam bidang pertanian. Responden merupakan petani bunga potong mawar yang sudah menggunakan pemasaran *online*.

Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	25-35	11	16%
2	36-45	15	21%
3	46-55	22	31%
4	56-65	20	29%
5	66-75	2	3%
	Jumlah	70	100%

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa jumlah terbesar responden ialah pada interval 46-55 sebanyak 22 orang dengan persentase 31%. Ditinjau dari karakteristik responden berdasarkan usia, hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap pemilihan media yang akan digunakan pada saat penyuluhan.

#### 4.2.2 Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan merupakan proses yang harus dilalui seseorang untuk dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap seseorang. Semakin rendah pendidikan yang dimiliki responden penyerapan teknologi baru juga akan terlambat dikarenakan intelegensi daya pikir dan kemampuan kognitif yang rendah. Menurut pendapat hali tingkat pendidikan responden akan mempengaruhi kemampuan responden untuk menerima inovasi yang diberikan (Mardikanto, 2014). Distribusi responden berdasarkan pendidikannya tersaji dalam tabel 4.8 sebagai berikut :

Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD/Sederajat	18	26%
2	SMP/Sederajat	14	20%
3	SMA/Sederajat	26	37%
4	Peguruan Tinggi	12	17%
	Jumlah	70	100%

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa petani bunga potong mawar memperoleh pendidikan formal, sebagian besar masyarakat didominasi oleh lulusan SMA (Sekolah Menengah Atas) sejumlah 26 orang dengan persentase sebesar 37%. Responden lulusan SD (Sekolah Dasar) sebanyak 18 orang dengan persentase 26%, responden lulusan SMP (Sekolah Menengah Pertama) sebanyak 15 orang dengan persentase 20%, dan lulusan perguruan tinggi sebagai minoritas hanya sejumlah 12 orang dengan persentase 17%. Rendahnya pendidikan responden dengan usia produktif dapat berdampak pada rendahnya tingkat produktifitas kerja dan lambatnya penerimaan adopsi inovasi teknologi baru.

#### 4.2.3 Responden Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan

Keadaan luas lahan akan mempengaruhi tingkat produksi petani bunga potong. Untuk usahatani bunga potong petani biasanya tidak memerlukan lahan

yang luas seperti usahatani tanaman pangan. Pada lahan sekarang yang sempit saja tanaman bunga potong mawar sudah bisa dikembangkan. Luas lahan yang ditanami bunga potong mawar dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Jumlah Petani (orang)	Persentase (%)
100 - 500	13	19%
501 - 1000	34	49%
1001 - 1500	10	14%
1501 - 2000	13	19%
Jumlah	70	100%

Sumber: data diolah 2020

Dari Tabel 4.9 diperoleh data bahwa petani responden memiliki lahan yang relative sedang berkisar antara 501-1000 m<sup>2</sup>. Usahatani ini dapat dikembangkan pada lahan yang kecil karena jarak tanamnya hanya 5 x 5 cm.

#### 4.2.4 Responden Berdasarkan Lama Usaha Tani

Lama usaha tani merupakan lama waktu petani dalam menjalankan usahatani, semakin lama waktu yang dilalui maka semakin berpengalaman seseorang dalam kegiatan usahatani. Pengalaman diperoleh seseorang dari kegiatan sehari-hari atau kejadian yang pernah mereka alami sehingga menentukan pandangan seseorang dalam menyelesaikan masalah dan menghitung kebutuhan usahatani melalui pengalaman yang diperoleh.

Tabel 4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha Tani

No	Lama Usaha Tani	Jumlah	Persentase
1	1-10 Tahun	11	16%
2	11-20 Tahun	15	21%
3	21-30 Tahun	22	31%
4	>30 Tahun	22	31%
	Jumlah	70	100%

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa lama usaha tani yang dimiliki petani bunga potong mawar cukup beragam, dengan menggunakan

pebagian data dari instrument kuesioner yang diintervalkan. Distribusi responden berdasarkan lama usaha tani dibagi menjadi empat kategori responden dengan lama usaha tani selama 21-30 tahun dan diatas 30 tahun mendominasi sejumlah sama 22 orang dengan persentase sebesar 31%.

Menurut Anthony,dkk (2017) bahwa pengalaman responden sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pada setiap permasalahan usahataniya dan mempengaruhi daam penerimaan pengetahuan baru. Pengalaman menjadikan seseorang lebih memperhatikan secara seksama usaha tani yang dijalankan, sehingga kegiatan agribisnis yang dijalankan tidak mengalami kerugian.

#### 4.3 Kajian Produksi Sebelum dan Sesudah Menggunakan Pemasaran

##### **Online**

Produksi adalah proses menggunakan sumber daya untuk menghasilkan barang dan jasa. Kualitas dan kuantitas produk akan tergantung dari *input factor* yang digunakan akan menurunkan kualitas, dan kuantitas produksi. Usaha peningkatan produksi sekarang ini bukan lagi semata-mata untuk peningkatan kuantitas hasil panen, tetapi ditujukan kepada peningkatan pendapatan petani. Oleh sebab itu petani sekarang lebih berorientasi terhadap harga. Produksi yang meningkat tanpa didukung oleh tingkat harga yang menguntungkan maka tidak akan memberikan jaminan bagi peningkatan pendapatan usahatani.

Tabel 4.11 Rata-rata Luas Lahan, Rata-rata Produksi, dan Harga Bunga

##### Mawar

Sebelum Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>		
Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Produksi tangkai/1000m <sup>2</sup>	Harga (Rp)
1130	19.475	1500
Sesudah Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>		
Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Produksi tangkai/1000m <sup>2</sup>	Harga (Rp)
1130	19.475	2000

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, kajian produksi bunga potong mawar yang dikaji dalam penelitian ini ialah produksi dalam satu musim tanam atau dalam waktu 5 bulan dengan luasan 1000 m<sup>2</sup>, berdasarkan hasil penelitian luas lahan rata-rata petani bunga potong mawar di Desa Gunungari Kecamatan Bumiaji adalah 1130 m<sup>2</sup>, dengan rata-rata produksi dalam satu kali musim panen sebanyak 19.475 tangkai/1000 m<sup>2</sup>, dengan rata-rata harga sebelum menggunakan pemasaran *online* sebesar Rp. 1.500/tangkai, dan setelah menggunakan pemasaran *online* rata-rata harga jual menjadi naik menjadi Rp. 2000/tangkai, sebab dengan pemasaran *online* petani mampu menentukan harga jualnya sendiri kepada konsumen dan mampu menjual langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara tengkulak atau pemegang pasar konvensional.

#### 4.4 Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan petani untuk produksi selama satu musim proses produksi. Kajian biaya produksi bunga potong mawar yang dikaji dalam penelitian ini ialah biaya produksi dalam satu musim tanam atau dalam waktu 5 bulan dengan luasan 1000 m<sup>2</sup> Biaya produksi bunga potong dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4.12. Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Bunga Potong Mawar dalam Satu Kali Musim Panen.

Biaya Produksi	Usahatani Bunga Potong	
	Rp	%
<b>A. Biaya Tetap</b>		
Biaya Pajak Lahan	97.850	0,97%
Sewa Lahan	3.300.000	33%
Penyusutan alat dan bangunan	540.723	5,37%
<b>Jumlah Biaya Tetap</b>	<b>3.938.573</b>	<b>39,14%</b>

Sumber : data diolah 2020

Biaya Variabel	Usahatani Bunga Potong		
	Volume	Rp	%
Pupuk	88,3 Kg	1.014.335	10%
Pestisida Bubuk	80 Kg	1.078.678	11%
Pestisida Cair	40 L	565.678	6%
Tenaga Kerja	85,1 HOK	2.555.034	25%
Bibit	18200 Btg	Rp910.000	9%
<b>Jumlah Biaya Variabel</b>		<b>6.123.725</b>	<b>61%</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>		<b>10.062.298</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah 2020

Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa rata-rata total biaya produksi bunga potong mawar dalam satu musim seluas 1000 m<sup>2</sup> proses produksi yang digunakan pada usahatani bunga potong mawar untuk Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur sebesar Rp. 10.062.298.

#### 4.5 Kajian Pendapatan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Pemasaran *Online*

Kajian pendapatan bunga potong mawar sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran online yang dikaji dalam penelitian ini ialah pendapatan dalam satu musim tanam atau dalam waktu 5 bulan dengan luasan 1000 m<sup>2</sup>. Hasil pendapatan petani bunga potong dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini.

Tabel 4.13 Biaya produksi, penerimaan dan pendapatan

Uraian	Sebelum Pemasaran <i>Online</i>	Sesudah Pemasaran <i>Online</i>
Biaya Produksi (Rp)	Rp10.062.298	Rp10.062.298
Penerimaan (Rp)	Rp.29.212.500	Rp.38.950.000
Pendapatan (Rp)	Rp.19.153.202	Rp.28.887.702

Sumber : data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan petani sesudah menggunakan pemasaran online lebih besar dibandingkan dengan sebelum menggunakan pemasaran *Online*. Sesudah menggunakan pemasaran *Online* rata rata penerimaan petani sebesar Rp. 38.950.000 dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 28.887.702. Penerimaan maupun pendapatan

petani sesudah menggunakan pemasaran *Online* lebih tinggi dibanding sebelum menggunakan pemasaran *Online*. Hal tersebut terjadi karena sesudah menggunakan pemasaran *Online* sumber pendapatan petani bertambah, sebab bisa langsung memasarkan kepada pelanggan tanpa melalui perantara pasar ataupun tengkulak.

#### 4.6 Hasil Uji *Paired Sample T-test*

Berdasarkan uji *Paired Sample T-test* menggunakan aplikasi SPSS versi 20 dapat diketahui bahwa nilai *Sig. 2 tailed* uji perbedaan pendapatan petani sebelum menggunakan pemasaran *Online* dengan pendapatan petani sesudah menggunakan pemasaran *Online* sebesar 0,000 ( $<0,05$ ),  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil uji *Paired Sample T-test* menggunakan aplikasi SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Uji Paired Sample T Test

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Sebelum Pemasaran <i>Online</i> - Sesudah Pemasaran <i>Online</i>	-9743978,757	623378,507	74507,983	-9892618,115	-9595339,399	-130,778	69	,000

Sumber : data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan petani bunga potong sebelum menggunakan pemasaran *Online* dan sesudah menggunakan pemasaran *Online* sebab nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Perbedaan pendapatan tersebut dapat timbul karena setelah menggunakan pemasaran *Online*, sumber pendapatan petani juga bertambah, bukan hanya berasal dari hasil penjualan bunga ke pasar saja, melainkan juga dari hasil penjualan langsung ke konsumen sebab promosi yang mampu menjangkau konsumen secara langsung serta harga jual yang meningkat ketika penjualan

langsung menuju konsumen tanpa melalui perantara tengkulak dan pemegang pasar konvensional.

#### **4.7 Hasil Uji Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Peningkatan Pendapatan**

##### **4.7.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kajian**

Adapun hasil uji kuesioner untuk melihat pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 20 diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel peningkatan pendapatan (Y) dan pemasaran *Online* (X). Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah bivariante pearson (produk momen pearson) dengan taraf signifikansi 0,05 dilakukan dengan mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Kemudian nilai korelasi (r hitung) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r tabel). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel artinya variabel dapat dinyatakan valid. Nilai r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dengan uji satu arah dan sampel atau  $n=20$  adalah sebesar 0,4227. Hasil uji validitas menggunakan aplikasi SPSS 20 dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut.

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Instrument

No Soal	R Hitung	R Tabel	Df (N-2)	Keterangan
1	,488*	0,4227	18	Valid
2	,823**	0,4227	18	Valid
3	,823**	0,4227	18	Valid
4	,619**	0,4227	18	Valid
5	,881**	0,4227	18	Valid
6	,466*	0,4227	18	Valid
7	,604**	0,4227	18	Valid
8	,466*	0,4227	18	Valid
9	,624**	0,4227	18	Valid
10	,823**	0,4227	18	Valid
11	,823**	0,4227	18	Valid
12	,579**	0,4227	18	Valid
13	,687**	0,4227	18	Valid
14	,713**	0,4227	18	Valid
15	,615**	0,4227	18	Valid
16	,508*	0,4227	18	Valid
17	,713**	0,4227	18	Valid
18	,522*	0,4227	18	Valid
19	,811**	0,4227	18	Valid
20	,688**	0,4227	18	Valid
21	,687**	0,4227	18	Valid
22	,605**	0,4227	18	Valid
23	,881**	0,4227	18	Valid
24	,713**	0,4227	18	Valid

Sumber : data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dari hasil pengolahan data uji validitas diperoleh hasil r hitung > r tabel. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing butir pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel dinyatakan valid.

#### 4.7.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kajian

Uji reliabilitas kuesioner untuk melihat pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Croanbach Alpha* lebih besar dari r tabel. Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan menggunakan program SPSS versi 20. Adapun hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemasaran *Online*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,931	24

Dari hasil pengujian didapatkan perhitungan koefisien Croanbach Alpha variable pemasaran *online* di atas sebesar  $0,956 > 0,60$  dan  $0,850 > 0,60$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan baik dari variabel dependen maupun variabel independen adalah reliable atau dapat dipercaya.

### 4.7.3 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap normalitas kesalahan yang digunakan untuk melihat apakah setiap variabel bebas dan terikat berdistribusi normal atau tidak. Persamaan regresi yang dapat digunakan adalah model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data dapat dilakukan secara statistik, yaitu uji Kolmogorov-smirnov dan grafik normal probability plot.

Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dapat diperoleh dengan melihat nilai sig apabila nilai sig  $> 0,05$  maka dinyatakan data berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai sig  $< 0,05$  maka dinyatakan data tidak berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov-smirnov sebagai berikut :

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,37111247
	Absolute	,101
Most Extreme Differences	Positive	,091
	Negative	-,101
Kolmogorov-Smirnov Z		,849
Asymp. Sig. (2-tailed)		,467

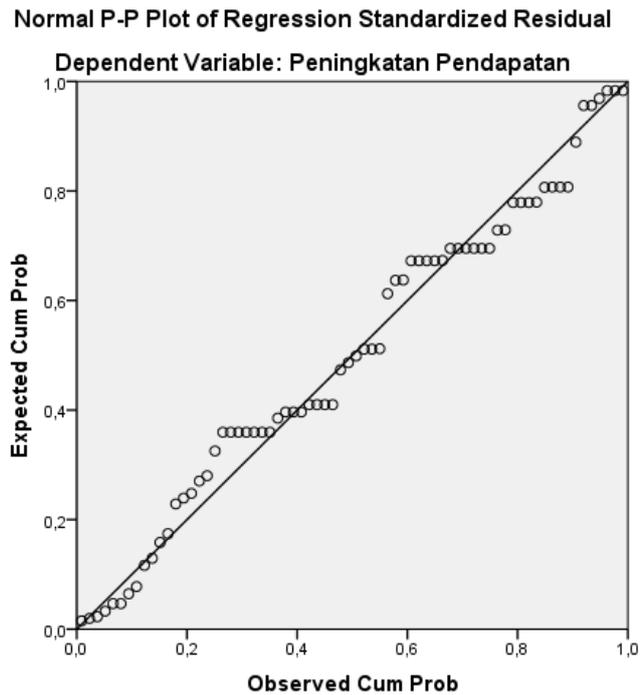
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil olah data SPSS

Pada tabel 4.18 dinyatakan nilai sig sebesar 0,467 yakni nilai sig > 0,05. Maka dinyatakan dalam uji normalitas data melalui uji Kolmogorov-smirnov model regresi ini data berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data juga dapat dilakukan dengan melihat grafik normal probability plot. Apabila sebaran titik-titik mendekati atau rapat pada garis lurus (diagonal) maka dapat dikatakan data terdistribusi normal, apabila sebaran titik-titik menjauhi garis diagonal maka dikatakan model regresi tidak terdistribusi normal.



**Gambar 4. 1 Grafik Uji Normalitas**

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa persebaran titik-titik normal probability plot berada mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal sehingga model regresi ini layak digunakan karena memenuhi uji normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser dan melihat scatterplot (alur sebaran) antara residual dan nilai prediksi dari variabel terikat. Uji glejset dapat dilakukan dengan pengolahan regresi data antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Apabila nilai sig > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji glejset sebagai berikut :

**Tabel 4. 19 Hasil Uji Glejset**

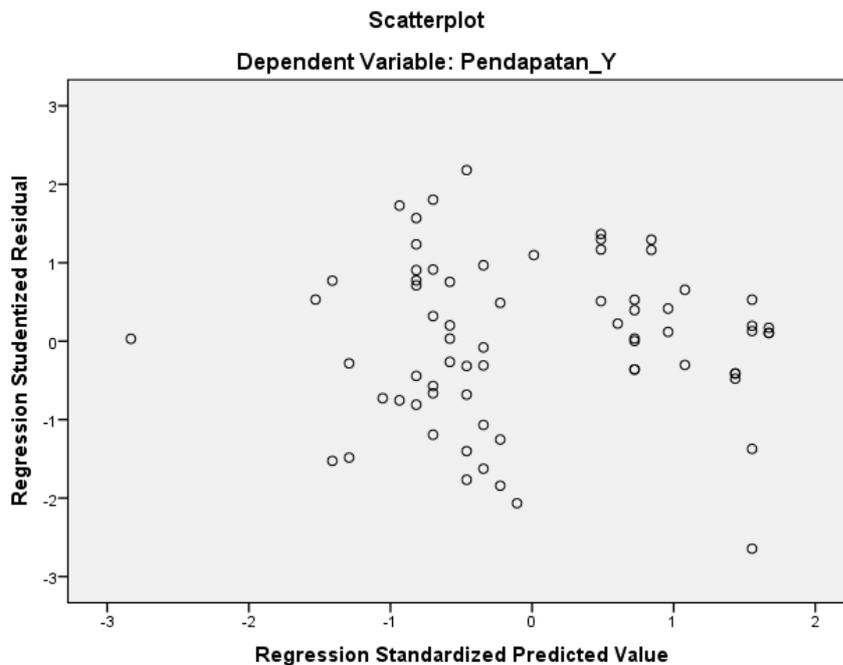
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,358	2,869		2,565	,013
	Pemasaran Online	-,048	,027	-,212	-1,790	,078

a. Dependent Variable: Abs\_Res1

*Sumber : Hasil olah data SPSS, 2020*

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi  $> 0,05$  seperti pada nilai sig variabel pemasaran *online* sebesar 0,78. Maka dalam uji glejser tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain menggunakan uji glejset, pengujian heteroskedastisitas dapat menggunakan scatterplot, apabila dari gambar scatterplot terlihat bahwa sebaran titik tidak membentuk suatu pola/alur tertentu maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 4. 2 Grafik Uji heteroskedastisitas**

*Sumber : Hasil olah data SPSS, 2020*

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa sebaran scatterplot tidak membentuk suatu pola/alur tertentu serta scatterplot menyebar rata. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan layak digunakan. Dari 4 persyaratan uji asumsi klasik telah terpenuhi, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi linear berganda pada penelitian ini layak untuk digunakan.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan agar dapat mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. pengujian ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson. Apabila terjadi autokorelasi maka dinamakan ada masalah atau problem autokorelasi.

**Tabel 4. 20 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,881 <sup>a</sup>	,777	,773	2,78964	2,079

a. Predictors: (Constant), Pemasaran Online

b. Dependent Variable: Pendapatan\_Y

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 dapat dilihat hasil perhitungan Durbin-Watson bernilai 2,079. Setelah dilakukan perhitungan skala Durbin-Watson sebesar 2,079 lebih besar dari 1,6413 dan lebih kecil dari 2,2358 yang artinya berada pada daerah tidak ada autokorelasi sehingga model regresi ini layak untuk digunakan.

**4.7.4 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

Dengan analisis regresi linier sederhana dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara variabel pemasaran *online* terhadap variabel peningkatan

pendapatan. Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,592	4,043		1,383	,171
1 Pemasaran Online	1,042	,090	,814	11,552	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2020

Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 4.21 di atas. Persamaan regresi linier sederhana yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,592 + 1,042 X + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Peningkatan Pendapatan

X = Variabel Pemasaran *Online*

Koefisien – koefisien persamaan regresi linear sederhana di atas dapat diartikan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta mempunyai arah koefisien regresi positif yaitu sebesar 5,592 menunjukkan apabila variabel pemasaran *Online* mengalami peningkatan 1%, maka variabel pendapatan mengalami peningkatan sebesar 5,592%. Ini artinya ketika pemasaran *Online* meningkat sebesar 1% akan mengakibatkan penambahan pendapatan penjual sebesar 5,592% sehingga pemasaran *Online* ini terbukti membuat Petani yang menggunakannya memiliki pendapatan lebih besar dari sebelumnya.

