

E-ISSN: 2964-5999

P-ISSN: 2964-7614



Agribusiness Socioeconomic Journal ASE Journal

Volume 2, Issue 1, 2023

PEMBERDAYAAN GAPOKTAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI PADI DI DESAKABUP WORO KECAMATAN MADAPANGGA ATEN BIMA

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SAUS SAMBAL Cabai Katokkon (Studi Kasus Pada UKM Tanta Godek Kota Makassar)

ANALISIS KINERJA KELOMPOKTANI JAGUNG HIBRIDA DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI (Studi Kasus Kelompok tani Jagung Hibrida di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke)

STRATEGI PEMASARAN USAHA ROTI MAROS DI KECAMATAN TAMALANREA (Studi Kasus pada Home Industri Roti Maros Bung Dorry)

DAMPAK BANTUAN PANGAN NON TUNAI (BPNT) TERHADAP KETAHANAN PANGAN KELUARGA DI KECAMATAN MERSAM KABUPATEN BATANGHARI

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEMBILAN BAHAN POKOK DI PASAR TERONG KOTA MAKASSAR

Vol. 2

No. 1

Hal. 58 - 132

**MAKASSAR
JUNI 2023**

**ISSN
2964-7614**



Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian
Universitas Islam Makassar



Agribusiness and Socioeconomic Journal (ASE Journal)

Volume 2, Issue 1, 2023

Pelindung dan Penasehat:

Rektor UIM

(Universitas Islam Makassar)

Dekan Fakultas Pertanian UIM

(Universitas Islam Makassar)

Penanggung Jawab:

Ketua Program Studi Agribisnis

(Universitas Islam Makassar)

Editor In Chief:

Andi Tenri Darhyati

(Universitas Islam Makassar)

Managing Editor:

Dian Asri Unga Mega

(Universitas Islam Makassar)

Editor Board:

Andi Susilawati Hardianti

(Universitas Islam Makassar)

Muh. Ichwan Kadir

(Universitas Islam Makassar)

Reviewer and Associate Editor:

Ahmad Amiruddin

(Universitas Hasanuddin)

Andi Kasirang

(Universitas Islam Makassar)

Awaluddin Yunus

(Universitas Islam Makassar)

Helda Ibrahim

(Universitas Islam Makassar)

Muhammad Khaliqi

(Universitas Sumatera Utara)

Rahutama Athidira

(Universitas Pendidikan Ganesha)

Ridha Rizki Novanda

(Universitas Bengkulu)

Suardi Bakri

(Universitas Islam Makassar)

Syamsinar

(Universitas Islam Makassar)

Syamsul Rahman

(Universitas Islam Makassar)

Technical Editor:

Nurmayasinta

(Universitas Islam Makassar)

Ayu Wulandary

(Universitas Islam Makassar)

Sri Indarwati

(Universitas Islam Makassar)

Tahir

(Universitas Islam Makassar)

Agribusiness and Socioeconomic Journal (ASE Journal)

Volume 2, Issue 1, 2023

LIST OF CONTENTS

SAMPUL	i
SUSUNAN DEWAN REDAKSI	ii
DAFTAR ISI	iii
PEMBERDAYAAN GAPOKTAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI PADI DI DESAKABUP WORO KECAMATAN MADAPANGGA ATEN BIMA	58 - 68
EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SAUS SAMBAL Cabai Katokkon (Studi Kasus Pada UKM Tanta Godek Kota Makasar) ..	69 – 79
ANALISIS KINERJA KELOMPOKTANI JAGUNG HIBRIDA DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI (Studi Kasus Kelompok tani Jagung Hibrida di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke)	80 – 91
STRATEGI PEMASARAN USAHA ROTI MAROS DI KECAMATAN TAMALANREA (Studi Kasus pada Home Industri Roti Maros Bung Dorry)	92 – 105
DAMPAK BANTUAN PANGAN NON TUNAI (BPNT) TERHADAP KETAHANAN PANGAN KELUARGA DI KECAMATAN MERSAM KABUPATEN BATANGHARI	106 – 119
ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEMBILAN BAHAN POKOK DI PASAR TERONG KOTA MAKASSAR	120 – 132



Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

Empowerment of Gapoktan In Increasing The Income Of Rice Farmers In Desakabup Woro, Madapangga Aten Bima District

Sulfiana^{1*}, Firman², Dian Asri Unga Mega³

^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan, Tamalanrea 90245, Makassar, Indonesia

*Corresponding author: Sulfiana.dpk@uim-makassar.ac.id

ABSTRAK

Pemberdayaan petani merupakan upaya yang di lakukan oleh gapoktan dalam peningkatan pendapatan petani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran gapoktan dalam pemberdayaan petani padi, menganalisis pendapatan petani padi setelah pemberdayaan dan menganalisis pemberdayaan gapoktan dalam peningkatan pendapatan petani padi di Desa Woro Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima. Metode yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kounsiouer dengan jumlah responden 30 orang di ambil dari jumlah keseluruhan populasi sebanyak 30 kelompok tani. Analisis yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dengan menggunakan skala likers dan analisis pendapatan.

Hasil penelitian ini adalah upaya yang dilakukan oleh gapoktan dalam peningkatan pendapatan [1] peran gapoktan (a) unit usaha produksi skor rata-rata (2.23) dengan ketegori kurang berperan, (b) unit usaha pengeloan skor rata-rata (2.15) dengan ketegori kurang berperan (c) unit usaha sarana dan prasarana skor rata-rata (2.61) dengan ketegori berperan (d) unit pemasaran skor rata-rata (2.37) dengan ketegori berperan [2] total pendapatan petani padi setelah pemberdayaan sebesar Rp 19.775.847 per musim. [3] pemberdayaan gapoktan dalam peningkatan pendapatan melalui (a) pelatihan, meningkatkan pengetahuan petani padi kurang berdaya (2.30) , untuk menambah skil petani padi kurang berdaya (2.30), dan penguatan SDM kelompok tani dengan ketegori kurang berdaya (2.20). (b) Pemberdayaan dalam Pendaping (2.33) dengan ketegori kurang berdaya.

Kata Kunci : Gapoktan, Pemberdayaan, Pendapatan, Petani Padi.

ABSTRACT

Farmer empowerment is an effort made by Gapoktan to increase farmers' income. This study aims to analyze the role of Gapoktan in empowering rice farmers, to analyze the income of rice farmers after empowerment and to analyze Gapoktan empowerment in increasing the income of rice farmers in Woro Village, Madapangga District, Bima District. The method used was interviews using a questionnaire with 30 respondents taken from the total population of 30 farmer groups. The analysis used is descriptive qualitative using a likers scale and income analysis.

The results of this study are the efforts made by Gapoktan in increasing income [1] the role of Gapoktan (a) production business unit average score (2.23) with less role category, (b) management business unit average score (2.15) with category less involved (c) facilities and infrastructure business unit average score (2.61) with a role category (d) marketing unit average score (2.37) with a role category [2] the total income of rice farmers after empowerment is IDR 19,775,847 per season. [3] Gapoktan empowerment in increasing income through (a) training, increasing the knowledge of powerless rice farmers (2.30), to increase the skills of powerless rice farmers (2.30), and strengthening the human resources of farmer groups with the less powerless category (2.20). (b) Empowerment in Assistance (2.33) with the less empowered category.



Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

Keywords: Gapoktan, empowerment, income, rice farmers.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari sektor pertanian, karena sektor pertanian merupakan tulang punggung kemajuan sebuah bangsa. Dengan alasan ini pemerintah Indonesia mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendorong swasembada pangan. Beberapa upaya yang sudah dilakukan oleh pemerintah adalah membuat kebijakan terkait kelembagaan petani, menciptakan inovasi baru, melahirkan bibit unggul, dan memberikan bantuan pupuk kepada kelompok tani. Upaya-upaya di atas merupakan komitmen pemerintah dalam memperbaiki dan meningkatkan perekonomian petani.

Saat ini program pemberdayaan yang sudah dirasakan oleh petani adalah dengan adanya kelembagaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Gabungan kelompok tani dapat memberikan pelayanan informasi, teknologi, dan permodalan kepada anggotanya serta menjalin kerjasama melalui kemitraan usaha dengan pihak lain. Penggabungan kelompok tani ke dalam gapoktan, diharapkan akan menjadi kelembagaan baru bagi petani yang kuat dan mandiri serta berdaya saing sehingga meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi usaha yang meningkat.

Pembangunan pertanian tidak dapat berjalan dengan baik sebagai mana di cita-citakan bangsa Indonesia, karena adanya berbagai persoalan yang di hadapi dari waktu ke waktu. Persoalan tersebut antara lain pengetahuan dan kemampuan petani masih rendah, sehingga di butukan kelompok tani, akan di perdayah sehingga produktifitas akan relatif efektif dan efisien serta meningkatkan kesejahteraan keluarga petani. Pembinaan usaha kelompok tani melalui gabungan kelompok tani (gapoktan) dapat memberikan dampak terhadap peningkatan produktivitas usahatani.

Di Indonesia berbagai program telah diupayakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik oleh pemerintah, maupun oleh organisasi non pemerintah. Program-program tujuan bentuk untuk memperbaiki perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu program tersebut adalah gabungan kelompok tani. Gapoktan merupakan salah satu gabungan kelompok tani yang bergabung dan berkerja sama untuk meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi usaha.

Pembangunan pertanian tidak dapat berjalan sebagaimana dicita-citakan bangsa Indonesia karena adanya berbagai persoalan yang di hadapi dari waktu ke waktu. Persoalan tersebut antara lain pengetahuan kemampuan masyarakat yang masih rendah sehingga dibutuhkan kelompok tani, dari kelompok tani inilah masyarakat petani akan diperdayakan sehingga produktivitas akan relatif efektif dan efisien. Pembinaan usahatani melalui kelompok tani tidak lain sebagai upaya percepatan sasaran. Petani yang banyak jumlahnya dan tersebar dipedesaan yang luas, sehingga dalam pembinaan kelompok diharapkan timbulnya cakrawala dan wawasan kebersamaan memecahkan dan merubah citra usahatani sekarang menjadi usahatani masa depan yang cerah dan tetap tegar. (iskandar 2002).

Ide membuat suatu kelompok berasal dari kenyataan bahwa setiap individu tidak akan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan seorang diri. Individu terutama adalah masyarakat moderen, merasa kurang mampu, kurang tenaga, kurang waktu dan tidak berdaya bila harus memenuhi sendiri kebutuhan dasar atas makanan, naungan dan keselamatan. Bekerjasama dalam kelompok adalah lebih mudah dari pada kunjungan individu. Penyuluh pertanian jumlahnya jelas terbatas, berarti bekerjasama dengan kelompok lebih rendah biayanya. Alasan terbentuknya suatu kelompok adalah oleh karena beberapa orang mempunyai persoalan yang sama (matanari, 2014).