#### 4.7.5 Uji Kelayakan Regresi Sederhana

##### a. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Untuk mengetahui koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.22 berikut ini.

**Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,814 <sup>a</sup>	,662	,657	3,504	1,429

a. Predictors: (Constant), Pemasaran Online

b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,662, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X pemasaran *online* secara simultan terhadap variabel Y peningkatan pendapatan adalah sebesar 66%.

##### b. Analisis Koefisien Regresi (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel maka terdapat pengaruh secara signifikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk mengetahui hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.23 di bawah ini.

**Tabel 4.23 Hasil Analisis Koefisien Regresi (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,592	4,043		1,383	,171
1 Pemasaran Online	1,042	,090	,814	11,552	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber : Data diolah 2020

Dari Tabel 4.23 di atas diketahui nilai signifikan (sig) untuk pengaruh variabel pemasaran *online* (X) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $11,552 > t$  tabel  $1,995$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemasaran *online* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel peningkatan pendapatan (Y).

## **BAB V**

### **PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI**

#### **5.1 Perancangan Penyuluhan**

Perancangan penyuluhan pada penelitian ini ialah menggunakan metode deskriptif dimana menyusun kalimat deskripsi dengan sistematis baik dari persiapan hingga menentukan teknik evaluasi penyuluhan. Rancangan yang ditetapkan disesuaikan dengan karakteristik sasaran petani dan potensi wilayah serta kebutuhan sasaran petani di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

##### **5.1.1 Tujuan Penyuluhan**

Penetapan tujuan penyuluhan dilakukan dengan metode SMART (*Spesifik, Measurable, Actionary, Realistic, dan Time frame*). Menggambarkan tujuan penyuluhan pertanian yang akan dicapai berdasarkan kriteria yang jelas untuk memenuhi kaidah spesifik, dapat diukur, dapat dilaksanakan, nyata serta memiliki batasan waktu yang jelas dalam penerapannya.

Tujuan penyuluhan pertanian yang akan dilaksanakan pada petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu adalah mengetahui peningkatan pengetahuan sasaran petani bunga potong terhadap penggunaan pemasaran *online* melalui aplikasi TaniHub dan Among Tani.

##### **5.1.2 Sasaran Penyuluhan**

Penetapan sasaran penyuluhan pertanian yang dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sasaran/anggota kelompok dilakukan secara sengaja disertai dengan kriteria-kriteria yang ditujukan kepada 17 petani bunga potong Mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu yang tergabung dalam anggota Gabungan Kelompok Tani Gunungsari Makmur. Anggota Gabungan Kelompok Tani ini dipilih karena merupakan pelaku dalam

pembudidaya hingga pemasaran bunga potong mawar serta mampu menggunakan teknologi pemasaran *online* melalui *smartphone*.

### **5.1.3 Materi Penyuluhan**

Pemilihan materi penyuluhan dilakukan berdasarkan hasil penelitian, dimana materi ini dipilih dari hasil penelitian yang sesuai dan dibutuhkan oleh petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Pemilihan materi mempertimbangkan beberapa aspek yaitu; usia, tingkat pendidikan, lama berusaha tani dan sasaran yang mampu menggunakan *smartphone*. Matriks penentuan materi penyuluhan dapat dilihat pada lampiran 14.

Materi penyuluhan yang akan disampaikan dengan tema peningkatan pendapatan melalui penggunaan pemasaran *online* pada aplikasi TaniHub dan Among Tani dengan melakukan dua kali penyuluhan dan judul materi yang disampaikan ialah “Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” dan “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani”. Sehingga petani mengetahui bahwa dengan menggunakan pemasaran *online* dapat meningkatkan pendapatan.

### **5.1.4 Media Penyuluhan**

Penetapan media penyuluhan dalam pelaksanaan penyuluhan pertanian didasari oleh sasaran petani. Media yang digunakan ialah media cetak folder dan benda sesungguhnya. Penyuluhan dengan menggunakan benda sesungguhnya agar memudahkan dalam penyampaian materi penggunaan pemasaran *online* pada aplikasi TaniHub dan Among Tani.

### **5.1.5 Metode Penyuluhan**

Penentuan metode penyuluhan pertama dilakukan dengan melakukan identifikasi karakteristik sasaran, kemudian dipilih berdasarkan purposive sampling, materi penyuluhan, media penyuluhan serta sesuai dengan tujuan

penyuluhan yang didasarkan pada Permentan No. 52 Tahun 2009 tentang Metode Penyuluhan Pertanian. Metode yang dipilih dalam penyuluhan ini menggunakan matriks pemilihan metode terlampir pada lampiran 15.

Pemilihan metode penyuluhan dilakukan berdasarkan prioritas I atau prioritas pertama yaitu dengan dua metode penyuluhan. Metode pertama adalah demonstrasi cara dan kedua adalah diskusi kelompok. Demonstrasi cara dilakukan dengan menggunakan *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan materi, sedangkan untuk diskusi kelompok dilakukan untuk memperjelas materi yang dianggap masih membingungkan responden. Pemilihan metode demonstrasi cara dipilih berdasarkan materi yang diberikan, materi merupakan inovasi baru yang pelaksanaan kegiatan praktik langsung harus dilakukan percontohan sebelum sasaran dapat menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani sebagai pemasaran *online*.

#### **5.1.6 Evaluasi Penyuluhan Pertanian**

Metode evaluasi yang digunakan yakni berdasarkan penetapan sasaran, materi, media dan metode dalam rancangan penyuluhan maka hal yang akan dilaksanakan selanjutnya yakni pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Dalam penentuan metode evaluasi penyuluhan adapun aspek yang diperhatikan adalah waktu yang tersedia, tenaga, biaya, asesibilitas responden dan daerah operasi program. Evaluasi dilakukan ialah jenis evaluasi *sumatif* yaitu untuk mengevaluasi sejauh mana tingkat pencapaian tujuan penyuluhan yang telah dilaksanakan. Dari hasil pengukuran hasil tersebut akan mendasari penilaian terhadap kualitas hal yang dievaluasi. Penilaian tersebut nantinya akan menjadi dasar keputusan untuk rencana tindak lanjut kegiatan.

## 1. Teknik Pengumpulan Data

### a. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen yang digunakan sebagai alat bantu dalam rangka penilaian hasil penyuluhan yang dilakukan. Kuesioner ini berguna untuk mengukur sikap dan pengetahuan anggota kelompok tani.

### 2. Variabel Evaluasi dan Instrumen Evaluasi

Evaluasi ini menggunakan variabel Pengetahuan. Variabel tersebut digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan penyuluhan yang dilaksanakan. Untuk mengukur pengetahuan dan digunakan kuisisioner, dengan skala *guttman*. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat berdasarkan kisi-kisi instrumen, selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

### b. Analisis Evaluasi Pengetahuan

Analisis tingkat pengetahuan dilakukan menggunakan skala *guttman* dengan variasi jawaban tahu (1) dan Tidak tahu (0). Selanjutnya, data yang telah ditabulasikan dihitung skor total dan persentase dari masing-masing petani dengan menggunakan rumus :

$$\text{Menemukan angka persentase} = \frac{\text{skor}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%$$

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan responden, dilakukan dengan membuat kelas interval pengetahuan yang dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Kelas Interval Pengetahuan

Kriteria	Kelas Interval (%)	Predikat
I	≤60	Kurang
II	60-75	Cukup
III	76-100	Baik

Sumber : Arikunto, 2006

Evaluasi pengetahuan dilakukan menggunakan metode pre test dan post test dengan maksud untuk mengukur seberapa besar peningkatan pengetahuan petani. Rumus yang digunakan ialah :

## Skor akhir – Skor Post Test - Skor Pre Test

### 3. Rekapitulasi dan Tabulasi Data

Jawaban responden pada kuisisioner yang telah dijawab dan terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan sub bab dalam bentuk matriks yang terdiri dari data responden dan jawaban berdasarkan sub bab kuisisioner. Pengelompokan ini bertujuan untuk mempermudah evaluator dalam menganalisis data yang akan dilakukan.

### 4. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis data kuantitatif. Analisa ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan data tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan yang diungkapkan dengan skor nilai. Untuk analisis data pengukuran pengetahuan menggunakan skala pengukuran Guttman, dimana setiap jawaban benar diberi nilai 1 dan setiap jawaban salah diberi nilai 0.

## **5.2 Implementasi**

### **5.2.1 Lokasi dan Waktu**

Pelaksanaan penyuluhan pertanian dilaksanakan di rumah salah satu anggota Gabungan Kelompok Tani Gunungsari Makmur di Desa Gunungsari Kematan Bumiaji Kota Batu. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan sebanyak 2 kali dengan masing-masing peserta berjumlah 17 orang yaitu pada tanggal 26 Juni dan 02 Juli 2020 pukul 15.00 WIB s/d selesai.

### **5.2.2 Persiapan Penyuluhan**

Persiapan penyuluh diawali dengan menyiapkan sumberdaya yang dimiliki. Sumberdaya tersebut berupa materi, media, metode yang akan digunakan dalam kegiatan penyuluhan. Materi yang akan disampaikan dituangkan dalam bentuk Sinopsis. Pada tahapan berikutnya ialah penyiapan media penyuluhan.

Media penyuluhan yang digunakan ialah media cetak folder dan media elektronik berupa *smartphone*. Selanjutnya ialah melakukan koordinasi dengan pihak terkait. Pihak terkait yang terlibat dalam koordinasi penyuluhan ini ialah penyuluh, Ketua Gabungan Kelompok Tani Gunungsari Makmur, dan Anggota Gabungan Kelompok Tani Gunungsari Makmur. Koordinasi dilakukan meliputi tempat dan waktu kegiatan penyuluhan. Setelah ditetapkannya tempat dan waktu penyuluhan, selanjutnya ialah pembuatan LPM (Lembar Persiapan Menyuluh) dan Sinopsis yang akan mendasari kegiatan penyuluhan.

### **5.2.3 Pelaksanaan Penyuluhan**

Pelaksanaan penyuluhan dengan materi “Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” dan “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani” dilaksanakan menggunakan metode diskusi dan ceramah serta demonstrasi cara pada tanggal 26 Juni dan 02 Juli 2020 yang didahului dengan koordinasi dengan anggota gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur yang diakhiri dengan evaluasi peningkatan pengetahuan. Pada awal tahap koordinasi ialah dilakukan bersama Bapak Dio selaku penyuluh setempat beserta Pak Riyadi Selaku ketua gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur.

Pada tanggal 26 Juni 2020, Pelaksanaan kegiatan penyuluhan diawali dengan perkenalan diri kepada anggota Gabungan Kelompok Tani Gunungsari Makmur dan menyampaikan maksud dan tujuan dari kegiatan Penyuluhan. Sebelum melakukan penyampaian materi penyuluhan, dilakukan penyebaran kuesioner evaluasi (*pre-test*) untuk mengukur tingkat pengetahuan sebelum penyuluhan berlangsung. Setelah itu dilakukan penyampaian materi ““Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” melalui media folder dan media *smartphone* dengan metode ceramah dan diskusi secara langsung serta demonstrasi cara terkait penggunaan aplikasi TaniHub dan Among Tani. Setelah

penyampaian materi dilakukan diskusi atau tukar informasi terkait materi yang disampaikan.

Pada tanggal 02 Juli 2020, kembali dilaksanakan penyuluhan kedua dengan diawali penyebaran kuesioner evaluasi (*post-test*) untuk kembali mengukur tingkat pengetahuan terkait penggunaan pemasaran *online* sesudah penyuluhan pada tanggal 26 Juni 2020. Setelah itu dilakukan penyampaian materi penyuluhan kedua yaitu “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani” dan diakhiri dengan diskusi atau tukar informasi terkait materi yang disampaikan.

#### **5.2.4 Hasil Evaluasi Penyuluhan**

##### **1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Evaluasi**

Adapun hasil uji kuesioner penyuluhan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan petani dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 20 diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan. Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah bivariate pearson (produk momen pearson) dengan taraf signifikansi 0,05 dilakukan dengan mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Kemudian nilai korelasi ( $r$  hitung) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel ( $r$  tabel). Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel artinya variabel dapat dinyatakan valid. Nilai  $r$  tabel dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dengan uji satu arah dan sampel atau  $n=17$  adalah sebesar 0,4821. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2 Hasil Validitas

Variabel	No Soal	R Hitung	R Tabel	Df (N-2)	Keterangan
Pengetahuan	1	0,683	0,4821	15	Valid
	2	0,660	0,4821	15	Valid
	3	0,759	0,4821	15	Valid
	4	0,660	0,4821	15	Valid
	5	0,660	0,4821	15	Valid
	6	0,660	0,4821	15	Valid
	7	0,660	0,4821	15	Valid
	8	0,800	0,4821	15	Valid
	9	0,497	0,4821	15	Valid
	10	0,800	0,4821	15	Valid
	11	0,800	0,4821	15	Valid
	12	0,660	0,4821	15	Valid
	13	0,800	0,4821	15	Valid
	14	0,660	0,4821	15	Valid
	15	0,800	0,4821	15	Valid
	16	0,660	0,4821	15	Valid
	17	0,800	0,4821	15	Valid
	18	0,660	0,4821	15	Valid
	19	0,535	0,4821	15	Valid
	20	0,535	0,4821	15	Valid
	21	0,647	0,4821	15	Valid
	22	0,660	0,4821	15	Valid
	23	0,588	0,4821	15	Valid
	24	0,660	0,4821	15	Valid
	25	0,759	0,4821	15	Valid

Sumber : data diolah 2020

Berdasarkan tabel 5,2 dari hasil pengolahan data uji validitas diperoleh hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing butir pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel dinyatakan valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Evaluasi

Uji reliabilitas kuesioner penyuluhan untuk melihat peningkatan pengetahuan digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Croanbach Alpha lebih besar dari 0,06. Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan menggunakan program SPSS versi 20. Adapun hasil uji reliabilas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Instrument Penyuluhan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,949	25

Dari hasil pengujian didapatkan perhitungan koefisien Croanbach Alpha kedua variabel di atas sebesar  $0,949 > 0,60$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah reliable atau dapat dipercaya.

### 3. Hasil Evaluasi Pengetahuan

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan skala Gutman dengan kategori tahu atau tidak tahu untuk aspek pengetahuan. Mengingat kondisi dan karakteristik sasaran, evaluasi ini menerapkan strategi dengan cara membuat responden lebih mudah dalam menjawab kuisisioner yang diberikan. Pada aspek pengetahuan mengenai penggunaan pemasaran *online* dengan teknologi *smartphone* melalui aplikasi TaniHub dan Among Tani, diperoleh capaian hasil penyuluhan yang efektif. Hal ini dilihat dari capaian pengetahuan dari pre test dan post test pada anggota gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur sebanyak 17 orang. Hasil capaian pre test dan post test dilampirkan pada lampiran 12 dan lampiran 13. Hasil evaluasi penyuluhan tentang tingkat pengetahuan responden dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 5.4 Hasil Evaluasi Pengetahuan

No	Kelas Interval (%)	Responden	Predikat	Presentase
Pre-test				
1	Kurang	16	<60	94
2	Cukup	1	60-75	6
3	Baik	0	76-100	0
Post-test				
1	Kurang	0	<60	0
2	Cukup	4	60-75	14
3	Baik	13	76-100	76

sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 5,4 diketahui bahwa tingkat pengetahuan petani mengenai penggunaan pemasaran *online* dengan teknologi *smartphone* pada saat sebelum dilakukan penyuluhan terdapat 16 orang responden yang berada pada kategori kurang dimana skor yang didapatkan berada pada rentang <60, sedangkan hanya 1 orang responden berada pada kategori cukup dimana skor yang didapatkan berada pada rentang 60-75. Kondisi tingkat pengetahuan responden mengalami peningkatan setelah dilakukannya penyuluhan, hal tersebut dibuktikan bahwa kategori terendah telah berada pada kategori cukup dengan jumlah responden sebanyak 4 orang responden, dan pada kategori baik sebanyak 13 orang responden dengan rentang nilai 76-100.

## **BAB VI PEMBAHASAN**

### **6.1 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Petani Sebelum menggunakan Pemasaran *Online***

Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan petani untuk produksi selama periode satu musim produksi. Sebelum menggunakan pemasaran *Online*, rata-rata total biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh petani bunga potong dalam menjalankan usaha taninya dalam waktu satu kali musim produksi selama 5 bulan dengan luas 1000 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp. 10.062.298 yang terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual produk tersebut. Pada kajian ini rata-rata penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 29.212.500 dengan pendapatan sebesar Rp. 19.153.202, yang berasal dari penjualan bunga potong ke pasar maupun tengkulak. Belum terlalu luas bila menggunakan pemasaran *Online*. Penerimaan yang didapatkan oleh petani tergantung pada jumlah produksi serta harga jual produk. Hasil biaya produksi, penerimaan dan pendapatan petani bunga potong mawar sebelum menggunakan pemasaran *online* dapat dilihat pada tabel 6.1 berikut ini.

Tabel 6.1 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan

<b>Uraian</b>	<b>Rata-rata Per Petani</b>
Biaya Produksi (Rp)	Rp. 10.062.298
Penerimaan (Rp)	Rp. 29.212.500
Pendapatan (Rp)	Rp. 19.153.202

Sumber : data diolah 2020

Hal tersebut sesuai dengan pendapatan Ekowati et al. (2016) yang menyatakan bahwa penerimaan merupakan hasil kali antara jumlah produksi dengan harga jual dan pendapatan rata-rata petani merupakan selisih antara

penerimaan dan biaya produksi. Menurut Sukirno (2000) menyatakan bahwa pendapatan merupakan hasil dari pendapatan dikurangi total biaya produksi.

## **6.2 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Petani Sesudah menggunakan Pemasaran *Online***

Tabel 6.2 Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan

<b>Uraian</b>	<b>Rata-rata Per Petani</b>
Biaya Produksi (Rp)	Rp. 10.062.298
Penerimaan (Rp)	Rp. 38.950.000
Pendapatan (Rp)	Rp. 28.887.702

Sumber : data diolah 2020

Berdasarkan tabel 6.2 diatas Rata-rata biaya produksi yang harus dikeluarkan petani untuk menjalankan usahataniya sesudah menggunakan pemasaran *online* adalah sebesar Rp. 10.062.298, tidak berbeda dengan biaya sebeum menggunakan pemasaran *Online*. Hal tersebut disebabkan karena tidak ada biaya tambahan yang harus dikeluarkan petani dalam kegiatan operasional pemasaran *Online*. Biaya produksi yang dikeluarkan petani dalam bertanam bunga potong terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Blocher (2007) biaya produksi mencakup komponen biaya tetap maupun biaya variabel.

Sesudah menggunakan pemasaran *Online* rata rata penerimaan petani sebesar Rp. 38.950.000 dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 28.887.702 penerimaan maupun pendapatan petani sesudah menggunakan pemasaran *Online* lebih tinggi dibanding sebelum menggunakan pemasaran *Online*. Hal tersebut terjadi karena sesudah menggunakan pemasaran *Online* sumber pendapatan petani bertambah, hal tersebut terjadi sebab harga jual yang meningkat bila petani bisa langsung memasarkan kepada pelanggan tanpa melalui perantara pemegang pasar konvensional ataupun tengkulak.

### 6.3 Analisis Peningkatan Pendapatan

Berikut disajikan data pendapatan petani sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.

Tabel 6.3 Analisis Peningkatan Pendapatan

Uraian	Rata-rata Per Petani		Kenaikan	Persentase
	Sebelum Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>	Sesudah Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>		
Biaya Produksi	Rp.10.062.298	Rp.10.062.298	-	-
Penerimaan	Rp.29.212.500	Rp.38.950.000	Rp9.737.500	33%
<b>Pendapatan</b>	<b>Rp.19.153.202</b>	<b>Rp.28.887.702</b>	Rp9.734.500	50,8%

Sumber : data diolah 2020

Pada tabel 6.3 dapat terlihat rata-rata biaya produksi antara sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online* tidak ada perubahan atau perbedaan dengan rata-rata per petani sebesar Rp. 12.237.806. Pada tabel 24 juga terlihat perbedaan penerimaan dan pendapatan petani antara sebelum menggunakan pemasaran *online* dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dengan rata-rata penerimaan sebesar Rp. 29.212.500 meningkat sebesar 33% menjadi Rp. 38.950.000 serta rata-rata pendapatan sebesar Rp. 19.153.202 meningkat menjadi sebesar Rp. 28.887.702. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pendapatan sebesar Rp. 9.734.500 dalam satu musim produksi dengan luasan 1000 m<sup>2</sup> atau meningkat hingga 50,8%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak yang berarti dengan menggunakan Pemasaran *Online* dalam penelitian ini dapat meningkatkan Pendapatan Petani bunga potong di Desa Gunungsari. Hal ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Hwei Cheng Wang pada tahun 2011 yang berjudul "*The Impact Of Internet Marketing On Profitability*" yang sudah dijelaskan di BAB II sebelumnya dimana penelitiannya menggunakan teknik analisis uji beda rata atau teknik Uji T test antara pengguna pemasaran *online* dan pemasaran *offline* dan menyatakan hasil bahwa terdapat perbedaan signifikan

keuntungan dan pendapatan antara menggunakan pemasaran *online* dan pemasaran *offline*.

#### **6.4 Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Peningkatan Pendapatan**

Pemasaran *Online* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.

Pada penelitian ini variabel Pemasaran *Online* mempunyai nilai koefisien regresi sederhana bernilai positif yaitu sebesar 1,042. artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan dari Pemasaran *Online* maka Peningkatan Pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1,042%. Berdasarkan uji 2 sisi pada uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel Pemasaran *Online* juga menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel yaitu  $11,552 > 1,995$  serta nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti variabel Pemasaran *Online* dalam penelitian ini memiliki berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan Petani bunga potong Desa Gunungsari. Hal ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Pergiwati pada tahun 2013 yang berjudul "Efektifitas Situs Pemasaran *Online* bagi Penjual" yang sudah dijelaskan di BAB II sebelumnya dimana penelitiannya menyatakan bahwa situs pemasaran *Online* memberikan dampak yang signifikan pada tingkat kecepatan penjualan, tingkat traffic (kunjungan), dan pendapatan. Hal tersebut membuktikan situs pemasaran *Online* cukup efektif bagi penjual.

Hasil penelitian ini diperkuat kembali dengan teori peningkatan neoklasik yang dikembangkan oleh Robert M. Solow (1970) dari Amerika Serikat dan T.W. Swan (1956) dari Australia. Model Solow-Swan menggunakan unsur peningkatan penduduk, akumulasi kapital, kemajuan teknologi dan besarnya output yang saling berinteraksi. Menurut teori ini, faktor terpenting yang mewujudkan peningkatan ekonomi bukanlah penambahan modal dan penambahan tenaga kerja. Faktor yang paling penting adalah kemajuan teknologi, penambahan kemahiran dan kepakaran tenaga kerja. Sehingga penelitian ini sejalan dengan teori yang ada, dimana pemasaran online ini memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan.

Pemasaran *Online* menawarkan kemudahan dalam pemasaran di dunia bisnis yang akan memudahkan para pelaku bisnis atau usaha kecil menengah untuk meningkatkan pemasaran dalam produknya. Pemasaran merupakan ujung tombak dari serangkaian kegiatan usaha yang bergerak dalam bidang jasa ataupun barang. Pemasaran juga sangat menentukan apakah usaha yang di jalankan menghasilkan laba atau tidak. Pemasaran yang dimaksud adalah penggunaan media internet sebagai Pemasaran *Online* dimana pelaku usaha dapat memasarkan dan menjual produknya dengan menggunakan sarana internet. Dari peningkatan pemasaran dan penjualan produk inilah yang akan memicu terjadinya peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh produsen.

Hal ini pula di dukung dengan hasil wawancara peneliti kepada ketua Gabungan Kelompok Tani Gunungsari Makmur di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Dari hasil wawancara diperoleh informasi terkait adanya penggunaan pemasaran *online* yang memberikan dampak positif bagi petani. Menurut hasil wawancara petani dapat menentukan sendiri harga jual kepada konsumen tanpa melalui perantara tengkulak atau pemegang pasar konvensional sehingga dapat terjadi peningkatan harga jual. Juga diinformasikan bahwa

pemasaran *online* memberikan dampak bagi peningkatan penjualan para petani kepada konsumen sehingga mampu meningkatkan pendapatan mereka dari beberapa tahun belakangan.

Teknologi pemasaran *online* menawarkan kemudahan dalam pemasaran di dunia bisnis yang akan memudahkan para pelaku bisnis usaha tani atau petani bunga potong mawar untuk meningkatkan pemasaran dalam produk bunga potong mawar. Pemasaran merupakan ujung tombak dari serangkaian kegiatan usaha yang bergerak dalam bidang jasa ataupun barang. Pemasaran juga sangat menentukan apakah usaha yang dijalankan menghasilkan laba atau tidak. Pemasaran yang dimaksud adalah penggunaan media internet sebagai pemasaran *online* dimana pelaku dapat memasarkan dan menjual produknya dengan menggunakan sarana internet atau disebut dengan pemasaran *online* (*online marketing*). Dari peningkatan pemasaran, harga jual dan penjualan produk bunga potong mawar inilah yang akan memicu terjadinya peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh petani.

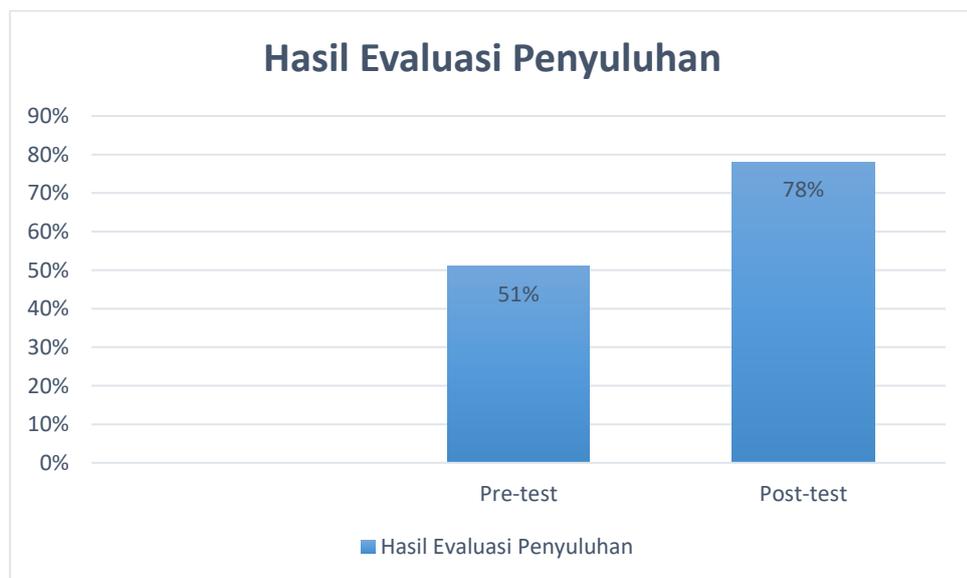
Dengan demikian Penggunaan Pemasaran *Online* yang digunakan oleh Petani bunga potong di Desa Gunungsari memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pendapatan setiap produsen atau petaninya, dimana memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja petani di Desa Gunungsari sehingga dapat memasarkan produknya tidak hanya di daerah Kota Batu saja tetapi hingga luar Kota Batu. Dengan begitu peningkatan harga jual dan penjualan produk bunga potong yang akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan yang diperoleh karena menggunakan Pemasaran *Online*.

## **6.5 Evaluasi Peningkatan Pengetahuan**

Setelah dilakukan kajian dilanjutkan dengan melakukan penyuluhan kepada anggota gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur di desa Gunungsari

Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur serta dilakukan evaluasi penyuluhan guna mengetahui peningkatan pengetahuan petani mengenai penggunaan pemasaran *online* dengan teknologi *smartphone* melalui aplikasi TaniHub dan Among Tani dengan materi penyuluhan “Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” pada penyuluhan pertama dan “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani” pada penyuluhan kedua. Nilai peningkatan pengetahuan diketahui dengan cara memberikan test kuesioner tingkatan pengetahuan sebelum melaksanakan penyuluhan (*pre-test*) dan sesudah melakukan penyuluhan (*post-test*).

Berikut ini adalah tabel hasil evaluasi penyuluhan yang menunjukkan peningkatan pengetahuan anggota gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur yang di sajikan dalam gambar 6.1 berikut ini :



Gambar 6.1. Hasil Evaluasi Penyuluhan

Dari hasil analisis evaluasi peningkatan pengetahuan diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan terhadap materi “Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” dan “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani” pada anggota gabungan kelompok tani

Gunungsari Makmur yang sebesar 27% dimana didapatkan nilai peningkatan tersebut dari nilai *post-test* sebesar 78% dikurangi dengan nilai *pre-test* sebesar 51%. Hal ini sependapat menurut Zulaikah, 2015, yang menurutnya terjadinya peningkatan pengetahuan terjadi karena dalam penetapan materi, media, metode dan teknik penyuluhan disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan sasaran serta didukung dengan sumber daya manusia yang baik.

## 6.6 Efektifitas Penyuluhan Berdasarkan Nilai Peningkatan Pengetahuan

Perhitungan efektifitas penyuluhan berdasarkan nilai peningkatan pengetahuan dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif penyuluhan yang dilakukan. Perhitungan efektifitas penyuluhan berdasarkan nilai peningkatan pengetahuan di hitung menggunakan rumus (Ginting dalam Pudjianto, 2017). Untuk mengetahui tingkat efektifitas penyuluhan dilakukan analisis sebagai berikut :

$$\text{Target nilai maksimal} = 17 \times 25 = 425$$

$$\text{Target} = 100\%$$

$$\text{Presentase pre test} = 219/425 \times 100\% = 51\%$$

$$\text{Presentase post test} = 335/425 \times 100\% = 78\%$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat efektifitas} &= \frac{(\% \text{ nilai post test} - \% \text{ nilai pre test})}{(\% \text{ target} - \% \text{ nilai pretest})} \times 100\% \\ &= \frac{78-51}{100-51} \times 100\% \\ &= 55,1\% \text{ (efektif)} \end{aligned}$$

Kriteria 1:

Tingkat efektifitas 0%	- 33,33 %	: kurang efektif
Tingkat efektifitas 33,34%	- 66,66 %	: efektif
Tingkat efektifitas 66,67%	- 100%	: sangat efektif

Penyuluhan yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan petani dalam materi “Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” pada penyuluhan pertama dan “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani” pada penyuluhan kedua yang berlangsung, telah meningkatkan pengetahuan petani dari kategori rata-rata menganalisis naik menjadi rata-rata pada kategori sintesis. Dari efektivitas penyuluhan yang dilakukan dapat dilihat pada analisis diatas bahwa penyuluhan yang dilakukan berada pada kategori efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 55,1%.

## **BAB VII PENUTUP**

### **7.1 Kesimpulan**

1. Terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan sebelum menggunakan pemasaran *online* dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dimana rata-rata pendapatan sebelum menggunakan pemasaran *online* sebesar Rp. 19.153.202 dan sesudah menggunakan pemasaran *online* sebesar Rp. 28.887.702. Maka pada penelitian ini pendapatan sesudah menggunakan pemasaran *online* lebih besar dari pada rata-rata pendapatan sebelum menggunakan pemasaran *online*. Berdasarkan hasil uji *paired sample t test* didapatkan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*.
2. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana dengan variabel pemasaran *online* sebagai variabel independen dan variabel peningkatan pendapatan sebagai variabel dependen, variabel Pemasaran *Online* mempunyai nilai uji 2 sisi pada uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel Pemasaran *Online* juga menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel yaitu  $7,123 > 2,040$  serta nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Maka diperoleh hasil bahwa pemasaran *online* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur.
3. Rancangan penyuluhan disusun sesuai dengan karakteristik sasaran yang meliputi tujuan yaitu penyuluhan yang bertema peningkatan pendapatan melalui penggunaan pemasaran *online* pada aplikasi TaniHub dan Among Tani dengan materi penyuluhan yang dilakukan sebanyak dua kali masing-

masing “Tutorial menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani” dan “Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub dan Among Tani”. Media yang digunakan ialah media cetak folder dan media elektronik *smarphone*, metode menggunakan diskusi dan ceramah serta demonstrasi cara, yang di ikuti oleh 17 anggota gabungan kelompok tani Gunungsari Makmur, Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

## **7.2 Saran**

1. Perlu adanya pendekatan lebih mendalam kepada petani untuk meningkatkan penggunaan pemasaran online guna meningkatkan penjualan, perluasan konsumen dan peningkatan pendapatan.
2. Perlu adanya materi tambahan terkait penyuluhan pemasaran *online* sebagai bahan materi untuk penyuluhan pertanian kedepannya.
3. Untuk penyuluh, lebih untuk memantau dan membantu serta membimbing untuk menganalisis biaya usahatani bunga potong mawar mengingat rata-rata umur dari petani sudah terbilang tua.

## DAFTAR PUSTAKA

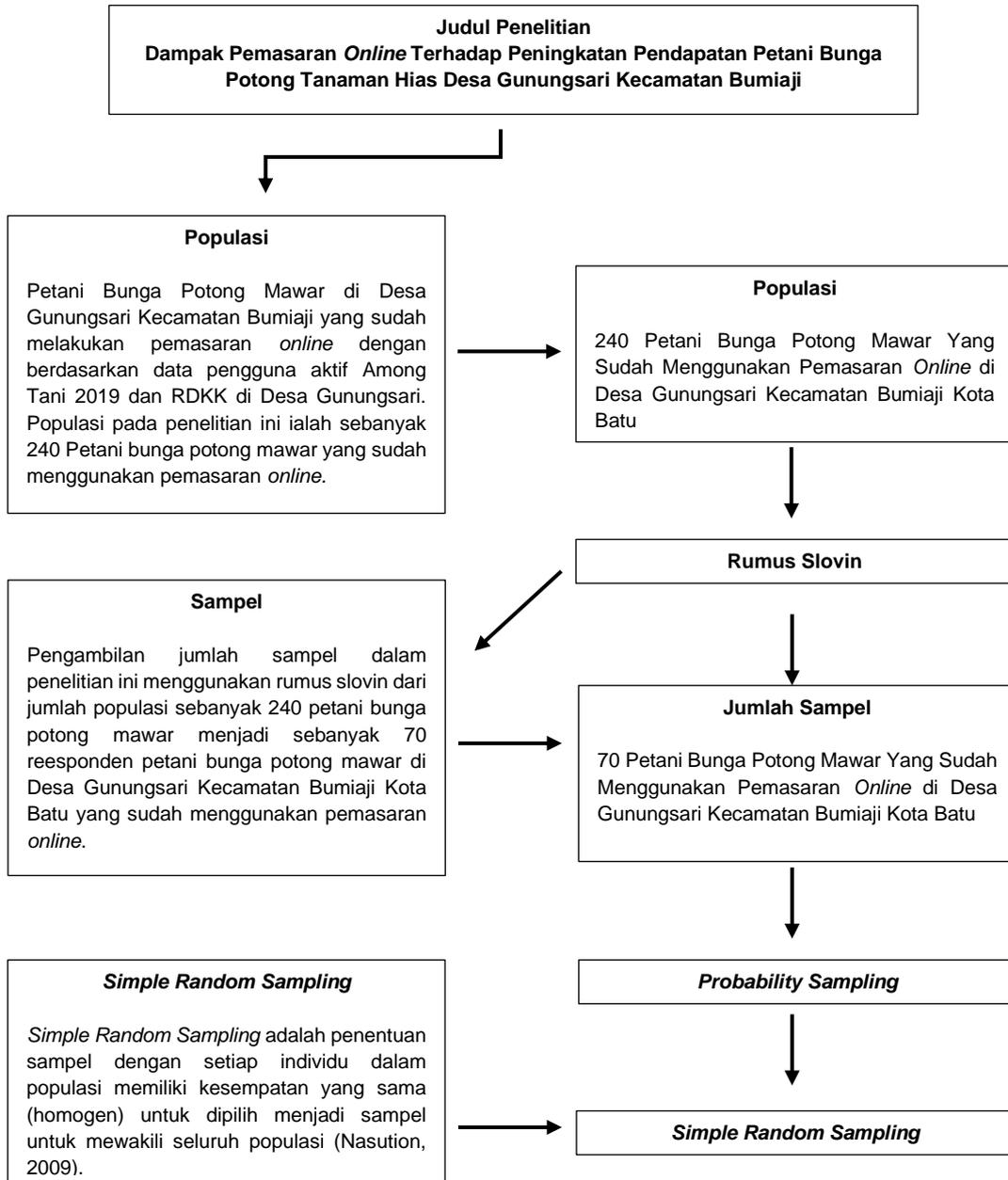
- Amoako, G. K., & Dartey-Baah, K. (2012). An Analysis of the Impact of Strategic Marketing on Profitability of Rural Banks – A Case Study of Dangme Bank. *International Journal of Marketing Studies*, 4(2), 150–156. <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n2p150>
- Amos Neolaka, G. A. (2017). *Landasan Pendidikan*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Andirfa, M. (2009). pengaruh pertumbuhan ekonomi, PAD dan dana perimbangan dan lain-lain pendapatan yang sah terhadap pengalokasian anggaran belanja modal studi kasus pada kota pemerintah aceh. *Universitas Syah Kuala Banda Aceh*.
- Ashari. (1995). *Hortikultura Aspek Budidaya*. Buku. Universitas Indonesia.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In *IOSR Journal of Economics and Finance* (Vol. 3, p. 56). <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Azwar. (2003). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Kota Batu. (2019). Kota Batu Dalam Angka 2019. In *Badan Pusat Statistik Kota Batu*. <https://doi.org/10.1016/j.adhoc.2012.05.003>
- Betana, F. C. (2007). Pengaruh Motivasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan. *Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Case, Karl E., R. C. F. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi, Edisi Kedelapan Jilid 1*. Erlangga.
- Gagne. (1970). *The Conditions of Learning*. New York: CBD College Publishing.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-COMMERSE Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 238–246.
- Hornby, P. (1972). *Kinerja dan Evaluasi Dalam Penyuluhan Pertanian. Teknologi Indonesia*.
- Hosio, J. E. (2007). *Kebijakan Publik & Desentralisasi*. Yogyakarta: Laksbang.
- Kerlinger, F. N. & L. (1973). *Foundation of Behavioral Research*. Victoria: Thompson Learning.
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, T. D. W. (2011). *Intermediate Accounting, Volume 1. United States of America: Quad/Graphic, Inc.*
- Kotler, Philip, G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat Prentice-Hall.
- Lakitan, B. (1995). *Fisiologi Pertumbuhan dan Perkembangan Tanaman*. Jakarta: Raja Grafinda Persada.
- Mardikanto. (2009). *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta: UNS PRESS.
- Nabhani, I., Daryanto, A., Machfud, & Rifin, A. (2016). The Impact of Mobile Internet Adoption by Cocoa Farmers: A Case Study in Southern East Java, Indonesia. *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*, 8(2), 111–120. <https://doi.org/10.7160/aol.2016.080209>
- Notoatmodjo. (2003). *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurjasmira, R. (2014). Komunikasi Penyuluh Pertanian Dalam Pemberdayaan Masyarakat Petani Pada Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan. *Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Pass, Christopher, B. L. (1994). *Kamus Lengkap Ekonomi, Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Permentan, 2009. *Permentan Nomor 52 Tahun 2009 tentang Metode Penyuluhan Pertanian*. (n.d.). Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rahardi, F. (1997). *Agribisnis Tanaman Hias*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahardja, Prathama. Manurung, M. (2005). *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar, Edisi Ketiga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rony, P. (2001). *Aneka Produk Olahan Kelapa*. Retrieved from <http://36.89.24.67:82/layanan-jabar/opac/detail-opac?id=23983>
- Sa'ad, W. N. (2017). *Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan sentra industri keripik pisang bandarlampung ditinjau dari etika bisnis islam*. 1–78.
- Sadono, S. (2010). *Makroekonomi. Teori Pengantar. Edisi Ketiga*. Jakarta: Grasindo Perseda.
- Sanim. (2011). *Analisis Lanskap Agroforestri. IPB (Bogor Agricultural University)*. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/42645>
- Setiana, L. (2005). *Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Soemarwoto, O. (2009). *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*. Gadjah Mada University.
- Sudarmono, A. (1997). *Mengenal dan Merawat Tanaman Hias Ruangan*. Retrieved from [http://opac.kaltimprov.go.id/ucs/index.php?p=show\\_detail&id=33707](http://opac.kaltimprov.go.id/ucs/index.php?p=show_detail&id=33707)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinas (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sumantri. (2001). Strategi Belajar Mengajar. *Bandung: C.V Maulana*.
- Swastha, Basu DH, I. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- T, M. (1993). *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- UU SP3K.2006. Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan. (2006). *Jakarta: Sekretariat Negara*.
- Wang, H. C., Chen, N., & Chang, H.-J. (2011). The Impact Of Internet Marketing On Profitability. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 2(3), 85–90. <https://doi.org/10.19030/jber.v2i3.2868>
- Wastutiningsih, S. P. (2009). *Dasar-Dasar Penyuluhan Pertanian*.
- Wuisan, R. H. (2017). Analisis Penggunaan E-Commerce Agribisnis Pada Pemasaran Bawang Merah Dan Cabai Merah. *Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor*, 01, 1–7. Retrieved from <http://www.albayan.ae>