Tujuan dibentuknya kelompok tani adalah untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan kemampuan petani dan keluarganya sebagai subjek pembangunan pertanian melalui penekatan kelompok

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

agar lebih berperan dalam pembangunan. Kelompok tani merupakan suatu bentuk perkumpulan petani yang berfungsi sebagai media penyuluhan yang diharapkan lebih terarah dalam perubahan aktivitas usahatani yang lebih baik lagi. Aktivitas usahatani yang lebih baik dapat dilihat dari adanya peningkatan-peningkatan dalam produktivitas usahatani yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan petani sehingga akan mendukung terciptanya kesejahteraan yang lebih baik lagi bagi petani dan keluarganya (mandasari, 2014).

Pembangunan pertanian mempunyai tujuan pemberdayaan diarahkan pada terwujudnya perbaikan teknis bertani (better farming), perbaikan usaha tani (better business), dan perbaikan kehidupan petani dan masyarakatnya (better living) (tharesia, dkk, 2015).

Gapoktan adalah sebagai kendaraan untuk menyalurkan dan menjalankan beberapa kebijakan pemerintah atau inovasi yang bersifat mendukung. Istilah lainnya bahwa gapoktan sebagai lembaga gerbang (gateway institutions) yang menjadi penghubung antara petani dan lembaga pemerintahan, agar bantuan yang diberikan oleh pemerintah tepat sasaran. Provinsi Nusa Tenggara Barat salah satu provinsi yang sebagai besar masyarakat bermatapencarian disektor pertanian, dan sebagian dalam kelompok tani.

Tabel 1. Luas Lahan, Volume Produksi Dan Nilai Produksi Petani Padi Di Nusa Tenggara Barat, 2017-2019

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Volume Produksi (Ton)	Nilai Produksi (Dalam Juta Rp)
2017	12251.49	5324.12	102522
2018	12468.35	5619.64	102022
2019	12153.80	5026.10	102422

Sumber: Dinas Pertanian Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2020.

Tabel 1, Menunjukkan perkembangan atau pertumbuhan pendapatan petani padi 3 tahun terakhir dimana pada tiap tahun pertumbuhan petani mengalami pasang surut atau tidak menetapnya pendapatan petani pada bahkan ironisnya nilai produksi padi tidak mengalami peningkatan bahkan cenderung mengalami penurunan, hal ini tidak mendukung pendapat yang mengatakan jika gapoktan takan menjadi salah satu daerah penyangga pangan nasional oleh pemerintah pusat.

Pertumbuhan pertanian khususnya petani padi yang kurang berkembang tidak luput dirasakan oleh salah satu kecamatan di Nusa Tenggara Barat yang terkhusus berada di Kabupaten Bima yaitu Kecamatan Madapangga, namun yang dikhususkan peneliti kali ini yaitu salah satu desa di kecamatan tersebut yaitu Desa Woro yang hampir 99,9% masyarakat bermata pencaharian sebagai petani khususnya petani padi desa yang memiliki penduduk berkisar 3.541 jiwa dengan luas wilayah 521 ha dan hampir 90% masyarakat bermata pencaharian petani namun pertumbuhan petani serta ekonomi di Desa woro tidak berkembang dengan baik dan jauh dari kata berkembang.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Woro, Kecamatan Madapangga, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Waktu penelitian berlangsung selama 1 bulan mulai dari bulan february-maret 2022.

B. Populasi Dan Sampel

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

1. Populasi

populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (suharsimi arikunto 2010) populasi dalam penelitian ini adalah keseleuruhan kelompok tani sebanyak 30 kelompok yang masuk gapoktan yang ada di Desa Woro Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki 30 responden oleh populasi tersebut (sugiyono. 2008) karena besarnya jumlah populasi yang diteliti penulis mengambil 30 responden dari populasi 30 kelompok tani di ambil 1 orang/ kelompok tani di ambil secara acak

C. Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif atau deskriptif suatu narasi yang didapatkan dari lapangan. Kumpulan data lapangan akan dikelompokkan beberapa kategori dengan tujuan untuk menggambarkan permasalahan yang akan diteliti.

Adapun sumber data yang berhubungan dengan objek penelitian ini adalah,

1. Data primer adalah data yang menjadi pokok utama dalam penelitian berupa informasi dan keterangan yang diperoleh dari lapangan. Data ini diperoleh dengan menggunakan teknik angker.
2. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan bukti yang telah ada, atau arsip umumnya melalui badan. Dengan kata lain, penelitian membutuhkan pengumpulan data dengan cara merkundung ke perpustakaan, dinas terkait, badan pusat statistik atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara yaitu penelitian terjun langsung lapangan untuk mendapatkan data-data yang sebenarnya dari masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahan atau kekeliruan dalam hasil penelitian yang akan diperoleh nantinya. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara (interview)

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan menggunakan pertanyaan pada responden(p.joko subagyo 1997).

2. Observasi

Observasi yang penulis lakukan dalam penelitian ini yaitu penulis akan mengadakan pengamatan langsung kelapangan untuk melihat apa saja kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh gapoktan dalam peningkatan produktivitas petani padi di Desa Woro Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima.

3. Dokumentasi

Data dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data profil kelurahan serta dokumen dokumen yang berkaitan dengan pemberdayaan gapoktan dalam peningkatan produktivitas petani padi di Desa Woro Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima.

4. Kansioner

Kansioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti, kemudian diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

E. Analisis Data

1. Analisis deskriptif

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang 1 dan yang ke 3 digunakan analisis deskriptif,kualitatif dengan metode skala likert. Skala likert menurut sugiyono (2016) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan peranan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.. Yaitu dengan memberikan 3 jenis penilaian. Dimana nilai 3 skor tertinggi, 2 sedang dan 1 rendah dengan jawaban dan alasan yang berbeda. Setelah skor telah diberikan pada setiap pernyataan maka dijumlahkan dengan tujuan untuk mendapatkan jumlah skor kemudian dicarikan nilai rata-ratanya dari setiap jumlah skor tersebut untuk menentukan kategori adalah sebagai berikut.

skor tertinggi – skor terendah

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

Rumus rentang = $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak skor}}$

$$\text{rentang} = \frac{3 - 1}{3} = 0,66$$

Kategori : 1,00 - 1,66 Tidak Berperan
1,67 - 2,33 Kurang Berperan
2,34 - 3,00 Berperan

Untuk menjawab tujuan ke 3 menggunakan analisis deskriptif dengan skala likesr.

$$\text{rata-rata} = \frac{\sum x}{f}$$

Keterangan :

$\sum x$ = jumlah skorsing

F = jumlah responden

Dari rata-rata yang diperoleh akan ditentukan kriteria sebagai berikut dengan pemberian skor interval kelas (tinggi, sedang dan rendah) dengan skor untuk kriteria tinggi =3 sedang= 2 dan rendah =1

$$\text{rumus rentang} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak skor}}$$

Kategori : 2,34 - 3,00 Berdaya
1,67 - 2,33 Kurang Berdaya
1,00 - 1,66 Tidak Berdaya

Penelitian diatas merupakan rumus untuk menilai tingkat pelatihan yang diberikan oleh gapoktan dalam meningkatkan pendapatan petani. Selain itu rumus juga untuk mengukur tingkat keberhasilan para pendamping terhadap kelompok tani bisa digunakan rumus penentuan skor diatas dalam mengetahui sejauh mana manfaat bantuan yang diberikan kepada pelaku usahatani.

2. Analisis pendapatan

Analisis pendapatan digunakan untuk menggambarkan yang diperoleh petani dengan rumus pendapatan sebagai berikut:

$$\pi = TR -$$

Dimana:

π = pendapatan (profit)

Tr = total penerimaan petani padi (revenue)

Tc = total pengeluaran (cost) produktivitas

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah acuan dalam melaksanakan penelitian yang mencakup tentang pengertian dan istilah. Untuk menghindari terjadinya kesalahan interpretasi maka konsep operasional sebagai berikut:

1. Responden adalah kelompok tani yang mengikuti program pemberdayaan gapoktan di desa woro, kecamatan madapangga, kabupaten bima, nusa tenggara barat.

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

2. Kelompok tani adalah tempat berkumpulnya petani padi yang mengikuti program pemberdayaan gapoktan.
3. Usahatani padi merupakan suatu kegiatan penanaman oleh petani padi dalam skala tertentu.
4. Pemberdayaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus kepada kelompok tani dalam meningkatkan pengetahuan petani serta berdampak terhadap meningkatnya produksi dan pendapatan petani.
5. Gapoktan adalah gabungan kelompok tani yang bergerak dibidang pemberdayaan seperti pelatihan dan pendamping.
6. Produksi adalah banyaknya produksi usahatani yang dihasilkan dalam rentang waktu 1 musim (kg/tahun).
7. Produktivitas adalah produksi padi yang dihasilkan/ ha.
8. Pendapatan adalah jumlah produksi ditambah dengan jumlah pengeluaran.
9. pelatihan merupakan wadah bagi kelompok tani dalam mengembangkan ilmu pengetahuan tentang usahatani pendamping adalah seseorang yang ditugaskan oleh pemerintah atau lembaga terkait dalam mendampingi petani dan atau kelompok tani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Kegiatan Gapoktan Dalam Unit Usaha Produksi

No	Uraian	Jumlah skor	N	Nilai rata-rata	Kategori
1	Menghadirkan benih yang bersubsidi	71	30	2.37	Berperan
2	Menerapkan teknik menanam padi yang tepat dan baik	69	30	2.30	Kurang Berperan
3	Mengajarkan pemupukan yang tepat dan baik	65	30	2.17	Kurang Berperan
Jumlah		205		6.70	Kurang Berperan
Rata-rata				2.23	Berperan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 2, Menunjukkan tanggapan responden terhadap unit usaha produksi yang berperan skor 71 dengan nilai rata-rata 2.37, dan jumlah responden yang kurang Berperan skor 65 dengan nilai rata-rata 2.17, hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap unit usaha produksi dengan berjumlah rata-rata 2.23 kurang Berperan dengan kategori kurang berperan.