## Lampiran 1. Kerangka Sampling Penelitian



**Lampiran 2. Kisi-kisi Instrumen**

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Pemasaran Online	Promosi Online	- Promosi <i>online</i> menarik perhatian
		- Promosi <i>online</i> menarik minat
		- Promosi <i>online</i> menarik keinginan
		- Promosi <i>online</i> mendorong tindakan
		- Promosi <i>online</i> memberikan informasi yang tepat dan dapat dipercaya.
		- Promosi <i>online</i> membuat biaya promosi lebih murah
		- Promosi <i>online</i> mampu meningkatkan penjualan
	Jejaring Sosial	- Jejaring sosial memudahkan produsen memberikan informasi produk
		- Jejaring sosial memudahkan berinteraksi dengan calon pelanggan
		- Jejaring sosial memudahkan dalam menentukan pasar yang ditargetkan
		- Jejaring sosial mampu meningkatkan popularitas produk
		- Jejaring sosial membuat biaya pemasaran lebih murah
		- Jejaring sosial mampu meningkatkan penjualan
	Informasi melalui <i>website</i>	- Informasi mengenai petunjuk pemakaian atau penggunaan
		- Informasi mengenai detail (tulisan, gambar, dll)
		- Informasi mengenai spesifikasi produk
		- Informasi mengenai harga produk
		- Informasi mengenai jumlah produk
- Informasi mengenai bukti pembayaran		
Pendapatan		- Hasil Penerimaan dikurangi dengan Biaya Produksi

### Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER

### DAMPAK PEMASARAN *ONLINE* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI BUNGA POTONG TANAMAN HIAS DESA GUNUNGSARI KECAMATAN BUMIAJI KOTA BATU JAWA TIMUR

Petunjuk : Isilah dengan jelas dan benar:

#### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Alamat :
4. Umur :
5. Pendidikan :
6. Status Kepemilikan Lahan :
7. Pekerjaan :
8. Jumlah Tanggungan :
9. Pengalaman Usaha Tani :

#### B. Usaha Tani Bunga Potong Sebelum Menggunakan Pemasaran Online

1. Luas Lahan :
2. Hasil Produksi :
3. Harga Jual/Tangkai :
4. Penggunaan Faktor Produksi :

Uraian	Volume	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Benih			
Pupuk			
Pestisida			

5. Biaya Tenaga Kerja Luar Keluarga :

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja Luar Keluarga	Upah	Jumlah

6. Biaya Tenaga Kerja Dalam Keluarga :

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja Luar Keluarga	Upah	Jumlah

### 7. Biaya Alat Dan Penyusutan

No	Alsintan	Tahun Beli	Tahun Awal	Umur Pemakaian	Nilai Sisa	Penyusutan

### C. Usaha Tani Bunga Potong Sebelum Menggunakan Pemasaran Online

1. Luas Lahan :
2. Hasil Produksi :
3. Harga Jual/Tangkai :
4. Penggunaan Faktor Produksi :

Uraian	Volume	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Benih			
Pupuk			
Pestisida			



7. Biaya Alat Dan Penyusutan

No	Alsintan	Tahun Beli	Tahun Awal	Umur Pemakaian	Nilai Sisa	Penyusutan

## PETUNJUK UMUM PENGISIAAN KUESIONER

**Petunjuk pengisiannya sebagai berikut:**

1. Bapak/ibu diharapkan mengisi seluruh pernyataan sesuai dengan petunjuk pengisian dengan cara memberikan tanda silang pada kolom yang dipilih (X).
2. Tidak ada jawaban benar atau salah, oleh karena itu dimohon untuk mengisi jawaban sesuai dengan kondisi sebenarnya. Seluruh jawaban akan kami perlakukan dengan sangat rahasia.
3. Pernyataan kami mempergunakan skala 1 sampai dengan 5 yang berarti:

1 = Sangat tidak setuju  
(STS)

2 = Tidak Setuju(TS)

3 = Cukup Setuju

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
<b>Promosi <i>Online</i></b>						
1.	Promosi <i>online</i> dapat menarik perhatian calon konsumen					
2.	Promosi <i>online</i> dapat menarik minat calon konsumen terhadap produk					
3.	Promosi <i>online</i> dapat menarik keinginan calon konsumen terhadap produk					
4.	Promosi <i>online</i> dapat mendorong calon konsumen untuk membeli suatu produk					
5.	Promosi <i>online</i> mampu memberikan informasi yang tepat dan dapat dipercaya tentang sebuah produk					
6.	Promosi <i>online</i> lebih mahal dari promosi offline					
7.	Promosi <i>online</i> mampu meningkatkan popularitas produk					
8.	Promosi <i>online</i> mampu meningkatkan hasil penjualan					
<b>Jejaring Sosial</b>						
9.	Jejaring sosial memudahkan produsen memberikan informasi suatu produk					
10.	Jejaring sosial merupakan media promosi yang memiliki jaringan luas dalam melakukan kegiatan pemasaran					

11.	Jejaring sosial memudahkan produsen berinteraksi dengan calon konsumen					
12.	Setelah mempromosikan produk di jejaring sosial produsen rutin menerima <i>feed back</i> pesan dari calon konsumen					
13.	Jejaring sosial tidak mampu meningkatkan popularitas produk					
14.	Jejaring sosial membuat produk bunga potong lebih dikenal					
15.	Jejaring sosial membuat biaya promosi lebih murah dalam melakukan kegiatan pemasaran					
16.	Jejaring sosial mampu meningkatkan hasil penjualan					
<b>Informasi melalui <i>website</i></b>						
17.	Informasi mengenai petunjuk pemakaian atau penggunaan tidak jelas					
18.	Informasi mengenai detail nama produk sangat jelas					
19.	Informasi mengenai foto produk sangat jelas					
20.	Informasi mengenai spesifikasi produk dan jumlah produk sangat jelas					
21.	Informasi mengenai harga produk sangat jelas					
22.	Informasi mengenai cara pembayaran sangat jelas					
23.	Informasi mengenai cara pengiriman sangat jelas					
24.	Informasi mengenai jumlah produk yang tersedia sangat jelas					

**Lampiran 4. Analisis Pendapatan Petani Bunga Potong Mawar Sebelum Menggunakan Pemasaran *Online***

No	Nama Responden	Harga Jual	Produksi tangkai/1000 m <sup>2</sup>	Biaya Tetap				Biaya Variabel					Total Biaya Produksi	Penerimaan	Pendapatan	
				Pajak	Sewa Lahan	Penyusutan	Total Biaya tetap	Pupuk	Pestisida Bubuk	Pestisida Cair	Tenaga Kerja	Bibit				Total Biaya Variabel
1	Sugiono	1500	19475	Rp97.850	Rp3.300.000	Rp540.723	Rp3.938.573	Rp1.014.335	Rp1.078.678	Rp565.678	Rp2.555.034	Rp910.000	Rp6.123.725	Rp10.062.298	Rp29.212.500	Rp19.150.202
2	Bambang Sugiyono	1400	19214	Rp94.808	Rp3.089.093	Rp615.938	Rp3.799.838	Rp1.024.315	Rp1.105.198	Rp556.932	Rp2.320.347	Rp934.782	Rp5.006.793	Rp8.806.631	Rp26.899.902	Rp18.093.270
3	Ali Muhtadin	1600	19098	Rp106.002	Rp2.989.709	Rp571.234	Rp3.666.945	Rp1.122.071	Rp1.219.295	Rp564.278	Rp2.650.074	Rp917.180	Rp5.555.718	Rp9.222.663	Rp30.557.151	Rp21.334.488
4	Hariono	1500	19538	Rp96.740	Rp3.452.675	Rp567.565	Rp4.116.980	Rp898.587	Rp1.168.828	Rp543.801	Rp2.287.115	Rp918.756	Rp4.898.331	Rp9.015.311	Rp29.307.025	Rp20.291.714
5	Suntoro	1300	19177	Rp99.821	Rp3.271.837	Rp547.748	Rp3.919.406	Rp1.150.566	Rp1.157.931	Rp553.822	Rp2.669.933	Rp900.842	Rp5.532.252	Rp9.451.658	Rp24.930.472	Rp15.478.814
6	Sukari	1500	19670	Rp93.337	Rp3.001.936	Rp512.101	Rp3.607.375	Rp1.024.800	Rp1.178.724	Rp548.709	Rp2.328.662	Rp934.682	Rp5.080.896	Rp8.688.270	Rp29.504.698	Rp20.816.427
7	Tamanu	1600	19825	Rp103.807	Rp3.147.578	Rp540.584	Rp3.791.969	Rp1.159.233	Rp1.069.927	Rp493.077	Rp2.557.430	Rp944.904	Rp5.279.667	Rp9.071.637	Rp31.720.583	Rp22.648.947
8	Dulasim	1500	19310	Rp94.669	Rp3.658.301	Rp536.116	Rp4.289.086	Rp1.059.654	Rp1.123.870	Rp506.219	Rp2.865.290	Rp893.864	Rp5.555.033	Rp9.844.119	Rp28.964.666	Rp19.120.547
9	Abdul Rahmat	1600	19107	Rp92.482	Rp3.311.029	Rp547.856	Rp3.951.366	Rp880.746	Rp1.246.897	Rp584.289	Rp3.060.729	Rp911.888	Rp5.772.660	Rp9.724.026	Rp30.570.800	Rp20.846.775
10	Katmini	1500	19459	Rp99.070	Rp3.585.848	Rp529.238	Rp4.214.157	Rp947.674	Rp1.066.311	Rp616.196	Rp2.521.959	Rp890.998	Rp5.152.139	Rp9.366.296	Rp29.188.171	Rp19.821.875
11	Mar'atus Sholikah	1500	19318	Rp88.310	Rp3.308.158	Rp530.074	Rp3.926.542	Rp1.120.607	Rp1.022.020	Rp496.339	Rp2.750.169	Rp958.033	Rp5.389.135	Rp9.315.677	Rp28.977.268	Rp19.661.591
12	Pipit Indrayani	1500	19614	Rp99.404	Rp3.377.944	Rp542.727	Rp4.020.075	Rp969.236	Rp1.028.792	Rp612.702	Rp2.482.919	Rp922.782	Rp5.093.649	Rp9.113.724	Rp29.420.468	Rp20.306.745
13	Siti Kholifah	1500	19869	Rp102.754	Rp3.140.094	Rp557.233	Rp3.800.081	Rp1.166.201	Rp1.114.476	Rp499.256	Rp2.413.501	Rp926.250	Rp5.193.434	Rp8.993.515	Rp29.803.452	Rp20.809.937
14	Siti Aminah	1500	19965	Rp100.674	Rp3.504.346	Rp552.553	Rp4.157.573	Rp1.196.637	Rp1.318.897	Rp563.772	Rp2.748.327	Rp875.422	Rp5.827.633	Rp9.985.206	Rp29.947.325	Rp19.962.119
15	Rianik	1500	19793	Rp97.737	Rp3.172.309	Rp551.852	Rp3.821.897	Rp845.355	Rp1.148.311	Rp617.288	Rp2.929.680	Rp925.803	Rp5.540.634	Rp9.362.531	Rp29.688.983	Rp20.326.452
16	Weni Tika Erwina	1500	19880	Rp98.062	Rp3.356.758	Rp520.729	Rp3.975.549	Rp1.027.465	Rp1.228.939	Rp554.813	Rp2.207.819	Rp940.124	Rp5.019.037	Rp8.994.585	Rp29.819.581	Rp20.824.996
17	Lisa Kurnia Wati	1500	19267	Rp91.903	Rp3.202.712	Rp565.496	Rp3.860.111	Rp1.020.064	Rp1.126.350	Rp559.275	Rp1.921.714	Rp888.685	Rp4.627.403	Rp8.487.514	Rp28.901.148	Rp20.413.633
18	Juma'ini	1500	19214	Rp98.273	Rp3.305.805	Rp533.407	Rp3.937.485	Rp1.002.977	Rp848.636	Rp622.406	Rp2.544.122	Rp891.384	Rp5.018.141	Rp8.955.626	Rp28.820.630	Rp19.865.004
19	Lis Wanarti	1500	19803	Rp96.292	Rp3.223.460	Rp538.039	Rp3.857.792	Rp1.061.049	Rp1.091.723	Rp576.813	Rp2.154.280	Rp851.620	Rp4.883.866	Rp8.741.658	Rp29.705.179	Rp20.963.521
20	Rukiami	1400	19234	Rp102.581	Rp3.107.010	Rp549.418	Rp3.759.009	Rp1.093.462	Rp948.805	Rp579.867	Rp1.983.098	Rp891.676	Rp4.605.232	Rp8.364.240	Rp26.926.993	Rp18.562.753
21	Siti Khoiriyah	1600	19379	Rp94.333	Rp3.180.221	Rp565.343	Rp3.839.897	Rp883.855	Rp1.006.834	Rp532.103	Rp2.814.948	Rp929.942	Rp5.237.740	Rp9.077.637	Rp31.005.791	Rp21.928.154

2	Nasiaten	1500	19599	Rp90.810	Rp3.477.807	Rp557.079	Rp4.125.696	Rp1.127.302	Rp976.062	Rp543.765	Rp2.620.870	Rp888.152	Rp5.268.001	Rp9.393.696	Rp29.397.885	Rp20.004.189
2	Bawon	1300	19200	Rp100.841	Rp3.789.492	Rp563.709	Rp4.454.043	Rp915.218	Rp1.225.820	Rp477.275	Rp2.491.295	Rp871.290	Rp5.109.608	Rp9.563.650	Rp24.959.390	Rp15.395.740
2	Hasan	1500	19487	Rp99.394	Rp3.680.393	Rp555.275	Rp4.335.062	Rp1.082.455	Rp1.235.529	Rp553.387	Rp2.136.926	Rp934.110	Rp5.008.297	Rp9.343.358	Rp29.230.537	Rp19.887.178
2	Purnomo	1500	19487	Rp99.394	Rp3.680.393	Rp555.275	Rp4.335.062	Rp1.082.455	Rp1.235.529	Rp553.387	Rp2.136.926	Rp934.110	Rp5.008.297	Rp9.343.358	Rp29.230.537	Rp19.887.178
2	Imam Slamet	1600	19385	Rp108.226	Rp3.944.395	Rp545.671	Rp4.598.292	Rp922.984	Rp1.108.525	Rp579.863	Rp2.730.242	Rp848.515	Rp5.341.614	Rp9.939.907	Rp31.015.829	Rp21.075.923
2	Harjoko	1500	19790	Rp99.357	Rp3.134.587	Rp600.916	Rp3.834.860	Rp820.527	Rp1.139.315	Rp560.166	Rp2.457.547	Rp917.464	Rp4.977.556	Rp8.812.416	Rp29.685.339	Rp20.872.924
2	Saiful Anwar	1600	19484	Rp97.516	Rp3.591.548	Rp529.111	Rp4.218.175	Rp984.512	Rp1.119.440	Rp600.910	Rp2.534.902	Rp874.218	Rp5.239.764	Rp9.457.938	Rp31.175.166	Rp21.717.228
2	Buamin	1500	19317	Rp95.982	Rp3.061.718	Rp541.281	Rp3.698.981	Rp953.597	Rp1.092.627	Rp537.665	Rp2.841.193	Rp893.684	Rp5.425.081	Rp9.124.062	Rp28.975.099	Rp19.851.037
2	Bawon	1500	19705	Rp99.523	Rp3.085.135	Rp525.166	Rp3.709.825	Rp964.492	Rp1.194.441	Rp533.733	Rp2.310.225	Rp893.981	Rp5.002.891	Rp8.712.716	Rp29.557.600	Rp20.844.884
3	Dugi	1500	19405	Rp101.549	Rp3.457.544	Rp596.819	Rp4.155.912	Rp1.115.971	Rp971.650	Rp562.531	Rp2.880.578	Rp907.215	Rp5.530.730	Rp9.686.642	Rp29.107.394	Rp19.420.752
3	Sampurno	1500	19405	Rp101.549	Rp3.457.544	Rp596.819	Rp4.155.912	Rp1.115.971	Rp971.650	Rp562.531	Rp2.880.578	Rp907.215	Rp5.530.730	Rp9.686.642	Rp29.107.394	Rp19.420.752
3	Kasiami	1500	19480	Rp101.395	Rp3.524.287	Rp538.585	Rp4.164.268	Rp1.016.565	Rp1.042.129	Rp602.484	Rp2.494.613	Rp890.419	Rp5.155.791	Rp9.320.058	Rp29.220.461	Rp19.900.403
3	Ning Wahyuni	1400	19494	Rp91.890	Rp3.192.458	Rp556.526	Rp3.840.874	Rp1.027.542	Rp937.046	Rp487.002	Rp2.676.566	Rp910.250	Rp5.128.157	Rp8.969.030	Rp27.290.955	Rp18.321.924
3	Kasana Sari	1600	19334	Rp104.559	Rp3.253.032	Rp536.265	Rp3.893.856	Rp951.448	Rp953.279	Rp538.914	Rp2.240.832	Rp916.965	Rp4.684.474	Rp8.578.330	Rp30.934.052	Rp22.355.722
3	Eva Siswanto	1500	19264	Rp104.782	Rp3.726.326	Rp539.231	Rp4.370.339	Rp949.563	Rp945.145	Rp586.311	Rp2.877.619	Rp936.191	Rp5.358.638	Rp9.728.976	Rp28.895.853	Rp19.166.876
3	Mujianto	1300	19466	Rp95.550	Rp3.092.432	Rp543.466	Rp3.731.448	Rp990.760	Rp1.086.999	Rp572.391	Rp2.321.887	Rp913.559	Rp4.972.036	Rp8.703.484	Rp25.305.551	Rp16.602.067
3	Mad Suliyani	1500	19364	Rp98.580	Rp3.412.557	Rp538.189	Rp4.049.326	Rp1.016.779	Rp1.135.345	Rp510.749	Rp2.925.668	Rp897.502	Rp5.588.541	Rp9.637.867	Rp29.046.644	Rp19.408.777
3	Trisnu	1600	19739	Rp102.062	Rp3.690.563	Rp548.739	Rp4.341.364	Rp945.964	Rp874.156	Rp557.380	Rp2.100.105	Rp908.478	Rp4.477.605	Rp8.818.969	Rp31.582.992	Rp22.764.024
3	Mat Jayus	1500	19176	Rp102.369	Rp3.399.954	Rp505.299	Rp4.007.623	Rp970.292	Rp1.225.549	Rp560.534	Rp2.569.805	Rp885.083	Rp5.326.180	Rp9.333.802	Rp28.763.824	Rp19.430.021
3	Budi Hartoyo	1600	19337	Rp94.856	Rp3.517.087	Rp526.863	Rp4.138.806	Rp988.472	Rp947.532	Rp585.225	Rp2.506.024	Rp922.316	Rp5.027.253	Rp9.166.059	Rp30.939.842	Rp21.773.783
4	Tohir	1500	19963	Rp99.975	Rp3.259.189	Rp518.271	Rp3.877.436	Rp907.321	Rp1.029.285	Rp533.784	Rp2.771.398	Rp906.881	Rp5.241.788	Rp9.119.223	Rp29.944.027	Rp20.824.804
4	Tarmuji	1500	19504	Rp102.945	Rp3.606.161	Rp554.186	Rp4.263.291	Rp1.126.639	Rp1.186.155	Rp587.402	Rp2.332.936	Rp899.880	Rp5.233.132	Rp9.496.423	Rp29.255.958	Rp19.759.535
4	Mariono	1500	19618	Rp102.593	Rp3.127.279	Rp550.450	Rp3.780.322	Rp1.136.994	Rp962.014	Rp522.364	Rp2.234.979	Rp952.706	Rp4.856.351	Rp8.636.673	Rp29.427.565	Rp20.790.892
4	Mahfud	1500	19679	Rp90.145	Rp3.188.247	Rp535.820	Rp3.814.211	Rp1.008.843	Rp1.111.983	Rp536.026	Rp2.394.545	Rp895.323	Rp5.051.397	Rp8.865.609	Rp29.518.899	Rp20.653.290
4	Efendi	1500	19679	Rp90.145	Rp3.188.247	Rp535.820	Rp3.814.211	Rp1.008.843	Rp1.111.983	Rp536.026	Rp2.394.545	Rp895.323	Rp5.051.397	Rp8.865.609	Rp29.518.899	Rp20.653.290
4	Kusyanto	1500	19514	Rp88.791	Rp3.108.936	Rp533.181	Rp3.730.908	Rp1.013.490	Rp1.118.395	Rp616.202	Rp2.490.424	Rp890.688	Rp5.238.510	Rp8.969.419	Rp29.271.740	Rp20.302.321
4	Hariyanto	1400	19456	Rp105.996	Rp3.556.150	Rp570.010	Rp4.232.156	Rp986.649	Rp952.418	Rp541.731	Rp2.433.018	Rp962.663	Rp4.913.816	Rp9.145.972	Rp27.237.729	Rp18.091.757
4	Bibit	1600	19956	Rp99.844	Rp3.190.314	Rp518.474	Rp3.808.632	Rp1.005.169	Rp987.048	Rp623.848	Rp2.819.771	Rp909.951	Rp5.435.835	Rp9.244.467	Rp31.930.091	Rp22.685.624