1. Unit Usaha Pengolahan

Gapoktan memberikan pelayanan, baik penggunaan alat mesin pertanian maupun teknologi dalam pengolahan hasil produksi padi di Desa Woro dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kegiatan Gapoktan Dalam Unit Usaha Pengolahan

No	Uraian	Jumlah skor	N	Nilai rata-rata	Kategori
----	--------	-------------	---	-----------------	----------

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

1	Mengadakan trektor	71	30	2.37	Berperan
2	Pembuatan pupuk organic	69	30	2.30	Kurang berperan
3	Membantu petani untuk membuat kartu tani	72	30	2.40	Kurang berperan
4	Menghadirkan mesin rontong padi	65	30	2.17	Berperan
5	Mengadakan mesin untuk pengolah beras	61	30	2.03	Kurang berperan
Jumlah				11.00	
Rata-rata				2.15	Kurang Berperan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah , 2022

Tabel 3, Menunjukkan tanggapan responden terhadap unit Pengolahan yang berperan skor 72 dengan nilai rata-rata 2.40, dan dimana yang kurang berperan skor 61 dengan nilai rata-rata 2.03, hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap unit usaha Pengolahan berjumlah 2.15 dengan ketegori kurang berperan.

2. Unit Sarana dan Prasarana

Gapoktan menyediakan alat dan tempat untuk kegiatan anggota kelompok tani seperti dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kegiatan Gapoktan Dalam Unit Sarana Dan Prasarana

No	Uraian	Skor	N	Nilai rata-rata	Kategori
1	Mengadakan tempat sekertanian	84	30	2.80	Berperan
2	Pembuatan jalan tani	80	30	2.67	Berperan
3	Menghadirkan mesin atau alat pertanian	83	30	2.77	Berperan
4	Mengadakan embung untuk tempat penampungan air atau irigasi	75	30	2.50	Berperan
Jumlah		305		10.17	
Rata-rata				2.61	Berperan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 4, Menunjukkan bahwa unit sarana dan prasarana berperan dengan skor 84 dan nilai rata-rata 2.80 %, hal ini menggambarkan bahwa jumlah responden sangat antusia pada sarana dan prasarana berjumlah rata-rata 2.61 dengan ketegori berperan

3. Unit Usaha Pemasaran

Tabel 5, Kegiatan Gapoktan Dalam Unit Pemasaran

No	Uraian	Jumlah skor	N	Nilai rata-rata	Kategori
1	Mengumpulkan hasilpanen padi kemudian dijual ke pedagang dan bulok	79	30	2.63	Berperan

Sulfiana et. al: PEMBERDAYAAN GAPOKTAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI PADI DI DESAKABUP WORO KECAMATAN MADAPANGGA ATEN BIMA

2	Mengajarkan cara pemasyara yang baik	66	30	2.20	Kurang Berperan
<hr/>					
	Jumlah				
	Rata-rata			2.37	Berperan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 5. Menunjukkan bahwa kegiatan gapoktan dalam unit pemasaran Berperan dengan skor 79 dan nilai rata-rata 2.63%, dan responden yang kurang berperan skor 66 dengan nilai rata-rata 2.20%, hal ini dapat kita lihat kegiatan gapoktan dalam unit pemasaran dengan berjumlah rata-rata 2.37% dengan kategori berperan.

1. Pendapatan petani padi

Pendapatan adalah hasil produksi yang diperoleh dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama satu periode melakukan usahatani. Rata-rata penggunaan sarana produksi yang digunakan dalam melakukan usahatani petani padi sebesar Rp. 7,117.186, dan total penerimaan Rp 26,893.333 dapat kita lihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pendapatan Petani Padi

No	Uraian	Produksi/Harga Ha/Rp
1	Produksi (kg)	6.732
2	Harga (rp)	4.000
	Total penerimaan	26,893.333
3	Biaya produksi	
	a. Biaya varuabel	3,225.333
	b. Biaya tetap	3.891.853
	Total biaya	7,117.186
4	Pendapatan	19,775.847

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 6, menunjukkan bahwa rata-rata produksi padi sebesar 6.723 kg, harga Rp 4.000 dengan rata-rata penerimaan sebesar Rp 26.893.333 dengan biaya produksi rata-rata sebesar Rp 7,117.186, dan total pendapatan rata-rata sebesar Rp 19,775.847.

Tabel 7 Mendorong Untuk Meningkatkan Pengetahuan Petani Padi

No	Uraian	Skor	N	Nilai rata-rata	Presentase (%)	Kategori
1	Melakukan pelatihan mengenai budidaya tanaman padi yang efektif dan efisien	75	30	2.50	70	Berdaya
2	mengadakan sekolah lahan untuk petani padi.	66	30	2.20	56	Kurang berdaya

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

3	Memberikan pelajaran mengenai pemasaran hasil panen padi.	65	30	2.17	63	Kurang berdaya
4	mendorong untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani padi.	70	30	2.33	60.	Kurang berdaya
Jumlah				9.20	249	
Rata-rata				2.30	63	Kurang Berdaya

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 7. Menunjukkan pemberdayaan gapoktan dalam mendorong dan meningkatkan pengetahuan petani dimana pilihan berdaya skor 75 dan nilai rata-rata 2.50 dengan presentase 70.00% dan pilihan yang kurang berdaya skor 65 dengan nilai rata-rata 2.17 dan presentase 63.00%, hal ini menggambarkan tanggapan responden terhadap pemberdayaan gapoktan dalam mendorong dan meningkatnya pengetahuan petani dengan jumlah rata-rata 2.30 dengan keyegori kurang berdaya.

Tabel 8. Menambah Skil Petani Di Desa Woro

No	Uraian	Skor	N	Nilai rata-rata	Presentase %	Ketegori
1	Mengajarkan penanganan pasca panen	76	30	2.53	57	Berdaya
2	Mengajarkan pengaplikasian pestisida yang tepat dan baik	67	30	2.23	57	Kurang berdaya
3	Mengajarkan pembuatan pupuk organik	62	30	2.07	60	Kurang berdaya
Jumlah				6.83	173	
Rata-rata				2.28	58	Kurang Berdaya

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 8. Menunjukkan pemberdayaan gapoktan dalam menambah skil petani dimana pilihan berdaya skor 76 dengan nilai rata-rata 2.53 dan dimana pilihan yang kurang berdaya skor 62 dengan nilai rata-rata 2.07, hal ini menunjukan tanggapan responden terhadap pemberdayaan gapoktan dalam menambah skil petani dengan jumlah rata-rata 2.28 dengan ketegori kurang berdaya.

Tabel 9, Pengoatan Sdm Pengurus Kelompok Tani Di Desa Woro

Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapangga Aten Bima

No	Uraian	Skor	N	Nilai rata-rata	Presentase %	Kategori
1	Membantu kelompok tani melakukan peminjaman modal di intasi terkait (bank dan koperasi)	71	30	2.37	50	Berdaya
2	Mendorong petani untuk menggunakan teknologi baru	66	39	2.20	60	Kurang berdaya
3	Mendorong petani untuk menciptakan benih sendiri	71	30	2.37	47	Berdaya
4	Mendorng petani untuk melakukan bercocok tanam denga baik	64	30	2.13	50	Kurang berdaya
Jumlah				8.63	207	
Rata-rata				2.20	52	Kurang Berdaya

sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 9. Menunjukkan penguatan pengurus kelompok tani dimana pilihan yang berdaya skor 71 dengan nilai rata-rata 2.37 dan dimana pilihan yang kurang berdaya skor 63 denga nilai rata-rata 2.13, hal ini merupakan responden yang penguatanpengurukelompok tani dengan jumlah rata-rata 2.20 denga kategori kurang berdaya.

Tabel 10, Me ndorong Dan Mengembangkan Kegiatan Usaha Tani

No	Uraian	Skor	N	Nilai Rata-rata	Presentase %	Kategori
1	Mendorong dan mengembangkan kegiatan usahatani	64	30	2.13	53	Kurang berdaya
2	Memonitoring dan mengevaluasi kelompok tani	74	30	2.47	53	Berdaya
3	Mendaping dan mengawal bantuan pemerintah untuk petani	72	30	2.40	47	Berdaya
4	Melakukan pembinaan budiya padi	70	30	2.33	43	Kurang berdaya
Jumlah				9,33	197	
Rata-rata				2,33	49	Kurang Berdaya

sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 10, Menunjukkan pemberdayaan gapoktan dalam penndaping petani dimana pilihan yang berdaya dengan skor 74 nilai rata-rata 2.47, dan pilihan yang kurang berdaya dengan skor 64 nilai rata 2.13, Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023



Sulfiana et. al: Pemberdayaan Gapoktan Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Padi Di Desakabup Woro Kecamatan Madapanga Aten Bima

hal ini dapat kita lihat dalam pendamping gapoktan ini dengan jumlah rata 2.33 dengan ketegoro kurang berdaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peran gapoktan (a) unit usaha produksi skor rata-rata (2.23) dengan ketegori kurang berperan, (b) unit usaha pengeloan skor rata-rata (2.15) dengan ketegori kurang berperan (c) unit usaha sarana dan prasarana skor rata-rata (2.61) dengan ketegori berperan (d) unit pemasaran skor rata-rata (2.37) dengan ketegori berperan, total pendapatan petani padi setelah pemberdayaan sebesar Rp 19.775.847 per musim.

Pemberdayaan gapoktan dalam peningkatan pendapatan melalui (a) pelatihan, meningkatkan pengetahuan petani padi kurang berdaya (2.30), untuk menambah skil petani padi kurang berdaya (2.30), dan penguatan SDM kelompok tani dengan ketegori kurang berdaya (2.20). (b) Pemberdayaan dalam Pendamping (2.33) dengan ketegori kurang berdaya.

DAFTAR PUSTAKA

Iskandar, otto, 2002. Etos kerja, motivasi dan sikap inovatis terhadap produktivitas petani. Unj: jakarta.

Matanari, daniel. 2014. Peranan kelompok tani terhadap peningkatan produksi padi sawah di desa hutagugung kecamatan sumbul kabupaten dairi. Jurnal. Agribisnis. Fakultas pertanian. Universitas sumatera utara.

Suharsimi arikunto. 2010 prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta: rincka cipta.

Sugiyono. (2008). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif r&d. Bandung alfabeta.

Theresia, aprillia dkk. 2015, pembangunan berbasis masyarakat, bandung: alfabeta.



Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon (Studi Kasus Pada UKM Tanta Godek Kota Makasar)

Effectiveness Of Using Social Media In Sauce Marketing Katokkon Chili (Case Study In Tanta Godek Smes, Makasar City)

Maylani Paquita Sari¹, H.Amal Said², Sulfiana³

^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan, Tamalanrea 90245, Makassar, Indonesia

*Corresponding author: melanipaquitasari@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dengan menggunakan media sosial para pelaku bisnis dapat lebih efektif untuk melakukan berbagai keperluan termasuk melakukan komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk efektivitas pemasaran saus sambal cabai katokkon melalui media sosial.

Penelitian dilaksanakan di UKM Tanta Godek Kota Makassar memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk olahan saus sambal cabai katokkon. Menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan 3 responden yang bekerja di UKM tersebut dan pemilik usaha. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran melalui media sosial mencapai 85% ini membuktikan bahwa media sosial menjadi salah satu hal umum dan digunakan oleh banyak orang. Pemilik usaha juga merasakan adanya perbedaan yaitu dari segi tidak banyak membutuhkan banyak biaya dalam mempromosikan produk dan hanya membutuhkan waktu singkat dalam bertransaksi dengan konsumen. Jadi media sosial jelas lebih efektif dalam berbagai informasi, juga mampu menjangkau lebih banyak orang untuk berintraksi dalam memasarkan suatu produk. Salah satunya UKM Tanta Godek yang menyediakan saus sambal katokkon yang siap saji.

Kata Kunci : Efektivitas, Media Sosial, Cabai katokkon

ABSTRACT

The development of increasingly advanced information technology by using social media business people can be more effective in carrying out various purposes including conducting marketing communications. This study aims to determine the marketing effectiveness of katokkon chili sauce through social media.

The research was carried out at UKM Tanta Godek, Makassar City, utilizing social media as a means to market processed katokkon chili sauce products. Using the method of observation, interviews and documentation with 3 respondents who work in these SMEs and business owners. The data used are primary and secondary data. The data analysis used was a qualitative descriptive analysis with a Likert scale approach.

The results of this study indicate that marketing activities through social media reach 85%, this proves that social media is a common thing and is used by many people. Business owners also feel that there is a difference, namely in terms of not requiring a lot of money to promote products and only needing a short time to transact with consumers. So social media is clearly more effective in sharing information, as well as



Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

being able to reach more people to interact in marketing a product. One of them is UKM Tanta Godek which provides ready-to-serve katokkon chili sauce.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Katokkon chili

PENDAHULUAN

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam melakukan komunikasi produk yang kita punya kepada khalayak ramai secara praktis dan cepat adalah dengan cara melakukan promosi melalui iklan. Iklan merupakan cara promosi produk dengan melalui media elektronik, media cetak, media sosial. Promosi melalui iklan dengan media sosial dikenal efektif dan efisien selain itu juga tidak memerlukan biaya yang banyak, serta dapat dikerjakan dimana saja. Banyak produk yang dapat dipromosikan melalui iklan yakni salah satunya produk yang berasal dari sektor pariwisata dan kegiatan usaha pariwisata. Penggunaan media sosial berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk juga di Indonesia. Media sosial tidak hanya digunakan oleh individu sebagai alat untuk berbagi informasi tetapi juga digunakan sebagai media untuk melakukan komunikasi pemasaran bagi sebuah organisasi atau perusahaan.

Untuk memenangkan persaingan, meningkatkan efisiensi dan informasi akan produk yang dimiliki penting adanya suatu strategi yang mampu mengarahkan perusahaan agar lebih maju, pengukuran suatu efektivitas iklan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi citra atau prestise suatu perusahaan apakah iklan atau promosi yang telah dilakukan untuk memasarkan produk berfungsi dan efektif. Penggunaan media sosial berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk juga di Indonesia. Media sosial tidak hanya digunakan oleh individu sebagai alat untuk berbagi informasi tetapi juga digunakan sebagai media untuk melakukan komunikasi pemasaran bagi sebuah organisasi atau perusahaan.

Potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di dunia maya memiliki potensi yang semakin membaik dan cukup besar. Hal ini dapat dibuktikan oleh beberapa data yang disampaikan oleh perusahaan penyedia situs jual beli *online*. Dalam situs internet Kaskus mengklaim bahwa jumlah transaksi mencapai Rp. 575 Miliar per bulan, Tokobagus Rp. 300 Miliar per bulan. Belum lagi para pelaku jual beli *online* melalui media sosial (sosial media) yang saat ini menjadi media paling ampuh untuk dijadikan media pemasaran (Siswanto, 2017).

Cabai varietas lokal khas Toraja dikenal dengan nama Lada Katokkon. Bentuknya seperti buah cabai paprika, namun dalam bentuk mini, gemuk, bulat dan pendek. Cabai varietas lokal ini memiliki aroma yang harum mewangi dan pedas, sehingga banyak digemari oleh masyarakat. Selain aroma dan kepedasannya, cabai varietas lokal juga mengandung vitamin A dan vitamin C serta berkhasiat untuk mencegah beberapa penyakit tertentu (Asrul, A. 2022). Namun cabai katokkon sangat bergantung pada iklim karena pada musim penghujan tanaman ini buahnya akan berguguran yang disebabkan oleh serangan hama dan penyakit akibat kelembaban yang cukup tinggi. Selain itu cabai katokkon merupakan cabai komoditas unggulan dikalangan petani cabai di Tana Toraja dan Toraja Utara. Hal ini di dukung oleh harganya yang sangat tinggi di pasaran karena rasa pedas yang unik dan memberikan sensasi pedas yang berbeda dengan cabai jenis lainnya dan aroma yang berbeda dengan cabe lainnya (Amaliah, 2018).

Pemasaran *online* secara simultan, mempengaruhi pemrosesan informasi periklanan oleh para pengguna internet. Pemrosesan informasi periklanan oleh penggunaan internet mempengaruhi keputusan pembelian. Program periklanan di internet dan pemasaran melalui media *online* secara simultan juga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, serta secara tidak langsung melalui pemrosesan informasi.

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

UKM Tanta Godek memanfaatkan media *online* sebagai alat untuk memasarkan produk. Pemasaran olahan sambal cabai katokkon yang dilakukan UKM Tanta Godek ini melalui dua metode pemasaran yaitu pemasaran dengan menggunakan media *online* dan pemasaran dengan cara konsumen langsung mendatangi tempat usaha tersebut.

Melihat perkembangan teknologi sekarang sudah banyak pedagang yang beralih dalam pemasaran produk mereka ke penjualan *online*. Seperti yang kita ketahui sekarang ini sudah marak penjualan *online* melalui media sosial. Maka dari itu mengapa perlu diperhatikan perkembangan ini untuk bisa bersaing dalam memasarkan produk pertanian sehingga petani Indonesia bisa lebih sejahtera dan lebih mengembangkan diri lagi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan bandang, Kecamatan Bontoala, Kota Makassar. Penentuan lokasi penelitian di UKM Tanta Godek karena perusahaan ini melakukan pemasaran secara *online*. Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih 2 bulan mulai dari bulan November – Desember 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja dan menghasilkan produk saus sambal cabai katokkon dan berjumlah 3 orang di UKM Tanta Godek Kota Makassar. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu UKM Tanta Godek yang bergerak dibidang kuliner.

Data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis yaitu: data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan responden observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tempat usaha UKM Tanta Godek di Kota Makassar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan skala likert. Teknik analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi dengan menggunakan bahasa verbal dan tidak menggunakan angka.

Skala likert dipelopori pada tahun 1932 oleh Rensis Likert, seorang pakar psikolog. Kegunaan skala likert, yaitu untuk mengetahui perilaku atau pendapat/persepsi seseorang atau kelompok mengenai suatu kejadian tertentu. Pada penggunaannya dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan, baik sifatnya positif maupun negatif. Kemudian seseorang tersebut diminta pendapatnya dengan satu jawaban melalui tingkat persetujuan (Kurniawan & Yuniarto, 2016).

Tabel 1. Alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert

Alternatif jawaban	Skor nilai
Sangat Tidak Efektif	1
Kurang Efektif	2
Cukup Efektif	3
Efektif	4
Sangat Efektif	5

Sumber: Sugiyono (2017:184)

Pada umumnya, skala likert menggunakan 5 skala atau kurang dari 5 skala yang menunjukkan tingkat

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

persetujuan. Tingkat persetujuan 5 skala, dapat meliputi “Tidak efektif, kurang efektif, cukup efektif, efektif, dan sangat efektif. Penentuan tingkat skala tergantung dari kebutuhan seseorang. Skala likert dalam penelitian ini digunakan untuk melihat efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran olahan cabai katokkon dengan memberikan skor indikator ke dalam 5 skala. Jawaban atas pernyataan “Sangat Tidak Efektif (STE)” diberi skor 1, jawaban “Kurang Efektif (KE)” diberi skor 2, jawaban “Cukup Efektif (CE)” diberi skor 3, jawaban “Efektif (E)” diberi skor 4, dan jawaban “Sangat efektif (SE)” diberi skor 5. Analisis data ini menggunakan rumus sbagai berikut:

$$\frac{\text{Total Nilai}}{\text{Nilai Max}} \times 100$$

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data.

Efektivitas adalah suatu keadaan yang telah dicapai oleh manajemen seperti kualitas, kuantitas, dan waktu, dimana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Atau lebih singkatnya, efektivitas adalah usaha tertentu atau suatu tingkat keberhasilan yang bias dicapai oleh seseorang atau perusahaan. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui tingkat efektivitas media online sebagai sarana pemasaran olahan sambal cabai katokkon adalah dengan analisa perbandingan antara pemasaran melalui media online dan pemasaran melalui offline.

$$\text{Rumus Efektivitas} = \frac{\text{Penilaian Online}}{\text{Penilaian Offline}} = > 1$$

Jika pemasaran melalui media *online* lebih besar dibandingkan dengan pemasaran melalui *offline* maka di katakan efektif. Sebaliknya, jika pemasaran *offline* lebih besar dibandingkan dengan pemasaran melalui media *online* dikatakan tidak efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Demografis

Kondisi demografis membahas mengenai penduduk disuatu daerah. Berdasarkan kondisi demografis di Kecamatan Bontoala menunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
Laki – Laki	27.921
Perempuan	28.177
Total (Orang)	56.098

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dalam Angka Tahun 2021

Tabel 1 menunjukkan mayoritas penduduk berjenis kelamin laki - laki dengan jumlah 27.921 jiwa. Jumlah penduduk secara keseluruhan sebanyak 28.177 jiwa dengan jumlah rumah tangga sebanyak 56.098 KK. Berdasarkan kelompok umur menunjukkan lebih jelas pada tabel berikut.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur	Jumlah	Persentase (%)
0 – 14	12.974	23,13%

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

15 – 29	15.064	26,85%
30 – 49	16.033	28,58%
> 50	12.027	21,44%
Total	56.098	100,00%

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dalam Angka Tahun 2021

Tabel 3 menunjukkan mayoritas penduduk di Kecamatan Bontoala berada pada kelompok umur 15 - 19 tahun dengan jumlah 5.405 jiwa.