47	Mochamad Candra Hermawan	1500	19597	Rp103.141	Rp3.267.039	Rp545.751	Rp3.915.931	Rp1.056.840	Rp1.002.416	Rp548.004	Rp2.537.691	Rp899.963	Rp5.144.951	Rp9.060.882	Rp29.396.040	Rp20.335.158
48	Bawon Suwandoko	1300	19593	Rp102.356	Rp3.791.723	Rp561.765	Rp4.455.844	Rp946.840	Rp974.798	Rp554.486	Rp2.291.117	Rp923.080	Rp4.767.241	Rp9.223.085	Rp25.470.541	Rp16.247.456
49	Suryanto	1500	19367	Rp93.371	Rp3.309.746	Rp534.770	Rp3.937.887	Rp882.554	Rp941.021	Rp610.848	Rp2.952.964	Rp892.007	Rp5.387.387	Rp9.325.274	Rp29.051.093	Rp19.725.819
50	Sukaryono	1600	19723	Rp86.090	Rp3.461.199	Rp572.014	Rp4.119.304	Rp1.086.933	Rp1.307.132	Rp570.523	Rp2.464.210	Rp909.967	Rp5.428.799	Rp9.548.102	Rp31.557.418	Rp22.009.316
51	Farid Frifansah	1500	19378	Rp93.221	Rp3.224.001	Rp553.004	Rp3.870.226	Rp1.046.647	Rp943.979	Rp548.616	Rp2.630.873	Rp913.011	Rp5.170.114	Rp9.040.341	Rp29.066.290	Rp20.025.949
52	Nasrul Aditya Hanan	1600	20038	Rp106.217	Rp3.276.451	Rp540.083	Rp3.922.752	Rp1.000.054	Rp882.094	Rp563.555	Rp2.783.721	Rp855.818	Rp5.229.424	Rp9.152.176	Rp32.061.375	Rp22.909.199
53	Cipto	1500	19366	Rp100.274	Rp3.581.155	Rp514.855	Rp4.196.283	Rp932.340	Rp1.278.534	Rp523.857	Rp2.607.480	Rp939.955	Rp5.342.212	Rp9.538.495	Rp29.048.666	Rp19.510.171
54	Kusnandi	1400	19639	Rp91.780	Rp3.098.948	Rp549.394	Rp3.740.122	Rp1.028.631	Rp1.231.349	Rp565.609	Rp2.448.664	Rp918.732	Rp5.274.253	Rp9.014.375	Rp27.494.217	Rp18.479.843
55	Djoko Utomo	1600	20114	Rp88.926	Rp3.260.584	Rp527.176	Rp3.876.686	Rp948.712	Rp1.170.974	Rp613.568	Rp2.258.961	Rp895.389	Rp4.992.214	Rp8.868.900	Rp32.182.781	Rp23.313.881
56	Kasiyono	1500	19711	Rp104.473	Rp3.428.825	Rp577.897	Rp4.111.195	Rp988.306	Rp1.140.478	Rp551.983	Rp2.154.538	Rp890.203	Rp4.835.306	Rp8.946.501	Rp29.566.728	Rp20.620.227
57	Khoirul Kosim	1300	19818	Rp91.360	Rp3.320.438	Rp563.390	Rp3.975.188	Rp956.723	Rp1.006.070	Rp580.724	Rp1.831.676	Rp918.925	Rp4.375.193	Rp8.350.381	Rp25.763.351	Rp17.412.970
58	Ruba'i	1500	19389	Rp96.902	Rp3.226.082	Rp531.352	Rp3.854.336	Rp899.020	Rp1.144.777	Rp534.734	Rp2.418.543	Rp924.263	Rp4.997.072	Rp8.851.408	Rp29.083.140	Rp20.231.732
59	Sa'T	1600	19935	Rp95.998	Rp3.398.341	Rp570.958	Rp4.065.296	Rp970.604	Rp1.083.220	Rp650.280	Rp2.772.664	Rp931.837	Rp5.476.767	Rp9.542.064	Rp31.896.251	Rp22.354.187
60	Choirul Sanip	1500	19497	Rp97.945	Rp3.074.107	Rp518.397	Rp3.690.449	Rp973.124	Rp1.127.993	Rp572.571	Rp2.821.591	Rp946.578	Rp5.495.279	Rp9.185.728	Rp29.245.777	Rp20.060.049
61	Tugiono	1600	19482	Rp99.965	Rp3.403.507	Rp512.564	Rp4.016.036	Rp1.000.116	Rp1.277.530	Rp589.067	Rp2.657.821	Rp929.358	Rp5.524.533	Rp9.540.569	Rp31.171.737	Rp21.631.167
62	Sukirno	1500	19556	Rp98.142	Rp3.154.227	Rp551.624	Rp3.803.993	Rp926.413	Rp1.057.847	Rp558.900	Rp3.504.834	Rp938.625	Rp6.047.994	Rp9.851.988	Rp29.334.214	Rp19.482.226
63	Nurhasim	1500	19402	Rp106.810	Rp2.487.858	Rp557.765	Rp3.152.433	Rp1.166.785	Rp1.096.353	Rp576.042	Rp2.304.792	Rp896.526	Rp5.143.972	Rp8.296.405	Rp29.102.491	Rp20.806.086
64	Sugeng Mulyono	1500	19530	Rp90.727	Rp3.237.141	Rp538.658	Rp3.866.526	Rp1.091.294	Rp886.882	Rp537.461	Rp2.676.594	Rp908.342	Rp5.192.231	Rp9.058.758	Rp29.294.902	Rp20.236.144
65	Suyanto	1500	19604	Rp97.404	Rp3.004.759	Rp556.277	Rp3.658.440	Rp985.414	Rp1.049.518	Rp531.211	Rp2.802.277	Rp908.679	Rp5.368.421	Rp9.026.860	Rp29.405.608	Rp20.378.748
66	Adhistia Ventiana Devi	1400	19342	Rp98.161	Rp3.612.159	Rp526.130	Rp4.236.450	Rp1.015.624	Rp992.300	Rp544.996	Rp2.975.006	Rp926.035	Rp5.527.925	Rp9.764.375	Rp27.078.346	Rp17.313.971
67	Hartatik	1400	19942	Rp106.270	Rp3.110.902	Rp533.017	Rp3.750.190	Rp1.093.997	Rp1.055.283	Rp605.355	Rp2.189.613	Rp946.656	Rp4.944.248	Rp8.694.437	Rp27.918.782	Rp19.224.344
68	Harti	1600	19307	Rp97.919	Rp3.255.444	Rp498.318	Rp3.851.681	Rp910.390	Rp1.077.335	Rp603.295	Rp2.601.719	Rp913.022	Rp5.192.740	Rp9.044.421	Rp30.890.943	Rp21.846.523
69	Indrawatiningsih	1400	19748	Rp102.533	Rp3.114.951	Rp510.356	Rp3.727.840	Rp1.030.621	Rp1.106.889	Rp489.883	Rp3.065.179	Rp899.012	Rp5.692.571	Rp9.420.412	Rp27.647.868	Rp18.227.456
70	Irawati	1700	19157	Rp106.979	Rp2.942.179	Rp530.736	Rp3.579.894	Rp1.164.644	Rp1.236.107	Rp571.706	Rp1.816.757	Rp952.413	Rp4.789.213	Rp8.369.107	Rp32.567.122	Rp24.198.015

	<b>Total</b>	1050 00	1367160,231	Rp6.885.3 99	Rp231.796. 181	Rp38.120.8 11	Rp276.802. 391	Rp70.701.0 64	Rp75.928.2 07	Rp39.256.5 51	Rp177.530. 401	Rp63.765.4 97	Rp364.326. 223	Rp641.128. 614	Rp2.050.838.88 9	Rp1.409.710. 275
	<b>Rata-Rata</b>	1500	19530,86044	Rp98.363	Rp3.311.37 4	Rp544.583	Rp3.954.32 0	Rp1.010.01 5	Rp1.084.68 9	Rp560.808	Rp2.536.14 9	Rp910.936	Rp5.204.66 0	Rp10.062.2 98	Rp29.212.500	Rp19.153.202

**Lampiran 5. Analisis Pendapatan Petani Bunga Potong Mawar Sesudah Menggunakan Pemasaran *Online***

No	Nama Responden	Harga Jual	Produksi tangkai/1000m <sup>2</sup>	Biaya Tetap				Biaya Variabel						Total Biaya Produksi	Penerimaan	Pendapatan
				Pajak	Sewa Lahan	Penyusutan	Total Biaya tetap	Pupuk	Pestisida Bubuk	Pestisida Cair	Tenaga Kerja	Bibit	Total Biaya Variabel			
1	Sugiono	2000	19475	Rp97.850	Rp3.300.00	Rp540.723	Rp3.938.573	Rp1.014.335	Rp1.078.678	Rp565.678	Rp2.555.034	Rp910.000	Rp6.123.725	Rp10.062.298	Rp38.950.000	Rp28.887.702
2	Bambang Sugiyono	2000	19214	Rp94.808	Rp3.089.093	Rp615.938	Rp3.799.838	Rp1.024.315	Rp1.105.198	Rp556.932	Rp2.320.347	Rp934.782	Rp5.006.793	Rp8.806.631	Rp38.428.431	Rp29.621.800
3	Ali Muhtadin	2000	19098	Rp106.002	Rp2.989.709	Rp571.234	Rp3.666.945	Rp1.122.071	Rp1.219.295	Rp564.278	Rp2.650.074	Rp917.180	Rp5.555.718	Rp9.222.663	Rp38.196.438	Rp28.973.775
4	Hariono	2100	19538	Rp96.740	Rp3.452.675	Rp567.565	Rp4.116.980	Rp898.587	Rp1.168.828	Rp543.801	Rp2.287.115	Rp918.756	Rp4.898.331	Rp9.015.311	Rp41.029.835	Rp32.014.524
5	Suntoro	1900	19177	Rp99.821	Rp3.271.837	Rp547.748	Rp3.919.406	Rp1.150.566	Rp1.157.931	Rp553.822	Rp2.669.933	Rp900.842	Rp5.532.252	Rp9.451.658	Rp36.436.843	Rp26.985.186
6	Sukari	2000	19670	Rp93.337	Rp3.001.936	Rp512.101	Rp3.607.375	Rp1.024.800	Rp1.178.724	Rp548.709	Rp2.328.662	Rp934.628	Rp5.080.896	Rp8.688.270	Rp39.339.597	Rp30.651.326
7	Tamanu	2200	19825	Rp103.807	Rp3.147.578	Rp540.584	Rp3.791.969	Rp1.159.233	Rp1.069.927	Rp493.077	Rp2.557.430	Rp944.904	Rp5.279.667	Rp9.071.637	Rp43.615.802	Rp34.544.166
8	Dulasim	2000	19310	Rp94.669	Rp3.658.301	Rp536.116	Rp4.289.086	Rp1.059.654	Rp1.123.870	Rp506.219	Rp2.865.290	Rp893.864	Rp5.555.033	Rp9.844.119	Rp38.619.554	Rp28.775.435
9	Abdul Rahmat	1900	19107	Rp92.482	Rp3.311.029	Rp547.856	Rp3.951.366	Rp880.746	Rp1.246.897	Rp584.289	Rp3.060.729	Rp911.888	Rp5.772.660	Rp9.724.026	Rp36.302.825	Rp26.578.800
10	Katmini	1900	19459	Rp99.070	Rp3.585.848	Rp529.238	Rp4.214.157	Rp947.674	Rp1.066.311	Rp616.196	Rp2.521.959	Rp890.998	Rp5.152.139	Rp9.366.296	Rp36.971.683	Rp27.605.387
11	Mar'atus Sholikhah	1800	19318	Rp88.310	Rp3.308.158	Rp530.074	Rp3.926.542	Rp1.120.607	Rp1.022.020	Rp496.339	Rp2.750.169	Rp958.033	Rp5.389.135	Rp9.315.677	Rp34.772.722	Rp25.457.045
12	Pipit Indrayani	2200	19614	Rp99.404	Rp3.377.944	Rp542.727	Rp4.020.075	Rp969.236	Rp1.028.792	Rp612.702	Rp2.482.919	Rp922.782	Rp5.093.649	Rp9.113.724	Rp43.150.020	Rp34.036.297
13	Siti Kholifah	2000	19869	Rp102.754	Rp3.140.094	Rp557.233	Rp3.800.081	Rp1.166.201	Rp1.114.476	Rp499.256	Rp2.413.501	Rp926.250	Rp5.193.434	Rp8.993.515	Rp39.737.936	Rp30.744.421
14	Siti Aminah	2000	19965	Rp100.674	Rp3.504.346	Rp552.553	Rp4.157.573	Rp1.196.637	Rp1.318.897	Rp563.772	Rp2.748.327	Rp875.422	Rp5.827.633	Rp9.985.206	Rp39.929.767	Rp29.944.561
15	Rianik	2000	19793	Rp97.730	Rp3.172.309	Rp551.852	Rp3.821.897	Rp845.355	Rp1.148.311	Rp617.288	Rp2.929.680	Rp925.803	Rp5.540.634	Rp9.362.531	Rp39.585.310	Rp30.222.779
16	Weni Tika Erwina	2100	19880	Rp98.062	Rp3.356.758	Rp520.729	Rp3.975.549	Rp1.027.465	Rp1.228.939	Rp554.813	Rp2.207.819	Rp940.124	Rp5.019.037	Rp8.994.585	Rp41.747.413	Rp32.752.828

17	Lisa Kurnia Wati	1900	19267	Rp91.90 3	Rp3.202.7 12	Rp565.49 6	Rp3.860.11 1	Rp1.020.0 64	Rp1.126.3 50	Rp559.27 5	Rp1.921.7 14	Rp888.68 5	Rp4.627.403	Rp8.487.514	Rp36.608.1 20	Rp28.120.6 06
18	Juma'ini	1700	19214	Rp98.27 3	Rp3.305.8 05	Rp533.40 7	Rp3.937.48 5	Rp1.002.9 77	Rp848.636	Rp622.40 6	Rp2.544.1 22	Rp891.38 4	Rp5.018.141	Rp8.955.626	Rp32.663.3 81	Rp23.707.7 55
19	Lis Wanarti	2200	19803	Rp96.29 2	Rp3.223.4 60	Rp538.03 9	Rp3.857.79 2	Rp1.061.0 49	Rp1.091.7 23	Rp576.81 3	Rp2.154.2 80	Rp851.62 0	Rp4.883.866	Rp8.741.658	Rp43.567.5 96	Rp34.825.9 38
20	Rukiemi	2000	19234	Rp102.5 81	Rp3.107.0 10	Rp549.41 8	Rp3.759.00 9	Rp1.093.4 62	Rp948.805	Rp579.86 7	Rp1.983.0 98	Rp891.67 6	Rp4.605.232	Rp8.364.240	Rp38.467.1 33	Rp30.102.8 93
21	Siti Khoiriyah	1900	19379	Rp94.33 3	Rp3.180.2 21	Rp565.34 3	Rp3.839.89 7	Rp883.85 5	Rp1.006.8 34	Rp532.10 3	Rp2.814.9 48	Rp929.94 2	Rp5.237.740	Rp9.077.637	Rp36.819.3 77	Rp27.741.7 40
22	Nasiaten	1900	19599	Rp90.81 0	Rp3.477.8 07	Rp557.07 9	Rp4.125.69 6	Rp1.127.3 02	Rp976.062	Rp543.76 5	Rp2.620.8 70	Rp888.15 2	Rp5.268.001	Rp9.393.696	Rp37.237.3 21	Rp27.843.6 25
23	Bawon Siswanto	1800	19200	Rp100.8 41	Rp3.789.4 92	Rp563.70 9	Rp4.454.04 3	Rp915.21 8	Rp1.225.8 20	Rp477.27 5	Rp2.491.2 95	Rp871.29 0	Rp5.109.608	Rp9.563.650	Rp34.559.1 56	Rp24.995.5 06
24	Hasan Purnomo	2200	19487	Rp99.39 4	Rp3.680.3 93	Rp555.27 5	Rp4.335.06 2	Rp1.082.4 55	Rp1.235.5 29	Rp553.38 7	Rp2.136.9 26	Rp934.11 0	Rp5.008.297	Rp9.343.358	Rp42.871.4 54	Rp33.528.0 95
25	Imam Slamet	2000	19385	Rp108.2 26	Rp3.944.3 95	Rp545.67 1	Rp4.598.29 2	Rp922.98 4	Rp1.108.5 25	Rp579.86 3	Rp2.730.2 42	Rp848.51 5	Rp5.341.614	Rp9.939.907	Rp38.769.7 86	Rp28.829.8 80
26	Harjoko	2300	19790	Rp99.35 7	Rp3.134.5 87	Rp600.91 6	Rp3.834.86 0	Rp820.52 7	Rp1.139.3 15	Rp560.16 6	Rp2.457.5 47	Rp917.46 4	Rp4.977.556	Rp8.812.416	Rp45.517.5 21	Rp36.705.1 05
27	Saiful Anwar	2000	19484	Rp97.51 6	Rp3.591.5 48	Rp529.11 1	Rp4.218.17 5	Rp984.51 2	Rp1.119.4 40	Rp600.91 0	Rp2.534.9 02	Rp874.21 8	Rp5.239.764	Rp9.457.938	Rp38.968.9 57	Rp29.511.0 19
28	Buamin	2000	19317	Rp95.98 2	Rp3.061.7 18	Rp541.28 1	Rp3.698.98 1	Rp953.59 7	Rp1.092.6 27	Rp537.66 5	Rp2.841.1 93	Rp893.68 4	Rp5.425.081	Rp9.124.062	Rp38.633.4 65	Rp29.509.4 03
29	Bawon Kariono	2100	19705	Rp99.52 3	Rp3.085.1 35	Rp525.16 6	Rp3.709.82 5	Rp964.49 2	Rp1.194.4 41	Rp533.73 3	Rp2.310.2 25	Rp893.98 1	Rp5.002.891	Rp8.712.716	Rp41.380.6 41	Rp32.667.9 24
30	Dugi Sampurno	1900	19405	Rp101.5 49	Rp3.457.5 44	Rp596.81 9	Rp4.155.91 2	Rp1.115.9 71	Rp971.650	Rp562.53 1	Rp2.880.5 78	Rp907.21 5	Rp5.530.730	Rp9.686.642	Rp36.869.3 65	Rp27.182.7 24
31	Kasiami	2000	19480	Rp101.3 95	Rp3.524.2 87	Rp538.58 5	Rp4.164.26 8	Rp1.016.5 65	Rp1.042.1 29	Rp602.48 4	Rp2.494.6 13	Rp890.41 9	Rp5.155.791	Rp9.320.058	Rp38.960.6 15	Rp29.640.5 56
32	Ning Wahyuni	2200	19494	Rp91.89 0	Rp3.192.4 58	Rp556.52 6	Rp3.840.87 4	Rp1.027.5 42	Rp937.046	Rp487.00 2	Rp2.676.5 66	Rp910.25 0	Rp5.128.157	Rp8.969.030	Rp42.885.7 86	Rp33.916.7 56
33	Kasana Sari	2000	19334	Rp104.5 59	Rp3.253.0 32	Rp536.26 5	Rp3.893.85 6	Rp951.44 8	Rp953.279	Rp538.91 4	Rp2.240.8 32	Rp916.96 5	Rp4.684.474	Rp8.578.330	Rp38.667.5 64	Rp30.089.2 35
34	Eva Siswanto Utomo	1900	19264	Rp104.7 82	Rp3.726.3 26	Rp539.23 1	Rp4.370.33 9	Rp949.56 3	Rp945.145	Rp586.31 1	Rp2.877.6 19	Rp936.19 1	Rp5.358.638	Rp9.728.976	Rp36.601.4 13	Rp26.872.4 37
35	Mujianto	1900	19466	Rp95.55 0	Rp3.092.4 32	Rp543.46 6	Rp3.731.44 8	Rp990.76 0	Rp1.086.9 99	Rp572.39 1	Rp2.321.8 87	Rp913.55 9	Rp4.972.036	Rp8.703.484	Rp36.985.0 36	Rp28.281.5 52
36	Mad Suliyani	1800	19364	Rp98.58 0	Rp3.412.5 57	Rp538.18 9	Rp4.049.32 6	Rp1.016.7 79	Rp1.135.3 45	Rp510.74 9	Rp2.925.6 68	Rp897.50 2	Rp5.588.541	Rp9.637.867	Rp34.855.9 73	Rp25.218.1 05