Dari data yang didapatkan bahwa dalam metode pemasaran yang dilakukan oleh UKM Tanta Godek lebih dominan menggunakan media sosial untuk pemasaran produk karena menurutnya dengan penggunaan media sosial ini sebagai sarana pemasaran yang dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga kerja. Sehingga pengukuran tingkat efektivitas untuk mencapai keberhasilan dengan cara mengukur tingkat biaya, pelayanan, promosi, dan waktu. Pemasaran menggunakan media sosial (*online*) dinilai memiliki biaya lebih murah, jadi bisa dikatakan modal yang dipakai UKM Tanta Godek lebih terjangkau dibanding dengan pemasaran *offline* yang dimana membutuhkan modal yang besar. Pada tabel di bawah ini menunjukkan besar persentase tingkat biaya selama UKM Tanta Godek dalam pemasaran melalui media sosial.

Tabel 4. Tingkat Efektivitas Biaya

Responden	Pertanyaan			Total	Persentase (%)	KET
	1	2	3			
BIAYA						
1	5	5	4	14	93,33%	Sangat Efektif
2	5	4	3	12	80,00%	Efektif
3	4	5	5	14	93,33%	Sangat Efektif
Rata – Rata				40	88,89%	Sangat Efektif

Sumber: *Data Diolah, 2022*

Berdasarkan tabel diatas untuk mengukur efektivitas variabel biaya, terdapat tiga responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini. Tabel tersebut terdiri dari tiga pertanyaan yang dinilai dengan skala maksimal lima. Dari hasil penilaian, reponden pertama mencapai skor 93,33% yang dapat diartikan sebagai “Sangat Efektif”, sedangkan responden kedua meraih skor 80,00% yang berada dalam kategori “Efektif” dan responden kedua meraih skor 93,33% yang juga termasuk dalam kategori “Sangat Efektif”. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas variabel biaya dari ketiga responden secara keseluruhan mencapai 88,89%, yang dapat dikategorikan sebagai “Sangat Efektif”.

Tabel 5. Tingkat Efektivitas Pelayanan

Responden	Pertanyaan		Total	Persentase (%)	KET
	4	5			
PELAYANAN					
1	3	4	7	70,00%	Efektif
2	4	4	8	80,00%	Efektif
3	3	5	8	76,67%	Efektif
Rata – Rata			23	76,67%	Efektif

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

Sumber: Data Diolah, 2022

Setelah itu, di UKM Tanta Godek ketika melakukan pemasaran secara *offline*, konsumen akan merasakan layanan yang baik dari toko, yang dilakukan pada saat pemasaran *offline* konsumen mendapatkan pengalaman pelayanan yang baik dari toko, sehingga konsumen memperoleh pengaruh positif dari promosi dan mereka kemudian menyebarkan pengalaman pelayanan positif tersebut melalui percakapan. Namun, dampaknya cenderung terbatas karena hanya mencakup orang-orang terdekat disekitarnya. Di sisi lain, ketika melakukan pemasaran melalui media sosial, konsumen yang puas dengan layanan dalam pemasaran *online* akan memberikan ulasan secara langsung melalui kolom ulasan atau komentar, sehingga dapat mempengaruhi pelanggan baru yang melihat ulasan tersebut secara langsung. Tingkat efektivitas berikutnya menunjukkan tingkat efektif pada variabel pelayanan. Pada tabel diatas terdapat 2 pernyataan. Persentase yang didapat pada responden 1 sebesar 70,00% (Efektif), responden 2 sebesar 80,00% (Efektif), dan responden 3 sebesar 80,00% (Efektif). Jadi, besar total pada tingkat efektif variabel pelayanan yaitu 76,67% masuk kategori Efektif.

Tabel 6. Tingkat Efektivitas Promosi

Responden	Pertanyaan				Total	Persentase (%)	KET
	6	7	8	9			
PROMOSI							
1	4	4	3	4	15	75,00%	Efektif
2	4	4	3	5	16	80,00%	Efektif
3	5	5	3	4	17	85,00%	Sangat Efektif
Rata – Rata					48	80,00%	Efektif

Sumber: Data Diolah, 2022

Strategi pemasaran yang dilakukan pada UKM Tanta Godek untuk menarik target konsumen pada saat *offline* adalah dengan membuat spanduk di sekitar toko dan juga dengan membagikan brosur. Sedangkan setelah melakukan pemasaran menggunakan media sosial untuk mencapai target konsumen pemasaran *online* promosi dengan menggunakan 3 media sosial yaitu *Facebook, Instagram, WhatsApp*. Berdasarkan dari tabel 6 dilihat persentase yang didapatkan dari tingkat promosi mencapai 80,00% (Efektif). Jadi, promosi melalui media sosial cakupan untuk mendapatkan pelanggan lebih luas dan lebih spesifik.

Tabel 7. Tingkat Efektivitas Waktu

Responden	Pertanyaan			Total	Persentase (%)	KET
	10	11	12			
WAKTU						
1	5	3	5	13	86,67%	Sangat Efektif
2	5	5	4	14	93,33%	Sangat Efektif
3	4	4	4	12	80,00%	Efektif
Rata – Rata				39	86,67%	Sangat Efektif

Sumber: Data Diolah, 2022

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

Sebelum pemasaran melalui media sosial dikembangkan, menjaga hubungan interaksi dengan konsumen memakan banyak waktu dan tenaga. Namun, dengan seiring penggunaan media sosial sudah bisa dimaksimalkan, ternyata memberikan lebih memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memaksimalkan pelayanan kepada konsumen. Kelebihan lain dari pemasaran melalui media sosial lainnya adalah bisa membuat kegiatan operasional selesai dalam waktu yang singkat.

Perbandingan penjualan *online* dan *offline*, jauh lebih besar pada penjualan *online* perbandingannya 85 % : 15 % jika hitung perkilo dari jumlah input 100 kg perbulan. Jadi pemasaran melalui media sosial yang dilakukan oleh UKM Tanta Godek dikatakan efektif dari pada pemasaran *offline* yang dilakukan melihat perbandingan diatas. Dari perbandingan di atas bahwa dari 100 kg jumlah cabai yang dijual pemasaran melalui media sosial dengan persentase 100%, 85% dari 100 dari 100 kg cabai selebihnya 15% dari penjualan *offline*. Jadi dalam pemasaran melalui media sosial saus sambal yang terjual setiap bulan 85 kg cabai katokkon sedangkan untuk pemasaran melalui *offline* hanya 15 kg dengan jumlah target yang ditetapkan yaitu 100 kg. Sehingga menunjukkan perbandingan pemasaran yang dilakukan UKM Tanta Godek antara pemasaran *online* dan *offline*, media sosial (*online*) lebih banyak permintaannya dibanding dengan *offline* maka media sosial dikatakan efektif sebagai sarana pemasaran saus sambal cabai katokkon. Untuk lebih jelasnya mengenai persentase pembagian aktivitas pemasaran yang dilakukan leh UKM Tanta Godek pada Tabel 8.

Tabel 8. Aktivitas Pemasaran Melalui Media Sosial UKM Tanta Godek

Media Online Yang Digunakan	Persentase (%)
Facebook	70
Instagram	5
Whatsapp	10
JUMLAH	85

Tabel 8 menunjukkan penggunaan media sosial mencapai 85%. Pemasaran melalui media sosial yang digunakan disini untuk memasarkan produk adalah *instagram*, *facebook*, *whatsapp*. Sebenarnya semua media sosial digunakan sebagai sarana pemasaran. Hasil persentase aktivitas pemasaran dari *Facebook* 70%, *Instagram* 5%, *WhatsApp* 10%. Persentase tertinggi dari media sosial yang digunakan yaitu *Facebook* sebesar 70%.

Berdasarkan rumus efektifitas :

$$\begin{aligned} \text{Rumus Efektivitas} &= \frac{\text{Penilaian Online}}{\text{Penilaian Offline}} = > 1 \\ &= \frac{85}{15} = 5,6 > 1 \end{aligned}$$

Jadi, berdasarkan rumus efektif di atas menunjukkan perbandingan online 5,6 > 1 maka efektivitas tercapai. Media sosial juga merupakan salah satu sarana promosi untuk menyebarkan produk yang akan dijual agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen baru.

Sedangkan untuk promosi *offline* yaitu dengan pemasaran melalui bazar tempat. Bazar tempat merupakan kegiatan yang sering diadakan di pusat perbelanjaan, perkantoran, mall, dan serta tempat umum lainnya. Kegiatan bazar dilakukan untuk menarik konsumen baru yang belum mengetahui UKM Tanta Godek, walaupun bisa dibilang kegiatan bazar waktunya relatif singkat (kurang lebih 1-7 hari), namun jika

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

dioptimalkan dengan baik maka bisa diperoleh konsumen-konsumen yang cukup berpotensi menjadi pelanggan tetap.

Dalam pemasaran *online* pun tidak ada jadwal tersendiri antara penjualan melalui media sosial dan *offline*. Pemilik UKM akan buka di jam 8 jika stok barang ready maka akan langsung dipasarkan dengan mengirim gambar ke *instastory*, *instagram*, dan grup *whatsapp* konsumen, sehingga pelanggan dapat mengetahui produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Diantara pemasaran melalui media *online* dan *offline* tidak ada perbedaan harga, mutu/kualitas, kemasan semua sama. Hanya saja UKM Tanta Godek menggunakan jasa ojek *online GrabFood* untuk pengantaran produk ke konsumen sehingga untuk pembayaran jasa ojek *online* ditanggung sendiri oleh konsumen. Sistem pemesanan pun cukup mudah jika kedua belah pihak sudah setuju dengan ketentuan yang ditawarkan oleh perusahaan maka pihak perusahaan akan siap mengirim barang sesuai dengan alamat konsumen.

Tabel 9. Penggunaan Media Sosial dalam Kegiatan Pemasaran

Variabel	Total Skor	Persentase (%)	Ket
Biaya	40	88,89%	Sangat Efektif
Pelayanan	23	76,67%	Efektif
Promosi	48	80,00%	Efektif
Waktu	39	86,67%	Sangat Efektif
Rata – Rata	37,5	83,05%	Sangat Efektif

Tabel 9 menunjukkan efektivitas penggunaan media sosial dari indikator variabel biaya, pelayanan, promosi, dan waktu diukur menggunakan skala likert. Terdapat lima jawaban yang dapat menilai dari segi biaya, pelayanan, promosi, dan waktu, yaitu: Sangat Tidak efektif dengan nilai skala 1, Kurang efektif dengan nilai skala 2, Cukup efektif dengan nilai skala 3, Efektif dengan nilai skala 4, Sangat Efektif dengan nilai skala 5. Kesimpulan tabel di atas bahwa besarnya biaya sebanyak 88,89% dan waktu 86,67% Sangat efektif. Variabel Pelayanan terdapat 76,67% dengan skala Efektif jadi interaksi dalam media sosial tentu dapat memberikan *feedback* yang sangat baik antara perusahaan dan konsumen. Konsumen juga bias langsung memberikan saran, kritik atau mengirimkan pesan mengenai produk layanan perusahaan. Melihat penggunaan media seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* tidak membutuhkan biaya yang banyak, melakukan promosi pun atau memperkenalkan produk tidak memakan waktu yang lama, sekarang hanya memakan waktu yang singkat dan hemat energi jika dibandingkan dengan pada saat penjualan *offline*.

Dengan adanya media sosial perusahaan merasakan perbedaan yang dirasakan, yaitu dengan meningkatnya pendapatan perusahaan. Setelah menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, media sosial memudahkan pihak perusahaan maupun konsumen dalam bertransaksi serta mengurangi biaya pemasaran. Di dalam pemasaran pun kendala yang dihadapi tidak begitu banyak hanya saja hal kecil biasa terjadi seperti konsumen mengklaim pengemasan seperti penyok pada botol atau keterlambatan pada pengantaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon (Studi Kasus UKM Tanta Godek di Kota Makassar). Maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Proses pengolahan cabai katokkon diperoleh dari bahan utama cabai yang berkualitas baik, yang diolah dengan penambahan bumbu-bumbu atau tanpa penambahan makanan lain dan bahan tambahan pangan yang diizinkan. Bahan-bahan tambahan yang sangat bervariasi, tetapi yang umum digunakan adalah garam, gula, bawang putih. Ketiadaan bahan baku cabai katokkon yang cukup dapat menghambat berlangsungnya proses produksi UKM Tanta Godek, oleh karena itu faktor pengadaan bahan baku menjadi hal yang sangat penting dalam memenangkan persaingan.
2. Proses pemasaran yang dilakukan oleh UKM Tanta Godek dengan melakukan pemasaran *online* dan *offline*. Pemasaran *online* dilakukan dengan cara membagikan atau memposting foto serta video *review* konsumen ke media sosial dengan *caption* yang baik untuk menarik konsumen. Sedangkan pemasaran *offline* yang dilakukan dengan mengikuti bazar dan konsumen datang langsung ke lokasi produksi untuk berbelanja. Adapun alur pendistribusian produk yang dilakukan UKM Tanta Godek adalah :
 - Produsen – Reseller – Rumah Makan – Konsumen
 - Produsen – Rumah Makan – Konsumen
 - Produsen – Supermarket – Konsumen
 - Produsen – Konsumen
3. Tingkat efektivitas media sosial sebagai sarana pemasaran saus sambal cabai katokkon dengan menggunakan 3 aplikasi yaitu, *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp* penggunaan media sosial ini dikatakan efektif karena dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga kerja. Berdasarkan hasil pengukuran tingkat efektivitas Biaya (88,89%), Pelayanan (76,67%), Promosi (80,00%), dan Waktu (86,67%). Hasil perolehan keempat variabel tingkat efektivitas diatas dengan skor rata-rata 37,5 (83,05%) dikatakan sudah masuk kategori Sangat Efektif dalam proses pemasaran melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat. 2015. Efektivitas Organisasi Edisi Pertama. Airlangga: Jakarta.
- Amaliah, N. (2018). Penentuan Kadar Capsaicin Menggunakan Metode Kromatografi Lapis Tipis (KLT) Pada Cabe Katokkon. JST (Jurnal Sains Terapan), 4(1), 49-56.
<https://jurnal.unpad.ac.id/index.php/MS/article/view/452>
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Asrul, A. (2022). Pengaruh Tingkat Kematangan Cabai Katokkon (*Capsicum annum L Var. Chinensis.*) dan Konsentrasi Bawang Putih (*Allium Sativum L*) Terhadap Karakteristik Kimia dan Sensori Sambal Cabai Yang Dhasilkan (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Delila, S., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2015). Pengambilan Keputusan Rumah Tangga dalam Membeli Saus Sambal Botol Di Bandar Lampung (Household Decision Making on Buying Bottled Chili Sauce in Bandar Lampung). Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, 3(1), 100-106.



Maylani Paquita Sari et. al: *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon*

- Hambali, E., A. Suryani dan M. Ihsanur. (2015). *Membuat Saus Cabai dan Tomat*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hidayatullah, Priyanto, dan Jauhari Khairul Kawistara. 2017. *Pemrograman WEB*. Informatika Bandung. Bandung
- Hoffman, M.L. (2000). *Empathy and Moral Development: Implication for Caring and Justice*. Cambridge University Press: New York.
- Kurniawan, Arif, M., & Aly, S. T. (2015). *Efektivitas Penggunaan Bahan Ajar Pengayaan “Cara Asyik Mengenal Bencana” Pada Materi Pembelajaran Keadaan Iklim Indonesia Untuk Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Sambi (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Surakarta.
- Mardiasmo.(2016).*Efisiensi dan Efektifitas*.Andy: Jakarta.
- Morissan. 2017. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio dan Televisi*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Paramitha, Patricia Diana. Nor, Afif Dita. dan Hasiolan Leonardo Budi. (2016). *Pengaruh Karakteristik Organisasi, Disiplin Kerja, dan Kualitas Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan dengan Kinerja Karyawan sebagai Variabel Intervening”*. Jurnal : *Journal Of Management* 2(2).
<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/479>
- Putri, C. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
<https://journal.uc.ac.id/index.php/perfoma/article/view/348>
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendikia : Bandung.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo, Anggota IKAPI.
- Rosita, F. & Aryani, D., 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, Bisnis dan Birokrasi*, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 114-126.
<https://scholarhub.ui.ac.id/jbb/vol17/iss2/3/>
- RISMAN, A. (2022). *PERTUMBUHAN DAN PRODUKSI TANAMAN CABAI KATOKKON (Capsicum chinense Jacq.) PADA BERBAGAI KONSENTRASI PUPUK JAKABA (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BOSOWA)*.
- Sadock, Benjamin J. & Sadock, Virginia A. (2014). *Kaplan & Sadock’s Concise Textbook of Clinical Psychiatry (2nd Ed.)*. USA : Lippincott Williams & Wilkins Inc.
- Safko, Lon (2015), *The Sosial Media Bible, Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*, John Wiley & Sons, Inc: New Jersey.
- Sari, E. K. M. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Cak Ndhoe Di Kabupaten Jember (Doctoral Laporan Tugas Akhir, Politeknik Negeri Jember)*. Jember.



Maylani Paquita Sari et. al: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Saus Sambal Cabai Katokkon

Siswanto. 2017. Pengantar Manajemen. Bumi Aksara: Jakarta.

Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar: *Manajemen Pemasaran*. CV.Pustaka Abadi: Surabaya.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta : Bandung.

Surachman, S.A. (2016). Dasar - dasar Manajemen Merek. Edisi Pertama. Penerbit Bayunedia Publishing.
Malang.

Tika, Pabundu. (2015). Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Karyawan. Bumi Aksara : Jakarta.



Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

**Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang
Peningkatan Pendapatan Petani
(Studi Kasus Kelompok tani Jagung Hibrida di Desa Bulu-Bulu,
Kecamatan Arungkeke)**

**Analysis Of Farming Group Performance Hybrid Corn In Supporting
Farmers Income
(Case Study of Hybrid Corn Farmers Group in Bulu-Bulu Village,
Arungkeke District)**

Zelviyani

Analisis Pasar Hasil Pertanian, Dinas Pertanian Jeneponto

*Corresponding author: selvyanijpt@gmail.com

ABSTRAK

Jeneponto sebagai bagian dari Provinsi Sulawesi Selatan yang hampir sebagian penduduknya berpenghasilan sebagai petani dan salah satu komoditi yang terus dikembangkan adalah Jagung Hibrida. Dilihat dari topografi wilayah, Kabupaten Jeneponto memiliki wilayah hampir sebagian dataran dengan kondisi alam yang cenderung kering. Kabupaten Jeneponto merupakan salah satu dari 9 Kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan sebagai daerah target pengembangan di Indonesia. Oleh sebab itu sebagai penulis menunjuk Jeneponto untuk dijadikan tempat penelitian yang berjudul analisis kinerja kelompok tani jagung hibrida dalam menunjang peningkatan produksi dan pendapatan petani studi kasus kelompok tani jagung hibrida di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto dengan tujuan mengetahui tingkat kinerja kelompok tani yang aktif dan pasif di tiap indikator yang ditetapkan peneliti dalam meningkatkan pendapatan produksi usahatani jagung hibrida serta bahan masukan/informasi bagi pengurus kelompok tani dalam menilai kinerja yang telah dilakukan oleh anggotanya. Penelitian ini dilakukan di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto dengan jumlah sampel kelompok tani berjumlah 10 dengan masing-masing anggota sebanyak 25 orang. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis kualitatif untuk mengecek kinerja petani antara kelompok tani aktif dan pasif serta analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung perbedaan pendapatannya. Berdasarkan hasil penelitian kinerja dan pendapatan mengikuti kegiatan kelompok sebanyak 76 % lebih tinggi dibanding anggota yang pasif sebanyak 24%. Tingginya tingkat produksi yang diperoleh anggota yang aktif disebabkan karena mereka aktif melakukan kerjasama dalam kelompok maupun antar kelompok lainnya, aktif mencari informasi yang berkaitan dengan peningkatan produksi, aktif melakukan pertemuan mencari solusi dalam berusahatani dan aktif menerapkan teknologi sesuai dengan rekomendasi yang diberikan oleh penyuluh pertanian.