37	Trisnu	2200	19739	Rp102.062	Rp3.690.563	Rp548.739	Rp4.341.364	Rp945.964	Rp874.156	Rp557.380	Rp2.100.105	Rp908.478	Rp4.477.605	Rp8.818.969	Rp43.426.614	Rp34.607.646
38	Mat Jayus	2000	19176	Rp102.369	Rp3.399.954	Rp505.299	Rp4.007.623	Rp970.292	Rp1.225.549	Rp560.534	Rp2.569.805	Rp885.083	Rp5.326.180	Rp9.333.802	Rp38.351.765	Rp29.017.963
39	Budi Hartoyo	2000	19337	Rp94.856	Rp3.517.087	Rp526.863	Rp4.138.806	Rp988.472	Rp947.532	Rp585.225	Rp2.506.024	Rp922.316	Rp5.027.253	Rp9.166.059	Rp38.674.803	Rp29.508.744
40	Tohir	2100	19963	Rp99.975	Rp3.259.189	Rp518.271	Rp3.877.436	Rp907.321	Rp1.029.285	Rp533.784	Rp2.771.398	Rp906.881	Rp5.241.788	Rp9.119.223	Rp41.921.638	Rp32.802.414
41	Tarmuji	1900	19504	Rp102.945	Rp3.606.161	Rp554.186	Rp4.263.291	Rp1.126.639	Rp1.186.155	Rp587.402	Rp2.332.936	Rp899.880	Rp5.233.132	Rp9.496.423	Rp37.057.546	Rp27.561.123
42	Mariono	2000	19618	Rp102.593	Rp3.127.279	Rp550.450	Rp3.780.322	Rp1.136.994	Rp962.014	Rp522.364	Rp2.234.979	Rp952.706	Rp4.856.351	Rp8.636.673	Rp39.236.753	Rp30.600.080
43	Mahfud Efendi	2200	19679	Rp90.145	Rp3.188.247	Rp535.820	Rp3.814.211	Rp1.008.843	Rp1.111.983	Rp536.026	Rp2.394.545	Rp895.323	Rp5.051.397	Rp8.865.609	Rp43.294.385	Rp34.428.776
44	Kusyanto	2000	19514	Rp88.791	Rp3.108.936	Rp533.181	Rp3.730.908	Rp1.013.490	Rp1.118.395	Rp616.202	Rp2.490.424	Rp890.688	Rp5.238.510	Rp8.969.419	Rp39.028.987	Rp30.059.568
45	Hariyanto	1900	19456	Rp105.996	Rp3.556.150	Rp570.010	Rp4.232.156	Rp986.649	Rp952.418	Rp541.731	Rp2.433.018	Rp962.663	Rp4.913.816	Rp9.145.972	Rp36.965.490	Rp27.819.517
46	Bibit	1900	19956	Rp99.844	Rp3.190.314	Rp518.474	Rp3.808.632	Rp1.005.169	Rp987.048	Rp623.848	Rp2.819.771	Rp909.951	Rp5.435.835	Rp9.244.467	Rp37.916.983	Rp28.672.516
47	Mochamad Candra Hermawan	1800	19597	Rp103.141	Rp3.267.039	Rp545.751	Rp3.915.931	Rp1.056.840	Rp1.002.416	Rp548.004	Rp2.537.691	Rp899.963	Rp5.144.951	Rp9.060.882	Rp35.275.248	Rp26.214.366
48	Bawon Suwandoko	2200	19593	Rp102.356	Rp3.791.723	Rp561.765	Rp4.455.844	Rp946.840	Rp974.798	Rp554.486	Rp2.291.117	Rp923.080	Rp4.767.241	Rp9.223.085	Rp43.103.993	Rp33.880.908
49	Suryanto	2000	19367	Rp93.371	Rp3.309.746	Rp534.770	Rp3.937.887	Rp882.554	Rp941.021	Rp610.848	Rp2.952.964	Rp892.007	Rp5.387.387	Rp9.325.274	Rp38.734.790	Rp29.409.517
50	Sukaryono	1900	19723	Rp86.090	Rp3.461.199	Rp572.014	Rp4.119.304	Rp1.086.933	Rp1.307.132	Rp570.523	Rp2.464.210	Rp909.967	Rp5.428.799	Rp9.548.102	Rp37.474.434	Rp27.926.332
51	Farid Frifansah	2000	19378	Rp93.221	Rp3.224.001	Rp553.004	Rp3.870.226	Rp1.046.647	Rp943.979	Rp548.616	Rp2.630.873	Rp913.011	Rp5.170.114	Rp9.040.341	Rp38.755.053	Rp29.714.713
52	Nasrul Aditya Hanan	2000	20038	Rp106.217	Rp3.276.451	Rp540.083	Rp3.922.752	Rp1.000.054	Rp882.094	Rp563.555	Rp2.783.721	Rp855.818	Rp5.229.424	Rp9.152.176	Rp40.076.718	Rp30.924.543
53	Cipto	2000	19366	Rp100.274	Rp3.581.155	Rp514.855	Rp4.196.283	Rp932.340	Rp1.278.534	Rp523.857	Rp2.607.480	Rp939.955	Rp5.342.212	Rp9.538.495	Rp38.731.555	Rp29.193.060
54	Kusnandi	2100	19639	Rp91.780	Rp3.098.948	Rp549.394	Rp3.740.122	Rp1.028.631	Rp1.231.349	Rp565.609	Rp2.448.664	Rp918.732	Rp5.274.253	Rp9.014.375	Rp41.241.326	Rp32.226.951
55	Djoko Utomo	1900	20114	Rp88.926	Rp3.260.584	Rp527.176	Rp3.876.686	Rp948.712	Rp1.170.974	Rp613.568	Rp2.258.961	Rp895.389	Rp4.992.214	Rp8.868.900	Rp38.217.053	Rp29.348.153
56	Kasiyono	2000	19711	Rp104.473	Rp3.428.825	Rp577.897	Rp4.111.195	Rp988.306	Rp1.140.478	Rp551.983	Rp2.154.538	Rp890.203	Rp4.835.306	Rp8.946.501	Rp39.422.304	Rp30.475.803

57	Khoirul Kosim	2200	19818	Rp91.360	Rp3.320.438	Rp563.390	Rp3.975.188	Rp956.723	Rp1.006.070	Rp580.724	Rp1.831.676	Rp918.925	Rp4.375.193	Rp8.350.381	Rp43.599.517	Rp35.249.137
58	Ruba'i	2000	19389	Rp96.902	Rp3.226.082	Rp531.352	Rp3.854.336	Rp899.020	Rp1.144.777	Rp534.734	Rp2.418.543	Rp924.263	Rp4.997.072	Rp8.851.408	Rp38.777.520	Rp29.926.112
59	Sa'?'T	1900	19935	Rp95.998	Rp3.398.341	Rp570.958	Rp4.065.296	Rp970.604	Rp1.083.220	Rp650.280	Rp2.772.664	Rp931.837	Rp5.476.767	Rp9.542.064	Rp37.876.797	Rp28.334.734
60	Choirul Sanip	1900	19497	Rp97.945	Rp3.074.107	Rp518.397	Rp3.690.449	Rp973.124	Rp1.127.993	Rp572.571	Rp2.821.591	Rp946.578	Rp5.495.279	Rp9.185.728	Rp37.044.651	Rp27.858.923
61	Tugiono	1800	19482	Rp99.965	Rp3.403.507	Rp512.564	Rp4.016.036	Rp1.000.116	Rp1.277.530	Rp589.067	Rp2.657.821	Rp929.358	Rp5.524.533	Rp9.540.569	Rp35.068.204	Rp25.527.634
62	Sukirno	2200	19556	Rp98.142	Rp3.154.227	Rp551.624	Rp3.803.993	Rp926.413	Rp1.057.847	Rp558.900	Rp3.504.834	Rp938.625	Rp6.047.994	Rp9.851.988	Rp43.023.514	Rp33.171.526
63	Nurhasim	2000	19402	Rp106.810	Rp2.487.858	Rp557.765	Rp3.152.433	Rp1.166.785	Rp1.096.353	Rp576.042	Rp2.304.792	Rp896.526	Rp5.143.972	Rp8.296.405	Rp38.803.321	Rp30.506.916
64	Sugeng Mulyono	2500	19530	Rp90.727	Rp3.237.141	Rp538.658	Rp3.866.526	Rp1.091.294	Rp886.882	Rp537.461	Rp2.676.594	Rp908.342	Rp5.192.231	Rp9.058.758	Rp48.824.837	Rp39.766.079
65	Suyanto	1900	19604	Rp97.404	Rp3.004.759	Rp556.277	Rp3.658.440	Rp985.414	Rp1.049.518	Rp531.211	Rp2.802.277	Rp908.679	Rp5.368.421	Rp9.026.860	Rp37.247.103	Rp28.220.243
66	Adhistia Ventiana Devi	1900	19342	Rp98.161	Rp3.612.159	Rp526.130	Rp4.236.450	Rp1.015.624	Rp992.300	Rp544.996	Rp2.975.006	Rp926.035	Rp5.527.925	Rp9.764.375	Rp36.749.184	Rp26.984.809
67	Hartatik	1900	19942	Rp106.270	Rp3.110.902	Rp533.017	Rp3.750.190	Rp1.093.997	Rp1.055.283	Rp605.355	Rp2.189.613	Rp946.656	Rp4.944.248	Rp8.694.437	Rp37.889.775	Rp29.195.338
68	Harti	2000	19307	Rp97.919	Rp3.255.444	Rp498.318	Rp3.851.681	Rp910.390	Rp1.077.335	Rp603.295	Rp2.601.719	Rp913.022	Rp5.192.740	Rp9.044.421	Rp38.613.679	Rp29.569.259
69	Indrawatiningsih	2000	19748	Rp102.533	Rp3.114.951	Rp510.356	Rp3.727.840	Rp1.030.621	Rp1.106.889	Rp489.883	Rp3.065.179	Rp899.021	Rp5.692.571	Rp9.420.412	Rp39.496.954	Rp30.076.543
70	Irawati	1900	19157	Rp106.979	Rp2.942.179	Rp530.736	Rp3.579.894	Rp1.164.644	Rp1.236.107	Rp571.706	Rp1.816.757	Rp952.413	Rp4.789.213	Rp8.369.107	Rp36.398.548	Rp28.029.441
	<b>Total</b>	<b>140000</b>	<b>1367160,231</b>	<b>Rp6.885.399</b>	<b>Rp231.796.181</b>	<b>Rp38.120.811</b>	<b>Rp276.802.391</b>	<b>Rp70.701.064</b>	<b>Rp75.928.207</b>	<b>Rp39.256.551</b>	<b>Rp177.530.401</b>	<b>Rp63.765.497</b>	<b>Rp364.326.223</b>	<b>Rp641.128.614</b>	<b>Rp2.735.024.884</b>	<b>Rp2.093.896.270</b>
	<b>Rata-Rata</b>	<b>2000</b>	<b>19530,86044</b>	<b>Rp98.363</b>	<b>Rp3.311.374</b>	<b>Rp544.583</b>	<b>Rp3.954.320</b>	<b>Rp1.010.015</b>	<b>Rp1.084.689</b>	<b>Rp560.808</b>	<b>Rp2.536.149</b>	<b>Rp910.936</b>	<b>Rp5.204.660</b>	<b>Rp10.062.298</b>	<b>Rp38.950.000</b>	<b>Rp28.887.702</b>

## Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

### HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

#### a. Uji Validitas

No Soal	R Hitung	R Tabel	Df (N-2)	Keterangan
1	,488*	0,4227	18	Valid
2	,823**	0,4227	18	Valid
3	,823**	0,4227	18	Valid
4	,619**	0,4227	18	Valid
5	,881**	0,4227	18	Valid
6	,466*	0,4227	18	Valid
7	,604**	0,4227	18	Valid
8	,466*	0,4227	18	Valid
9	,624**	0,4227	18	Valid
10	,823**	0,4227	18	Valid
11	,823**	0,4227	18	Valid
12	,579**	0,4227	18	Valid
13	,687**	0,4227	18	Valid
14	,713**	0,4227	18	Valid
15	,615**	0,4227	18	Valid
16	,508*	0,4227	18	Valid
17	,713**	0,4227	18	Valid
18	,522*	0,4227	18	Valid
19	,811**	0,4227	18	Valid
20	,688**	0,4227	18	Valid
21	,687**	0,4227	18	Valid
22	,605**	0,4227	18	Valid
23	,881**	0,4227	18	Valid
24	,713**	0,4227	18	Valid

**b. Uji Reliabilitas**

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemasaran *Online*

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	24

## Lampiran 7. Karakteristik Responden

### DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

NO	Nama	Usia	Pendidikan	Luas Lahan (M <sup>2</sup> )	Lama Usaha Tani	Alamat
1	SUGIONO	55	SD	1330	30	RT 04/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
2	BAMBANG SUGIYONO	55	SMA	300	30	RT 01/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
3	ALI MUHTADIN	49	SMP	1500	24	RT 03/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
4	HARIONO	61	SMA	500	36	RT 04/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
5	SUNTORO	43	SMP	600	18	RT 02/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
6	SUKARI	45	SD	500	20	RT 02/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
7	TAMANU	63	SMA	667	38	RT 05/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
8	DULASIM	60	SMP	330	35	RT 05/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
9	ABDUL RAHMAT	48	SMP	3100	23	RT 07/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
10	KATMINI	48	SMA	833	23	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
11	MAR'ATUS SHOLIKAH	46	Sarjana	800	21	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
12	PIPIT INDRAYANI	32	SMP	200	7	RT 01/RW 08 BRUMBUNG GUNUNG SARI
13	SITI KHOLIFAH	58	Sarjana	2400	33	RT 05/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
14	SITI AMINAH	46	SMP	315	21	RT 05/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
15	RIANIK	52	SMA	1000	27	RT 07/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
16	WENI TIKA ERWINA	31	Sarjana	2150	6	RT 07/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
17	LISA KURNIA WATI	34	SMP	833	9	RT 03/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
18	JUMA'INI	58	SMA	667	33	RT 03/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
19	LIS WANARTI	57	SD	1250	32	RT 03/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
20	RUKIAMI	41	SMA	660	16	RT 04/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
21	SITI KHOIRIYAH	42	SD	250	17	RT 01/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
22	NASIATEN	60	SMA	800	35	RT 02/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
23	BAWON SISWANTO	38	Sarjana	120	13	RT 04/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI

24	HASAN PURNOMO	28	SD	100	3	RT 02/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
25	IMAM SLAMET	45	SMA	600	20	RT 01/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
26	HARJOKO	51	SMA	780	26	RT 01/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
27	SAIFUL ANWAR	47	SMP	1667	22	RT 02/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
28	BUAMIN	59	SMA	740	34	RT 01/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
29	BAWON KARIONO	40	Sarjana	833	15	RT 04/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
30	DUGI SAMPURNO	46	SD	1000	21	RT 01/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
31	KASIAMI	49	Sarjana	4167	24	RT 07/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
32	NING WAHYUNI	26	Sarjana	2000	3	RT 04/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
33	KASANA SARI	25	SMA	767	2	RT 07/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
34	EVA SISWANTO UTOMO	35	SD	1500	10	RT 05/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
35	MUJIANTO	46	Sarjana	1000	21	RT 07/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
36	MAD SULIYAN	55	Sarjana	1000	30	RT 05/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
37	TRISNU	63	SMA	6000	38	RT 02/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
38	MAT JAYUS	71	SMA	1400	46	RT 07/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
39	BUDI HARTOYO	44	SMA	3050	19	RT 07/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
40	TOHIR	39	SD	1300	14	RT 03/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
41	TARMUJI	65	SMA	1000	40	RT 06/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
42	MARIONO	41	SMA	1275	16	RT 07/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
43	MAHFUD EFENDI	36	SMA	1667	11	RT 05/RW 01 BRUMBUNG GUNUNG SARI
44	KUSYANTO	39	SD	1600	14	RT 07/RW 08 BRUMBUNG GUNUNG SARI
45	HARIYANTO	50	SMA	800	25	RT 05/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
46	BIBIT	54	SMP	800	29	RT 05/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
47	MOCHAMAD CANDRA HERMAWAN	26	SMA	1650	2	RT 05/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
48	BAWON SUWANDOKO	55	SD	600	30	RT 03/RW 04 BRUMBUNG GUNUNG SARI
49	SURYANTO	58	Sarjana	800	33	RT 05/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI

50	SUKARYONO	57	SD	900	32	RT 07/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
51	FARID FRIFANSAH	31	SMA	700	6	RT 05/RW 05 BRUMBUNG GUNUNG SARI
52	NASRUL ADITYA HANAN	40	SMA	2500	15	RT 04/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
53	CIPTO	57	SMA	650	32	RT 08/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
54	KUSNANDI	57	SMA	750	32	RT 04/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
55	DJOKO UTOMO	58	SMA	840	33	RT 06/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
56	KASIYONO	51	Sarjana	600	26	RT 02/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
57	KHOIRUL KOSIM	53	SMA	1167	28	RT 05/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
58	RUBA'I	76	SMP	820	51	RT 03/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
59	SA'IT	58	SMA	1000	33	RT 05/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
60	CHOIRUL SANIP	53	SMA	500	28	RT 06/RW 01 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
61	TUGIONO	61	Sarjana	333	36	RT 03/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
62	SUKIRNO	63	Sarjana	844	38	RT 03/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
63	NURHASIM	58	SMA	1000	33	RT 02/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
64	SUGENG MULYONO	47	SMA	1345	22	RT 02/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
65	SUYANTO	61	SD	1000	36	RT 07/RW 06 BRUMBUNG GUNUNGSARI
66	ADHISTIA VENTIANA DEVI	29	SMP	1230	4	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
67	HARTATIK	36	SD	2000	11	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
68	HARTI	49	Sarjana	1000	24	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
69	INDRAWATININGSIH	39	SMP	400	14	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
70	IRAWATI	34	SMP	350	9	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI

**Lampiran 8. Rekapitulasi Tabulasi Data Instrumen Penelitian**

No	Nama	Promosi Online								Jejaring Sosial								Informasi Melalui Website								Xtotal	Pendapatan	
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24		Y1	
1	Sugiono	5	3	5	4	5	3	3	5	1	5	5	3	4	5	5	4	5	5	2	4	5	5	3	5	99	Rp	28.887.702
2	Bambang Sugiyono	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	102	Rp	29.621.800
3	Ali Muhtadin	5	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114	Rp	28.973.775
4	Hariono	3	3	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	Rp	32.014.524
5	Suntoro	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	1	5	5	106	Rp	26.985.186
6	Sukari	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119	Rp	30.651.326
7	Tamanu	4	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	100	Rp	34.544.166
8	Dulasim	5	5	5	4	4	1	1	3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	98	Rp	28.775.435
9	Abdul Rahmat	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119	Rp	26.578.800
10	Katmini	5	4	5	4	4	1	1	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	94	Rp	27.605.387
11	Mar'atus Sholikhah	5	4	5	4	5	2	2	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	100	Rp	25.457.045
12	Pipit Indrayani	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	103	Rp	34.036.297
13	Siti Kholifah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120	Rp	30.744.421
14	Siti Aminah	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	99	Rp	29.944.561
15	Rianik	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	105	Rp	30.222.779
16	Weni Tika Erwina	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	3	5	5	4	3	4	99	Rp	32.752.828
17	Lisa Kurnia Wati	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	99	Rp	28.120.606
18	Juma'ini	5	4	3	2	5	2	2	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	95	Rp	23.707.755
19	Lis Wanarti	3	4	2	2	5	3	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99	Rp	34.825.938
20	Rukiami	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	113	Rp	30.102.893
21	Siti Khoiriyah	5	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	110	Rp	27.741.740
22	Nasiaten	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	99	Rp	27.843.625
23	Bawon Siswanto	5	3	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	112	Rp	24.995.506

24	Hasan Purnomo	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	110	Rp	33.528.095	
25	Imam Slamet	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	112	Rp	28.829.880	
26	Harjoko	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	118	Rp	36.705.105	
27	Saiful Anwar	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	102	Rp	29.511.019
28	Buamin	5	5	4	3	1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4	99	Rp	29.509.403
29	Bawon Kariono	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	119	Rp	32.667.924
30	Dugi Sampurno	5	5	4	3	1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	97	Rp	27.182.724
31	Kasiami	5	5	4	3	2	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	101	Rp	29.640.556
32	Ning Wahyuni	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	102	Rp	33.916.756
33	Kasana Sari	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120	Rp	30.089.235
34	Eva Siswanto Utomo	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	100	Rp	26.872.437
35	Mujianto	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	103	Rp	28.281.552
36	Mad Suliyani	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	100	Rp	25.218.105
37	Trisnu	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	2	5	102	Rp	34.607.646
38	Mat Jayus	3	4	3	2	5	2	2	3	1	3	3	4	5	3	5	5	4	4	4	3	4	5	1	4	82	Rp	29.017.963
39	Budi Hartoyo	4	4	2	2	5	3	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	103	Rp	29.508.744
40	Tohir	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	Rp	32.802.414
41	Tarmuji	5	5	3	5	3	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	111	Rp	27.561.123
42	Mariono	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	99	Rp	30.600.080
43	Mahfud Efendi	5	3	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	112	Rp	34.428.776
44	Kusyanto	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114	Rp	30.059.568
45	Hariyanto	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	112	Rp	27.819.517
46	Bibit	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	118	Rp	28.672.516
47	Mochamad Candra Hermawan	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	104	Rp	26.214.366
48	Bawon Suwandoko	5	5	4	3	1	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	100	Rp	33.880.908
49	Suryanto	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119	Rp	29.409.517
50	Sukaryono	4	5	4	3	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	95	Rp	27.926.332

51	Farid Frifansah	5	5	4	3	2	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	101	Rp	29.714.713
52	Nasrul Aditya Hanan	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	104	Rp	30.924.543
53	Cipto	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120	Rp	29.193.060
54	Kusnandi	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	101	Rp	32.226.951
55	Djoko Utomo	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	104	Rp	29.348.153
56	Kasiyono	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	103	Rp	30.475.803
57	Khoirul Kosim	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	103	Rp	35.249.137
58	Ruba'i	5	5	3	2	5	2	2	3	1	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	93	Rp	29.926.112
59	Sa'?'T	3	4	2	2	5	3	3	1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	101	Rp	28.334.734
60	Choirul Sanip	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	113	Rp	27.858.923
61	Tugiono	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	Rp	25.527.634
62	Sukirno	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	98	Rp	33.171.526
63	Nurhasim	5	3	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	112	Rp	30.506.916
64	Sugeng Mulyono	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	110	Rp	39.766.079
65	Suyanto	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	112	Rp	28.220.243
66	Adhistia Ventiana Devi	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	118	Rp	26.984.809
67	Hartatik	4	5	4	4	4	5	5	5	1	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	102	Rp	29.195.338
68	Harti	5	5	4	3	1	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	100	Rp	29.569.259
69	Indrawatiningsih	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119	Rp	30.076.543
70	Irawati	3	5	4	3	1	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	2	4	4	94	Rp	28.029.441

## Lampiran 9. Kuesioner Evaluasi Penyuluhan

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama : .....

Umur : ..... Tahun

Pendidikan Terakhir : .....

Luas Lahan : .....

Lama Usaha Tani : .....

### PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti.
2. Saudara/i dimohon untuk memberikan penilaian sistem pemasaran *online* terhadap produk pertanian
3. Saudara/i dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan secara objektif dengan memberi tanda centang (√) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang dirasa paling tepat.
4. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan

No	Pernyataan	Benar	Salah
	Mengetahui		
1.	Pemasaran <i>Online</i> Merupakan salah satu cara memasarkan produk dengan jaringan internet		
2.	Pemasaran <i>Online</i> bisa dilakukan di sosial media, aplikasi <i>E-commerce</i> dan situs jual-beli lainnya		
3.	Pemasaran <i>Online</i> dilakukan tanpa perlu adanya promosi produk		
4.	TaniHub dan Among Tani merupakan salah satu bentuk aplikasi pemasaran <i>online</i>		
	Memahami		
5.	Pemasaran <i>online</i> dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya.		
6.	Pemasaran <i>online</i> dapat dioperasikan dengan perangkat <i>smartphone</i> dan komputer.		
7.	Sebuah website atau aplikasi <i>online</i> yang tidak memfasilitasi proses jual beli dan toko		
8.	Iklan suatu produk tidak termasuk dalam contoh promosi pemasaran <i>online</i>		
	Menerapkan		
9.	Proses pascapanen tidak berpengaruh dalam penjualan produk pada pemasaran <i>online</i> .		
10.	Promosi <i>online</i> bertujuan menyampaikan pesan pemasaran agar pelanggan tertarik dan membeli produk yang di tawarkan		
11.	Salah satu keuntungan iklan <i>online</i> adalah jangkauan terbatas dan tidak bebas.		

12.	Pemasaran <i>online</i> memungkinkan organisasi atau pebisnis untuk berkomunikasi dan terlibat dengan konsumen mereka secara interaktif dan relevan melalui perangkat mobile atau jaringan nirkabel		
	Menganalisis		
13.	Pemasaran <i>online</i> dapat mengurangi hasil penjualan produk.		
14.	Pemasaran <i>online</i> tidak perlu memerlukan informasi yang tepat dan akurat agar dapat meningkatkan penjualan.		
15.	Pemasaran <i>Online</i> dapat menjangkau konsumen yang luas.		
16	Biaya promosi pada pemasaran <i>online</i> sangat murah dan terjangkau		
	Sintesis		
17	Promosi pada pemasaran <i>online</i> dengan informasi yang akurat dan tepat dapat meningkatkan penjualan dan perluasan konsumen.		
18	Melakukan pemasaran pada sosial media tidak menambah penjualan produk dan pendapatan.		
19	Riset pasar tidak perlu dilakukan pada pemasaran <i>online</i> .		
20	Pemasaran <i>online</i> dapat menambah nilai jual pada produk		
	Evaluasi		
21	Komunikasi pada pemasaran <i>online</i> dengan konsumen tidak perlu baik untuk meningkatkan penjualan		
22	Website atau aplikasi <i>online</i> pemasaran menyediakan data kunjungan, penjualan dan komentar pada produk.		

23	Pemasaran <i>online</i> memberikan ruang komunikasi kepada konsumen secara langsung.		
24	Strategi pemasaran diperlukan pada pemasaran <i>online</i> agar terjadi peningkatan penjualan dan peningkatan pendapatan.		
25	Pemasaran <i>online</i> mampu meningkatkan penjualan, perluasan konsumen dan meningkatkan pendapatan		

**Lampiran 10. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Evaluasi Penyuluhan**

**HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN EVALUASI  
PENYULUHAN**

**a. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	No Soal	R Hitung	R Tabel	Df (N-2)	Keterangan
Pengetahuan	1	0,683	0,4821	15	Valid
	2	0,660	0,4821	15	Valid
	3	0,759	0,4821	15	Valid
	4	0,660	0,4821	15	Valid
	5	0,660	0,4821	15	Valid
	6	0,660	0,4821	15	Valid
	7	0,660	0,4821	15	Valid
	8	0,800	0,4821	15	Valid
	9	0,497	0,4821	15	Valid
	10	0,800	0,4821	15	Valid
	11	0,800	0,4821	15	Valid
	12	0,660	0,4821	15	Valid
	13	0,800	0,4821	15	Valid
	14	0,660	0,4821	15	Valid
	15	0,800	0,4821	15	Valid
	16	0,660	0,4821	15	Valid
	17	0,800	0,4821	15	Valid
	18	0,660	0,4821	15	Valid
	19	0,535	0,4821	15	Valid
	20	0,535	0,4821	15	Valid
	21	0,647	0,4821	15	Valid
	22	0,660	0,4821	15	Valid
	23	0,588	0,4821	15	Valid
	24	0,660	0,4821	15	Valid
	25	0,759	0,4821	15	Valid

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,949	25

**Lampiran 11. Karakteristik Responden Penyuluhan**

**DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN PENYULUHAN**

<b>NO</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Lama Usaha Tani</b>	<b>Alamat</b>
1	Khoirul Kosim	53	SMA	28	RT 05/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
2	Cipto	57	SMA	27	RT 08/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
3	Siti Kholifah	58	SMA	31	RT 05/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
4	Adhistia Ventiana	29	Sarjana	5	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
5	Ning Wahyuni	26	SD	5	RT 04/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
6	Riyadi P	43	SMA	20	RT 01/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
7	Mar'atus Sholikah	46	SMA	21	RT 01/RW 10 BRAU GUNUNGSARI
8	Lis Wanarti	57	Sarjana	32	RT 03/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
9	Sukaryono	57	SD	33	RT 07/RW 06 BRUMBUNG GUNUNG SARI
10	Tamanu	63	SMP	38	RT 05/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
11	Kasiyono	51	SMA	27	RT 02/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
12	Rukiemi	41	SMA	20	RT 04/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
13	Bambang Sugiyono	45	SMA	20	RT 01/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI
14	Sugeng Mulyono	47	SMP	22	RT 02/RW 02 PAGER GUNUNG GUNUNG SARI
15	Juma'ini	58	SMA	18	RT 03/RW 08 JANTUR GUNUNG SARI
16	Mujianto	46	SMA	15	RT 07/RW 04 KANDANGAN GUNUNG SARI
17	Imam Slamet	45	SMA	10	RT 01/RW 09 CLAKET GUNUNG SARI

**Lampiran 12. Rekapitulasi Tabulasi Data Instrumen Evaluasi Penyuluhan (Pre-Test)**

No	Nama Responden	Soal Ke																									Jumlah	SKOR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	Khoirul Kosim	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	16	64
2	Cipto	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	10	40	
3	Siti Kholifah	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	14	56	
4	Adhistia Ventiana	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	15	60		
5	Ning Wahyuni	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	13	52	
6	Riyadi P	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	10	40	
7	Mar'atus Sholikah	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	15	60	
8	Lis Wanarti	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	10	40	
9	Sukaryono	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	15	60	
10	Tamanu	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	12	48	
11	Kasiyono	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	15	60	
12	Rukiami	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	10	40	
13	Bambang Sugiyono	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	12	48	
14	Sugeng Mulyono	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	13	52	
15	Juma'ini	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	10	40	
16	Mujianto	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	15	60	
17	Imam Slamet	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	14	56	

**Lampiran 13. Rekapitulasi Tabulasi Data Instrumen Evaluasi Penyuluhan (Post-Test)**

No	Nama Responden	Soal Ke																									Jumlah	SKOR
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	Khoirul Kosim	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	92
2	Cipto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	23	92
3	Siti Kholifah	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	19	76
4	Adhistia Ventiana	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	19	76	
5	Ning Wahyuni	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	20	80
6	Riyadi P	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	84
7	Mar'atus Sholikah	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	19	76
8	Lis Wanarti	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	18	72
9	Sukaryono	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	22	88
10	Tamanu	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	19	76
11	Kasiyono	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	19	76
12	Rukiami	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	18	72
13	Bambang Sugiyono	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	18	72
14	Sugeng Mulyono	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	17	68
15	Juma'ini	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	19	76
16	Mujiyanto	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	20	80
17	Imam Slamet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	21	84

**Lampiran 14. Matriks Pengambilan Keputusan Materi Penyuluhan Pertanian**

No	Materi Penyuluhan	Pertimbangan Penetapan Materi Penyuluhan														Prioritas		Keputusan
		a	b	c	D	e	F	G	h	i	j	k	L	m	n	Jumlah	Peringkat	
1	Oprimalisasi penggunaan pemasaran <i>Online</i>	√	√	√	√	-	√	-	√	√	-	√	√	√	√	11	3	
2	Cara menggunakan aplikasi TaniHub dan Among tani sebagai pemasaran <i>online</i>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	1	√
3	Perluasan Jaringan Pemasaran Produk dengan pemasaran <i>online</i>	√	√	-	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	12	2	

**Keterangan**

- a. Profitable : Menguntungkan Bagi Sasaran
- b. Complementer : Melengkapi Kegiatan pemasaran
- c. Competability : Tidak bertentangan dengan kebiasaan/adat istiadat/budaya masyarakat
- d. Simplicity : Bersifat sederhana dan mudah diterapkan
- e. Availability : Sarana dan Prasarana dapat disediakan oleh sasaran
- f. Immediate Applicability : Dapat dimanfaatkan dengan baik oleh sasaran
- g. In Expensiveness : Biaya yang dibutuhkan tidak terlalu mahal
- h. Low Risk : Resiko yang ditimbulkan tidak terlalu besar
- i. Spectacular Impact : Dampak Penerapannya Menarik
- j. Expansioible : Bersifat Fleksibel Terhadap Keadaan

- k. Vital : Sangat Penting dalam Mendukung kegiatan sasaran
- l. Importance : Penting dalam pengembangan produk dalam pemasaran
- m. Helpfull : Bermanfaat bagi sasaran
- n. Super Focus : Sangat fokus dalam memenuhi kebutuhan sasaran

### Lampiran 15. Matrik Analisa Penetapan Metode Penyuluhan Pertanian

#### MATRIK ANALISA PENETAPAN METODE PENYULUHAN PERTANIAN

Kegiatan Penyuluhan

: Melaksanakan Penyuluhan Pertanian

Tujuan Penyuluhan

: Meningkatkan pengetahuan petani dalam menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani sebagai Pemasaran *Online*

Materi Penyuluhan

: Menggunakan aplikasi TaniHub dan Among Tani sebagai Pemasaran *Online*

Metode dan Teknik Penyuluhan Pertanian	Analisis Penetapan Metode Penyuluhan Pertanian						Prioritas	Keputusan Pemilihan Metode
	Karakteristik Sasaran	Tujuan Penyuluhan (P/KS)	Materi Penyuluhan	Media Yang digunakan	Pendekatan Psiko-sosial	Tingkat Adopsi		
Diskusi Kelompok	√	√	√	√	√	√	I	Diskusi Kelompok, dan Demonstrasi Cara
Anjarsana	√	√	-	-	√	√	III	
Demonstrasi Cara	√	√	√	√	√	√	I	
Demonstrasi Hasil	√	-	√	√	-	-	IV	
Demonstrasi Plot	-	-	-	-	-	-		
Demonstrasi Farming	-	-	-	-	-	-		
Demonstrasi Area	-	-	-	-	-	-		
Demonstrasi Unit	-	-	-	-	-	-		
Pameran	-	-	-	-	-	-		
Sekolah Lapang (SL)	√	√	-	-	-	-		
Temu Wicara	-	-	-	-	-	-		
Temu Bisnis-Temu Usaha	-	-	-	-	-	-		
Temu Karya-Temu Hasil	-	-	-	-	-	-		
Temu Lapangan	-	-	-	-	-	-		
Mimbar Sarahsehan	-	-	-	-	-	-		
Kursus Tani	-	-	-	-	-	-		
Metode Penyuluhan Pertanian Partisipatif	-	√	√	√	√	√	II	
Kaji Tindak	-	-	-	-	-	-		

Lampiran 16. Kontekstualisasi Keadaan Lapangan

**KONSTEKTUALISASI KEADAAN LAPANGAN**  
(Sebagai Dasar dan Prosedur Pemilihan/Penetapan Metoda Penyuluhan Pertanian)

Di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu

Tanggal 26 Bulan Juni Tahun 2020

**1. Kegiatan Penyuluhan Pertanian Yang Direncanakan**

Judul Kegiatan Penyuluhan	:	Menggunakan Aplikasi TaniHub dan Among Tani sebagai Pemasaran <i>Online</i>
Tujuan Intruksional (Instructional Objectives)	:	Meningkatkan pengetahuan dan partisipasi petani bunga potong mawar dalam menggunakan pemasaran <i>online</i> dengan aplikasi
Tujuan Pengiring (Nurturant Objectives)	:	Tanihub dan AmongTani Petani bunga potong mawar ikut serta dalam menggunakan pemasaran <i>online</i> dengan apliikasi tanihub dan aplikasi among tani

**2. Keadaan(Latar Belakang) Pelaku Utama/Pelaku Usaha Sasaran**

<b>Jumlah Orang</b>	:	
▪ Laki-Laki	:	11 Orang
▪ Perempuan	:	6 Orang
<b>Karakteristik Pelaku Utama /Pelaku Usaha</b>	:	
▪ Rata-2 Tingkat Pendidikan	:	SD-Sarjana
▪ Rata-2 Umur	:	26-58 Tahun
▪ Rata-2 Pengalaman dibidang Usahanya	:	1-30 tahun
<b>Kondisi Sosial Ekonomi</b>	:	
▪ Kepemilikan sumberdaya pertanian	:	Lahan pribadi dan lahan kemitraan
▪ Skala usaha	:	<b>Kecil-Menengah</b>
▪ Pendapatan	:	
▪ Jumlah orang dalam rumah yang di tanggung	:	2-3 orang
<b>Lingkungan Eksternal</b>	:	
▪ Keetnisan/kesukuan	:	Jawa
▪ Budaya setempat	:	Menganut adat istiadat setempat
▪ Genderresponsibilitas	:	Keterkaitan
▪ Program yang sedang berlangsung	:	-
<b>Lingkungan Phisik, dll</b>	:	
▪ Keadaan wilayah/lokasi	:	Dataran tinggi
▪ Tanah, iklim, geografi, topografi	:	Tanah liat gromosol dengan ketinggian 750-1.150 mdpl
▪ Infrastruktur	:	Jalan Beraspal
▪ Ketersediaan pasar	:	-

▪ Lembaga-2 lain yang ada setempat	:	Pemerintah desa, bank, dan koperasi
▪ Vegetasi yang ada	:	Bunga Potong, Hortikultura
▪ Vegetasi yang potensial dikembangkan	:	Bunga Potong
▪ Ternak	:	Sapi Potong, Kambing, Domba

### 3. Materi Penyuluhan Pertanian yang direncanakan (sesuai program dan RKTPP)

Judul Materi		Penggunaan Aplikasi TaniHub dan Amongtani sebagai Pemasaran <i>Online</i>
Jenis Materi*)		Teknis / <del>Ekonomi</del> / <del>Sosial</del> / <del>Hukum</del>
Bentuk Materi*)		<del>Konseptual</del> / Prinsip Kerja / <del>Problem Solving</del>
Sifat Materi*)		Mudah disampaikan secara oval / <del>sulit disampaikan secara oval</del>

### 4. Penetapan Metoda (dan teknik) Penyuluhan Pertanian dan Rencana Pelaksanaannya

<b>Metoda (dan teknik) Penyuluhan Pertanian yang dipilih / ditetapkan</b>		Ceramah dan Diskusi
<b>Aspek Metoda (dan Teknik) Penyuluhan</b>		
Sintaksis (Urutan Langkah) metodologis yang harus dilakukan penyuluh untuk melaksanakan serangkaian metoda (dan teknik) yang dipilih		Melakukan persiapan sesuai materi yang akan disuluhkan sehingga dapat memperlancar kegiatan penyuluhan dengan melakukan ceramah dan dilanjutkan dengan diskusi
Responsibilitas / tanggungjawab penyuluh dalam melaksanakan metoda (dan Teknik) yang dipilih		Mebuat petani paham serta mengerti dengan apa yang kita suluhkan dan di diskusikan apa yang menurut petani kurang jelas/paham
Hubungan sosial yang dapat terbentuk dari pelaksanaan metoda ( dan teknik) yang dipilih		Timbulnya emosi dari petani karena adanya timbal balik yang di sampaikan
Sistem penunjang yang diperlukan untuk melaksanakan metoda (dan teknik) yang dipilih		Menggunakan audiovisual berupa audio guna untuk memperjelas kepada petani mengenai alat tersebut.
Pengetahuan & keterampilan penyuluh yang di butuhkan dalam melaksanakan metoda (dan teknik) yang dipilih		Mengetahui latar belakang petani serta SDM yang di miliki petani sehingga petani mengerti dengan apa yang kita suluhkan
Tempat dan waktu perencanaan		Di Gapoktan Gunungsari Makmur, pada tanggal 26 Juni dan 02 Juli 2020
Personil yang terlibat		Mahasiswa STPP Malang, Penyuluh Pertanian, dan anggota gabungan kelompok tani
Catatan lain-lain		

\*) coret yang tidak dipilih

Mengetahui  
Penyuluh Pertanian

.....

Batu, 25 Juni 2020

Mahasiswa

.....

## Lampiran 17. Sinopsis

### SINOPSIS

#### MENGGUNAKAN APLIKASI *TANIHUB* DAN AMONG TANI SEBAGAI PEMASARAN *ONLINE*

TaniHub dan Among Tani adalah Ecommerce Pertanian Indonesia yang mengatasi permasalahan rantai pasokan dan distribusi hasil pertanian. Melalui teknologi, TaniHub dan Amongtani menghubungkan petani dengan pasar untuk memungkinkan petani menjual produk pertanian dengan harga yang adil dan kuantitas yang berkelanjutan.

TaniHub Didirikan pada akhir tahun 2015 sebagai aplikasi on-demand untuk mengirimkan sayuran dari lahan pertanian ke rumah tangga, pada bulan Juli 2016, TaniHub mulai menjadi perusahaan B2B (Business to Business) semua jenis komoditas pertanian - Buah, Sayur, Unggas, Perikanan, Peternakan.

Berikut langkah-langkah menggunakan Aplikasi TaniHub :

1. Instal aplikasi "TaniHub" melalui Playstore atau App Store.
2. Jalankan aplikasi TaniHub dan masuk menu akun/daftar akun.
3. Jika ingin membeli sebuah produk bisa langsung pilih barang/produk dan isi informasi seperti kuantiti, alamat pengiriman dan check out.

Berikut langkah-langkah mendaftar menjadi petani mitra TaniHub :

1. Buka browser dan akses [tanihub.com](http://tanihub.com)
2. Lalu klik tulisan "Menjadi Mitra Penyuplai" pada bagian paling bawah situs.
3. Lalu isikan data sesuai dengan KTP, seperti nama lengkap, no handphone, nomor KTP dan juga melampirkan foto KTP sesuai dengan gambar disamping.
4. Pada halaman selanjutnya isikan data petani terkait usaha milik individu atau kelompok serta lama usaha tani.
5. Kemudian isikan data terkait data lahan, alamat usaha dan kode pos serta koordinat dengan google maps.
6. Langkah terakhir ialah mengisi data hasil tani berdasarkan jangkauan distribusi, komoditas, puncak panen dan produksi kg/minggu.
7. Bila pendaftaran berhasil, pada nomor saudara akan mendapatkan sms atau panggilan bahwa anda sudah resmi menjadi mitra penyuplai pada TaniHub

Melalui TaniHub dan Among Tani, para petani lokal dapat menjual hasil panen mereka kepada para individu maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai wilayah. Kami bukan hanya sebuah platform e-commerce terkemuka untuk produk pertanian namun juga katalis untuk masa depan Agri-tech.

Batu , 25 Juni 2020

Mahasiswa

Ferril Nurhidayat

Lampiran 18. Lembar Persiapan Menyuluh (LPM)

**LEMBAR PERSIAPAN MENYULUH (LPM)**

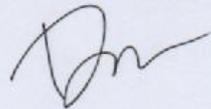
Judul Penyuluhan : Tutorial Menggunakan Pemasaran *Online* pada Aplikasi TaniHub  
Tujuan Instruksional : Meningkatkan pengetahuan dan partisipasi petani bunga mawar dalam menggunakan pemasaran *online*  
Tujuan Pengiring : Petani bunga mawar ikut serta dalam menggunakan pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub  
Metode dan Teknik : Diskusi, ceramah dan demonstrasi cara  
Sasaran (Pelaku) : Petani di Gapoktan Gunungsari Makmur  
Media Penyuluhan : Media cetak folder dan Media Sesungguhnya  
Lokasi/Tempat : Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu  
Waktu (Menit) : 60 menit

Kegiatan Penyuluhan/ Pembelajaran:

No	Uraian Kegiatan Penyuluhan / Pembelajaran	Alokasi Waktu	Catatan
1	Pembukaan dan Perkenalan	5 Menit	
2	Penyampaian materi	25 Menit	
3	Diskusi	25 menit	
4	Penutup	5 menit	

Pencapaian Tujuan Instruksional :  
Rencana Tindak Lanjut :

Penyuluh



**DIO PRASITA HENDRAWAN, S.PT**

Batu, 26 Juni 2020  
Mahasiswa



**FERRIL NURHIDAYAT**

### LEMBAR PERSIAPAN MENYULUH (LPM)

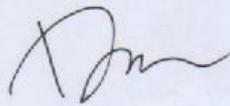
Judul Penyuluhan : Optimalisasi pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub  
Tujuan Instruksional : Meningkatkan pengetahuan dan partisipasi petani bunga mawar dalam menggunakan pemasaran *online*  
Tujuan Pengiring : Petani bunga mawar ikut serta dalam menggunakan pemasaran *online* dengan aplikasi TaniHub  
Metode dan Teknik : Diskusi, ceramah dan demonstrasi cara  
Sasaran (Pelaku) : Petani di Gapoktan Gunungsari Makmur  
Media Penyuluhan : Media cetak folder dan Media Sesungguhnya  
Lokasi/Tempat : Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu  
Waktu (Menit) : 60 menit

Kegiatan Penyuluhan/ Pembelajaran:

No	Uraian Kegiatan Penyuluhan / Pembelajaran	Alokasi Waktu	Catatan
1	Pembukaan dan Perkenalan	5 Menit	
2	Penyampaian materi	25 Menit	
3	Diskusi	25 menit	
4	Penutup	5 menit	

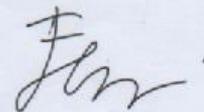
Pencapaian Tujuan Instruksional :  
Rencana Tindak Lanjut :

Penyuluh



DIO PRASITA HENDRAWAN, S.PT

Batu, 02 Juli 2020  
Mahasiswa



FERRIL NURHIDAYAT

Lampiran 19. Berita Acara Kegiatan Penyuluhan

**KEMENTERIAN PERTANIAN**  
**BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN**  
**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG**  
Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang 65200  
Telp (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774



**BERITA ACARA DALAM KEGIATAN PENYULUHAN PERTANIAN**

Pada hari ini Jumat tanggal 26 Bulan Juni tahun 2020 waktu 15.00  
s.d 17.00 WIB. Bertempat di Rumah Anggota Gabungan Kelmptan Gunung Sari Makmur

Telah dilaksanakan kegiatan sebagai berikut :

Kegiatan : Penyuluhan Pertanian  
Lokasi Pelaksanaan : di rumah anggota Gabungan Gunung Sari Makmur  
Materi Kegiatan : Aturan menggunakan penasar online pada aplikasi TanHub  
Tujuan pelaksanaan : Petani mengetahui dan menggunakan penasar online  
Output : meningkatkan pengetahuan petani dalam menggunakan penasar online  
Pihak yang terlibat : Mahasiswa, penyuluh dan anggota Gabungan Gunung Sari Makmur

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan  
dijadikan administratif kegiatan Tugas Akhir.

Batu, 26 Juni.....2020

 **Ketua Kelompok Tani**  
[Signature]  
(IR. PRASITA P.)

**Mahasiswa**  
[Signature]  
(PERALIA MURHIDAGAT)

**Penyuluh**  
[Signature]  
(DIO. PRASITA H.)



KEMENTERIAN PERTANIAN

BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG

Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang 65200  
Telp (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774



BERITA ACARA DALAM KEGIATAN PENYULUHAN PERTANIAN

Pada hari ini *Kamis* tanggal *02* Bulan *Juli* tahun 2020 waktu *15.00*  
s.d *17.00* WIB. Bertempat di *Rumah anggota Gapoktan Gunungsoni Matmur*

Telah dilaksanakan kegiatan sebagai berikut :

Kegiatan : *Penyuluhan Pertanian*  
Lokasi Pelaksanaan : *di Rumah anggota Gapoktan Gunungsoni Matmur*  
Materi Kegiatan : *optimalisasi pemasaran online dengan aplikasi Tanitub*  
Tujuan pelaksanaan : *Petani mengetahui dan menggunakan pemasaran online tanitub*  
Output : *Petani mampu meningkatkan pendapatan dgn pemasaran online*  
Pihak yang terlibat : *mahasiswa, penguluh dan anggota Gapoktan Gunungsoni Matmur*

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan  
dijadikan administratif kegiatan Tugas Akhir.

Batu, ~~02~~ 02 Juli 2020



Ketua Kelompok Tani

*[Signature]*  
.....)

Mahasiswa

*[Signature]*  
(*FEBRI MURHIBAYAT*)  
.....)

Penyuluh

*[Signature]*  
(*DIO PRAIITA H.*)  
.....)

Lampiran 20. Daftar Hadir Petani



KEMENTERIAN PERTANIAN  
 BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
 POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG



Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang 65200  
 Telp (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774

DAFTAR HADIR PETANI

PELAKSANAAN PENYULUHAN PERTANIAN

Kegiatan : Penyuluhan Pertanian  
 Tanggal : 26 Juni 2020  
 Alamat : Desa Gunungson Kecamatan Bumiayu

NO	NAMA	TANDA TANGAN	
1.	KHOIRUL KOSIM	1.	2.
2.	Cipto	3.	4.
3.	Siti Kholidah	5.	6.
4.	Adhista Ventiana	7.	8.
5.	Nung Wahyuni	9.	10.
6.	RIYADIP	11.	12.
7.	Mafikus S	13.	14.
8.	Lir Wanarti	15.	16.
9.	SUKARYONO		
10.	Tamara		
11.	Kasyoro		
12.	Rukmani		
13.	Bambang Seganono		
14.	Sugeng Mulyono		
15.	Dumaini		
16.	Muzianto		

Ketua Kelompok Tani



*(Signature)*  
 (.....)



KEMENTERIAN PERTANIAN  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG

Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang 65200  
Telp (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774



DAFTAR HADIR PETANI  
PELAKSANAAN PENYULUHAN PERTANIAN

Kegiatan :  
Tanggal :  
Alamat :

NO	NAMA	TANDA TANGAN	
1.	MAMA SLAMET	1.	2.
2.			
3.		3.	
4.			4.
5.		5.	
6.			6.
7.		7.	
8.			8.
9.		9.	
10.			10.
11.		11.	
12.			12.
13.		13.	
14.			14.
15.		15.	
16.			16.

Ketua Kelompok Tani



.....)



KEMENTERIAN PERTANIAN

BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN  
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG

Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang 65200  
Telp (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774



DAFTAR HADIR PETANI

PELAKSANAAN PENYULUHAN PERTANIAN

Kegiatan : Penyuluhan Pertanian  
Tanggal : 02 Juli 2020  
Alamat : Desa Gunungsoni

NO	NAMA	TANDA TANGAN	
1.	Cipto	1.	2.
2.	Riyadi P		
3.	Siti Kholifah	3.	4.
4.	Sukaryono		
5.	Rukriani	5.	6.
6.	Muzianto		
7.	KHOIRUL KODIM	7.	8.
8.	Bambang Sugiono		
9.	Tamanu	9.	10.
10.	Maratus S		
11.	Kasryono	11.	12.
12.	Sugeng mulyono		
13.	Ahista Ventiana	13.	14.
14.	IMAM SLAMET		
15.	nyg Mahyuni	15.	16.
16.	Duma'ini		

Ketua Kelompok Tani



**KEMENTERIAN PERTANIAN**  
**BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN**  
**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG**



Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang 65200  
 Telp (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774

**DAFTAR HADIR PETANI**  
**PELAKSANAAN PENYULUHAN PERTANIAN**

Kegiatan :  
 Tanggal :  
 Alamat :

NO	NAMA	TANDA TANGAN	
1.	Lis Wanarti	1.	2.
2.			
3.		3.	4.
4.			
5.		5.	6.
6.			
7.		7.	8.
8.			
9.		9.	10.
10.			
11.		11.	12.
12.			
13.		13.	14.
14.			
15.		15.	16.
16.			



**Ketua Kelompok Tani**

*(Signature)*  
 (.....)

## Lampiran 21. Media Penyuluhan

### Cara Mendaftar Menjadi Petani Mitra TaniHub

5. Kemudian isikan data terkait data lahan, alamat usaha dan kode pos serta koordinat dengan google maps.

The screenshot shows the 'Registrasi Petani' form with the 'Data Lahan' section. It includes fields for 'Lusa Lahan\*', 'Provinsi\*' (Jawa Timur), 'Kota\*' (Kota Batu), 'Kecamatan\*' (Bumiati), and 'Kelurahan\*' (Gunungsari). A map on the right shows the location with a red pin and a 'Lanjutkan' button.



### Cara Mendaftar Menjadi Petani Mitra TaniHub

6. Langkah terakhir ialah mengisi data hasil tani berdasarkan jangkauan distribusi, komoditas, puncak panen dan produksi kg/minggu.

The screenshot shows the 'Registrasi Petani' form with the 'Data Hasil Tani' section. It includes fields for 'Jangkauan & Distribusi' (Banyuwangi-Panji), 'Komoditas' (Bunga Potong), 'Puncak Panen' (April), and 'Kapasitas Panen' (kg/minggu). A 'Lanjut' button is visible.

7. Bila pendaftaran berhasil, pada nomor s a u d a r a a k a n mendapatkan sms atau panggilan bahwa anda sudah resmi menjadi mitra penyuplai pada TaniHub

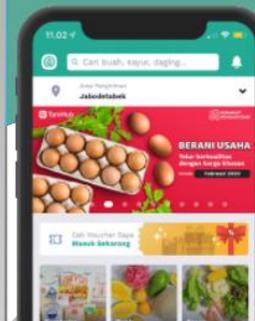
Melalui TaniHub, para petani lokal dapat menjual hasil panen mereka kepada para individu maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai wilayah. Kami bukan hanya sebuah platform e-commerce terkemuka untuk produk pertanian namun juga katalis untuk masa depan Agri-tech.

The screenshot shows a 'Pendaftaran Berhasil' (Registration Successful) message with a green checkmark and a 'Daftar Lagi' button.



### Menggunakan Aplikasi TaniHub sebagai Pemasaran Online

Oleh : Ferril Nurhidayat



## Apa Itu TaniHub ?

**T**aniHub adalah Ecommerce Pertanian Indonesia yang mengatasi permasalahan rantai pasokan dan distribusi hasil pertanian. Melalui teknologi, TaniHub menghubungkan petani dengan pasar untuk memungkinkan petani menjual produk pertanian dengan harga yang adil dan kuantitas yang berkelanjutan.

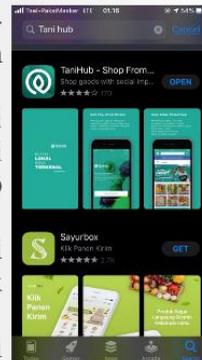
Didirikan pada akhir tahun 2015 sebagai aplikasi on-demand untuk mengirimkan sayuran dari lahan pertanian ke rumah tangga, pada bulan Juli 2016, TaniHub mulai menjadi perusahaan B2B (Business to Business) semua jenis komoditas pertanian - Buah, Sayur, Unggas, Perikanan, Peternakan.



## Cara Menggunakan Aplikasi TaniHub

Berikut langkah-langkah menggunakan Aplikasi TaniHub :

1. Instal aplikasi “TaniHub” melalui Playstore atau App Store.
2. Jalankan aplikasi TaniHub dan masuk menu akun/daftar akun.
3. Jika ingin membeli sebuah produk bisa langsung pilih barang/produk dan isi informasi seperti kuantiti, alamat pengiriman dan check out.



## Cara Mendaftar Menjadi Petani Mitra TaniHub

Berikut langkah-langkah mendaftar menjadi petani mitra TaniHub :

1. Buka browser dan akses *tanihub.com*
2. Lalu klik tulisan “Menjadi Mitra Penyuplai” pada bagian paling bawah situs.
3. Lalu isikan data sesuai dengan KTP, seperti nama lengkap, no handphone, nomor K T P dan juga melampirkan foto KTP sesuai dengan gambar disamping.
4. Pada halaman selanjutnya isikan data petani terkait usaha milik individu atau kelompok serta lama usaha tani.

**Registrasi Petani**

Data Penanggung Jawab    Data Petani

**Data Penanggung Jawab**

Nama Lengkap\*  
Ferri Nurhidayat

Nomor Handphone\*  
+62 8213

Nomor KTP\*  
217

Foto KTP\*

Hapus    Ambil Ulang

\*Wajib diisi

Lanjutkan

**Data Petani**

Individu  
Kelompok/Usaha

Lama Bertani\*  
\$ Tahun

Sebelumnya    Lanjutkan

**Lampiran 22. Dokumentasi Kegiatan**



**Gambar 1.**



**Gambar 2.**



**Gambar 3.**



**Gambar 4.**



**Gambar 5.**



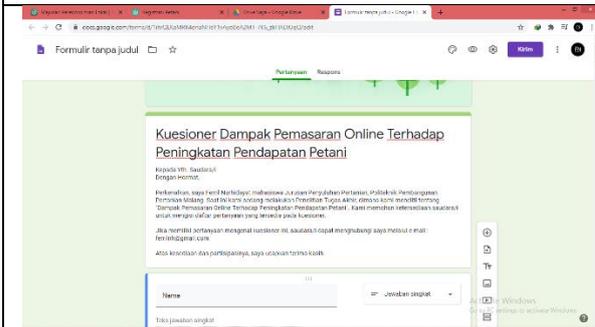
**Gambar 6.**



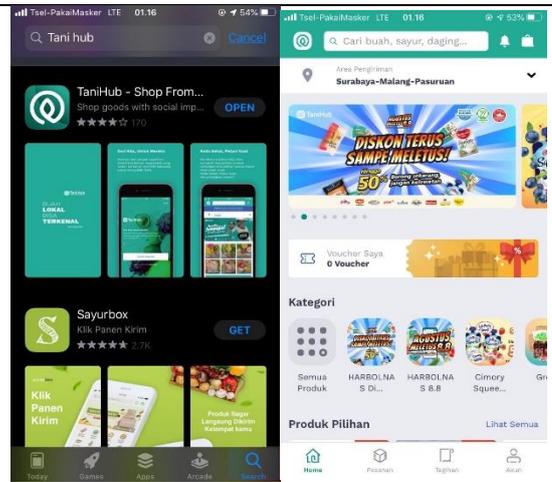
**Gambar 7.**



**Gambar 8.**



**Gambar 10.**



**Gambar 11.**



**Gambar 12.**