Kata Kunci: Jagung, Kelompok tani, Kinerja, Pendapatan

ABSTRACT

*Jeneponto as part of the Province of South Sulawesi where almost half of the population earns as
. Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023*



Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

farmers and one of the commodities that continues to be developed is hybrid corn. Judging from the topography of the area, Jeneponto Regency has an area that is mostly plains with natural conditions that tend to be dry. Jeneponto Regency is one of 9 regencies in South Sulawesi as development target areas in Indonesia. Therefore, the author appointed Jeneponto to be the location for the research entitled "Analysis of the performance of hybrid corn farmer groups in supporting increased production and income of farmers in case studies of hybrid corn farmer groups in Bulu-Bulu Village, Arungkeke District, Jeneponto Regency with the aim of knowing the level of active farmer group performance and passive in each indicator determined by researchers in increasing the production income of hybrid corn farming as well as input/information material for farmer group administrators in assessing the performance that has been carried out by its members. This research was conducted in Bulu-Bulu Village, Arungkeke District, Jeneponto Regency with a total sample of 10 farmer groups with 25 members each. Sources of data that will be used in this study are primary data and secondary data that have something to do with this research. In this study, the authors used qualitative analysis to check farmer performance between active and passive farmer groups and used quantitative analysis to calculate the difference in income. Based on the results of research on performance and income participating in group activities as much as 76% higher than passive members as much as 24%. The high level of production obtained by active members is because they actively cooperate in groups and between other groups, actively seek information related to increasing production, actively hold meetings to find solutions in farming and actively apply technology according to recommendations given by agricultural extension workers.

Keywords: Corn, Farmer Group, Performance, Income

PENDAHULUAN

Daerah Jawa dan pulau Sumatera merupakan daerah target pengembangan jagung di Indonesia. Selain Jawa dan Sumatera, Provinsi Sulawesi Selatan sebagai salah satu wilayah potensi jagung hibrida di kawasan timur Indonesia terdapat 9 Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang tersebar sebagai daerah potensial jagung yaitu Kabupaten Gowa, Takalar, Jeneponto, Bantaeng, Sinjai, Bulukumba, Bone, Soppeng dan Wajo.

Kabupaten Jeneponto ditunjuk oleh penulis sebagai kawasan pengembangan jagung hibrida dengan melihat potensi wilayah dan cuaca daerah tersebut yang kering. Kondisi alam Jeneponto yang kering dan curah hujan yang kurang setiap tahunnya sehingga masyarakat diarahkan oleh penyuluh pertanian ke penanaman tanaman yang cocok dengan curah hujan yang rendah. Ini sesuai dengan pendapat Alya et. al (2022) Salah satu jenis lahan yang dapat dimanfaatkan sebagai lahan pengembangan tanaman pangan seperti jagung adalah lahan kering. Luas lahan kering di Indonesia yang dapat digunakan untuk lahan pertanian yaitu sekitar 122,1 juta hektar yang terdiri atas lahan keringmasam 108,8 juta ha dan lahan kering iklim kering 13,3 juta ha. Hal ini dapat dilihat dari data potensi pengembangan jagung 5 tahun terakhir dari tahun 2016 sampai 2020 yang ditunjukkan dari tabel berikut:

Tabel 1. Data Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Jagung di Kabupaten Jeneponto Tahun 2016 – 2020

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2016	52.010	254.089	5,46
2017	63.617	437.640	7,45
2018	69.153	564.175	8,16
2019	57.242	418.404	7,34
2020	61.866	456.163	7,37

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

Sumber: Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jeneponto, 2021.

Tabel diatas menunjukkan di Kabupaten Jeneponto, produktivitas perkembangan usahatani komoditi Jagung mengalami peningkatan dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2016 – 2020), hal ini menunjukkan kemampuan petani dalam berusahatani semakin berkembang, ini sesuai dengan pernyataan Suriadi (2012) bahwa kendala dalam peningkatan produktivitas salah satunya yaitu rendahnya adopsi petani terhadap inovasi. Oleh karena itu dalam meningkatkan pendapatan petani tiap kali berusahatani, penyuluh pertanian sebagai pendamping petani menghimbau agar setiap petani dapat membentuk suatu organisasi yaitu kelompok tani, menurut Parissing (2021) kelompok tani adalah kumpulan petani/peternak/pekebun yang dibentuk atas dasar kesamaan kondisi lingkungan dan keakraban untuk peningkatan pengembangan usaha. Sebagai basis kekuatan dalam mengayomi masyarakat, kelompok tani dapat dijadikan sebagai tempat pembelajaran sesama anggota, pengusaha, pedagang atas asas kesamaan kepentingan dalam memanfaatkan sumber daya pertanian yang mereka kuasai dan keinginan bersama sehingga terjadi peningkatan produktivitas usahatani dan kesejahteraan anggotanya.

Dalam setiap organisasi pasti ada anggota yang aktif dan pasif dalam bekerja dan berkegiatan termasuk dalam kelompok tani. Kelompok tani yang aktif biasanya keuntungan produksi usahatani jagung hibridanya lebih baik dibandingkan dengan kelompok tani yang pasif karena kelompok tani yang aktif mampu membuat perencanaan hari tanam sesuai dengan prediksi harga yang akan naik, mampu membuat perjanjian dan mendapat bantuan al sinta dan modal dari dinas melalui nama kelompok supaya bisa memajukan usahatani bersama. Hal ini diperjelas dengan pendapat Laksono (2005:1) yang menyatakan bahwa kinerja kelompok tani dapat dikatakan pasif apabila kurang tercapainya tujuan dan kepuasan yang diharapkan anggotanya serta masih belum optimalnya kinerja kelompok tani dalam peningkatan produktivitas usahatani, tingkat perkembangan usaha kelompok dan aktifitas kelompok tani sehingga berdampak pada peningkatan produksi anggotanya karena tidak memiliki motivasi dan dukungan dari kelompok tani untuk mengembangkan usahatannya yang pada akhirnya juga berdampak pada pendapatan petani semakin berkurang. Sesuai dengan penjelasan diatas penulis mengadakan penelitian mengenai analisis kinerja kelompok tani jagung hibrida dalam menunjang peningkatan produksi dan pendapatan petani.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih dengan cara Purposive Sampling (sengaja) yaitu dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan salah satu sentra penghasil jagung di Kabupaten Jeneponto, ini sesuai dengan pernyataan Sugiyono (2012) bahwa teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu disebut purposive sampling. Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan dari bulan Maret sampai Juni 2022.

Penentuan Populasi

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah petani yang bergabung atau ikut serta berpartisipasi dalam kelompok tani. Jumlah Kelompok tani yang ada di Desa Bulu-Bulu sebanyak 10 dengan masing-masing jumlah anggota sebanyak 25 orang sehingga secara keseluruhan jumlah petani yang menjadi anggota kelompok tani sebanyak 250 orang. Adapun Penarikan sampel dari masing-masing kelompok tani dilakukan dengan cara simple random sampling agar seluruh anggota pada setiap kelompok tani memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel mewakili kelompok tannya tanpa membedakan status anggota (pengurus/non-pengurus). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Rahayu (2022) bahwa Simple random sampling merupakan

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompoktani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Edukasinfo (2020) untuk mendapatkan informasi dan data yang lengkap, jelas, akurat, serta valid mengenai objek yang diteliti, maka sangat dibutuhkan jenis dan sumber data yang tepat untuk digunakan dalam penelitian. Adapun jenis dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan anggota kelompoktani yang menjadi responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner).
2. Data sekunder diperoleh oleh instansi atau lembaga yang ada hubungannya dengan penelitian seperti Dinas Pertanian Kabupaten Jeneponto, Kantor Penyuluh Pertanian, Badan Pusat statistika dan Kantor Desa Bulu-Bulu. Data sekunder tersedia dalam bentuk tertulis, peta dan dokumen resmi lainnya.

A. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Pada pembahasan pertama dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dimana yang akan dinilai yaitu kinerja petani dalam berkelompoktani antara yang aktif dan pasif dalam bekerja sedangkan pada pembahasan yang kedua menggunakan analisis kuantitatif karena yang akan dihitung perbedaan pendapatan antara kelompoktani aktif dan pasif hal ini juga didukung oleh pendapat dari Darsati (2021) yang menunjukkan bahwa analisis kualitatif berhubungan dengan unsur, ion atau senyawa apa yang terdapat dalam suatu sampel, sedangkan analisis kuantitatif berhubungan dengan berapa banyaknya suatu zat tertentu yang ada dalam sampel. Pada pembahasan pertama tentang tingkat kinerja kelompoktani terhadap peningkatan produksi dibuktikan dengan menggunakan nilai skoring. Artinya jawaban yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner, diberi simbol berupa pilihan jawaban (a), (b), (c) masing-masing diberi skor 3,2,1 dan 0. Untuk menentukan kisaran dari setiap skor digunakan interval setiap kegiatan dengan rumus.

$$K = \frac{\text{Poin Maksimum} - \text{Poin Minimum}}{\text{Jumlah Tingkatan}}$$

Dimana:

$$\text{Poin Maks} = 3 \times \sum \text{Pertanyaan yang diajukan}$$

$$\text{Poin Sedang} = 2 \times \sum \text{Pertanyaan yang diajukan}$$

$$\text{Poin Min} = 1 \times \sum \text{Pertanyaan yang diajukan}$$

$$\text{Jumlah Tingkatan} = 3$$

$$\text{Interval I (Kinerja Rendah)} = \text{Poin min} - (\text{Poin min} + K)$$

$$\text{Interval II (Kinerja Sedang)} = (\text{Poin min} + K) - (\text{Poin min} + 2K)$$

$$\text{Interval III (Kinerja Tinggi)} = (\text{Poin min} + 2K) - (\text{Poin min} + 3K)$$

Dari daftar komponen kinerja kelompoktani jagung hibrida yang dianalisis dapat diketahui bahwa total skor maksimum = 80 dan skor minimum = 0, sedangkan kategori kinerja yang digunakan ada 3 yaitu tinggi, sedang dan rendah, maka operasional rumus diatas adalah:

$$I = \frac{80 - 0}{3}$$

Sehingga dari operasional rumus diatas dapat ditentukan bahwa:

1. Skor antara 0 – 27 merupakan tingkat kinerja dalam kelompoktani rendah
2. Skor antara 28 – 53 merupakan tingkat kinerja dalam kelompoktani sedang dan
3. Skor antara 54 – 80 merupakan tingkat kinerja dalam kelompoktani tinggi

Menurut Widiawati (2015) Skoring adalah proses penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

responden. Sedangkan skor yang dicapai pada angka diatas menunjukkan anggota kelompok tani aktif dan pasif berdasarkan jumlah pertanyaan pada kuesioner dapat diketahui bahwa total skor maksimum = 20 dan skor minimum = 0, sedangkan kategori kemampuan anggota yang digunakan ada 2 yaitu tahu dan tidak tahu, maka operasional rumus yaitu:

$$I = \frac{20 - 0}{2} = 1$$

Sehingga dari operasional rumus di atas dapat ditentukan bahwa:

- a. Skor antara 0 - 10 menunjukkan anggota kelompok tani aktif
- b. Skor antara 11 - 20 menunjukkan anggota kelompok tani pasif

Menurut Vivit et. al (2022) pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya, dalam banyak hal jumlah TC ini selalu lebih besar bila analisis ekonomi yang dipakai, dan selalu lebih kecil apabila analisis financial yang dipakai. Untuk pembahasan kedua mengenai rumus pendapatan dibuktikan dengan menggunakan rumus:

$$\Pi = NP - TC = (\sum Y \times Hy) - (FC + VC)$$

Dimana:

Π = Pendapatan bersih (Rp/Ha/MT)

NP = Nilai Produksi (Rp/Ha/MT)

TC = Total Biaya (Rp/Ha/MT)

$\sum Y$ = Jumlah produksi

Hy = Harga Produksi yang diterima (Rp/Kg)

FC = Total biaya yang dikeluarkan petani selama proses produksi (Rp/Ha/MT)

VC = Total biaya variabel yang dikeluarkan petani selama proses produksi (Rp/Ha/MT)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Kelompok tani Desa Bulu-Bulu

Perkembangan kelompok tani di Desa Bulu-Bulu, mulai terbentuknya pada tahun 1988 dimana pada waktu itu hanya terdapat satu kelompok tani yang bernama Kalukuang Timur. Kemudian melalui pembinaan kelompok tani secara intensif dengan metode penyuluhan yaitu Latihan dan Kunjungan (LAKU) dimana pada setiap wilayah kerja penyuluh terdapat satu orang penyuluh pertanian yang bertugas untuk membina petani dalam meningkatkan produktivitasnya, termasuk menyarankan untuk membentuk kelompok tani. Sehingga pada waktu itu pembentukan kelompok tani terus mengalami perkembangan, dari satu kelompok yang terbentuk bertambah menjadi 10 kelompok tani hingga sekarang yaitu Kulang bersinar, Kulang Jaya, To'do Pulia, Utama, Tamalarea, Umege, Turikale, Kalukuang Timur, Al-Falah, Sinar Tani.

Petani yang tergantung dalam kelompok tani merupakan petani dominsili dan petani hamparan. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah menjalin kerjasama dengan sesama anggota kelompok. Adapun dalam satu kelompok tani terdapat 25 orang petani yang terdiri dari pengurus inti yaitu ketua, sekretaris, bendahara dan anggota. Biasanya dalam satu kelompok tani terdapat ikatan kekeluargaan, ini sesuai dengan pernyataan Reza et.al (2019) bahwa unsur - unsur perekat yang dilakukan anggota kelompok untuk memperkuat ikatan anggotanya yang terbentuk oleh hubungan ikatan pertalian darah (kaum, kesukuan, kekeluargaan) dan tidak bertali darah (pertemanan/ persahabatan). Dalam struktur organisasi tersebut tiap kelompok sudah ada terbentuk seksi-seksi yang dapat membantu para anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam usaha meningkatkan pendapatan. Dan biasanya aktivitas yang dilaksanakan oleh tiap kelompok tani selain rapat dengan penyuluh pertanian di kantor Kecamatan Arungkeke yaitu musyawarah menjelang musim tanam, terutama jika terdapat varietas baru yang diperkenalkan di desa Bulu-Bulu.

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

Adapun kelompok tani yang terdapat di atas dikategorikan berdasarkan kelasnya karena dilihat dari kemampuannya dalam bekerjasama dan melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan. Kelompok tani Kalukuang Timur merupakan kelompok tani yang tergolong dalam kelompok tani kelas utama karena dilihat dari pengalaman berkelompoknya sudah berkisar 40 tahun, anggota sudah bergelut dengan kegiatan dalam kelompok termasuk rencana kerja yang dilaksanakan serta kelompok tani ini juga sudah tergolong maju dari segi kualitas sumberdaya manusianya, tingkat penerapan teknologi, aktif bekerjasama dan mencari informasi dari penyuluh pertanian dan juga didukung oleh kontak tani yang bernama H. Arifin Tompo karena memiliki cara pemikiran yang lebih maju diantara petani-petani di dalamnya.

Kelompok tani Kulang Bersinar, Tamalanrea, AL-Fatiha, Sinar Tani merupakan kelompok tani kelas Madya karena kelompok ini sudah tergolong maju dibawah kelompok tani kalukuang timur. Hal ini terlihat dari sumberdaya manusia yang dimiliki dan penguasaan teknologinya. Dan Kelompok Kulang jaya, Umega dan Turikale merupakan kelompok tani lanjut karena kelompok ini memiliki sumber daya manusia yang cukup baik dan telah melakukan kegiatan yang telah direncanakan berdasarkan hasil musyawarah yang dilaksanakan tiap kelompok tapi masih terbatas dengan tingkat partisipasi anggota karena masih ada anggota dari ketiga kelompok tani yang masuk dalam kelas lanjut yang belum melaksanakan peran dan tanggungjawab yang dibenahkan kepadanya sehingga yang lebih banyak berperan aktif adalah pengurus inti saja. Dan yang terakhir, kelompok tani To'do pulia dan utama merupakan kelompok pemula karena baru terbentuk tahun 2006 dan juga merupakan kelompok tani binaan dari kelompok tani kalukuang timur sehingga kelompok ini dalam pelaksanaan kegiatannya masih dalam pembinaan kelompok tani kalukuang timur. Awalnya terbentuk kelompok tani pemula ini, bermula dari gagasan dari penyuluh pertanian untuk membentuk Gapoktan yang ada di Desa Bulu-Bulu, tapi dalam pembentukan Gapoktan dibutuhkan 10 kelompok tani yang menjadi anggota di dalamnya. Tahun sampai tahun 2006, hanya terdapat 8 kelompok tani yang tergabung dalam Gapoktan sehingga kelompok tani Kalukuang timur menyarankan ke Dinas Pertanian untuk membentuk 2 kelompok tani lagi sebagai binaan dari kelompok tani Kalukuang Timur. Anggota dari kelompok tani pemula ini pun diambil dari keluarga maupun kerabat yang masih berprofesi sebagai petani, sehingga terbentuklah kelompok tani To'do Pulia dan Utama dengan masing-masing anggota 25 orang.

Kinerja Kelompok tani dalam Upaya Peningkatan Produksi

1. Kemampuan merencanakan kegiatan

Dalam menentukan berhasil atau tidak dalam berusaha pasti dilihat hasil akhirnya banyak atau sedikit hasil produksi yang didapat tapi sebelum itu perlu adanya pencatatan dan perhitungan dari musim tanam sebelumnya termasuk perhitungan biaya dan pendapatan usahatani. Perhitungan ini harus dilakukan sebagai bentuk perencanaan awal karena dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi atas usahatani jagung yang diusahakan. Menurut Sarjan (2021) bahwa partisipasi anggota Kelompok tani pada tahap perencanaan mulai dari pemberian informasi tentang program penyuluhan, pelibatan anggota Kelompok tani dalam penentuan kegiatan, waktu, lokasi dan anggaran kegiatan yang akan dilaksanakan, pemberian masukan, keterlibatan dalam program penyuluhan, menerima dengan baik ide atau saran yang diberikan penyuluh dan mendukung program yang dijalankan oleh petani Berikut ini tabel kemampuan responden kelompok tani dalam merencanakan kegiatan di Desa Bulu-Bulu.

Tabel 2. Kemampuan Merencanakan kegiatan di Desa Bulu-Bulu Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, 2022.

No	Kemampuan Merencanakan Kegiatan	Total Skor	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
	Rendah	8	10	24
	Sedang	15	22	40

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

Tinggi	- 24	18	36
Jumlah		50	100

Sumber: Data yang diolah, 2022

Rutinitas dan masalah yang terjadi tiap anggota pada musim tanam tahun lalu dijadikan patokan perencanaan kegiatan kelompok tani di Desa Bulo-Bulo untuk musim tanam selanjutnya. Pertemuan rutin pertama biasanya mencakup perencanaan musim tanam yang dilakukan secara bersama dilihat dari cuaca yang terjadi di Kabupaten Jeneponto khususnya kecamatan Arungkeke dimana usahatani jagung hibrida biasanya dilakukan pada musim kemarau yaitu bulan Mei hingga Juli. Pertemuan keduanya biasanya didampingi oleh Dinas Pertanian Kabupaten Jeneponto khususnya Petugas Penyuluh Lapangan (PPL), dalam hal ini pihak PPL lebih menyarankan agar menggunakan bibit jagung hibrida yang unggul terjamin kualitas dan kuantitasnya seperti bibit jeneis pioner 21 dan Bisi 2 yang berlabel ungu. Hal ini sependapat dengan pernyataan Wahyuning (2015) bahwa beberapa alasan yang dikemukakan petani dalam menggunakan benih hibrida adalah karena benih jagung yang digunakan mempunyai daya tahan yang cukup tinggi terhadap penyakit, perawatannya mudah, dan memiliki produktivitas yang cukup tinggi, sehingga pendapatan yang didapat cukup menguntungkan. Dan pertemuan selanjutnya biasanya membahas tentang penggunaan pupuk yang berimbang, pemberantasan hama dan sanksi anggota kelompok tani yang tidak aktif disetiap pertemuan anggota. Dari sinilah kesuksesan petani berasal. Karena bisa dijadikan perencanaan dalam setiap kegiatan.

2. Kemampuan melaksanakan dan menaati perjanjian dengan pihak lain

Dalam satu kecamatan akan terbentuk Gapoktan yaitu gabungan dari kelompok tani, gabungan inilah yang akan membentuk kerjasama antara kelompok tani lainnya. Kemampuan melaksanakan dan menaati perjanjian dengan pihak lain yang dimaksud disini adalah bentuk kerjasama yang terjalin antara sesama anggota kelompok tani, kelompok tani dengan pedagang, kelompok tani dengan dinas pertanian dan kelompok tani dengan pihak bank selaku wadah untuk petani meminjamkan modal usaha. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kemampuan petani berdasarkan kuesioner yang dibagikan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Kemampuan Melaksanakan dan Menaati Perjanjian dengan pihak lain di Desa Bulo-Bulo, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, 2022

No	Kemampuan Melaksanakan dan Menaati Perjanjian dengan pihak lain	Total Skor	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
	Rendah	0 – 8	22	38
	Sedang	9 – 15	16	44
	Tinggi	16 - 24	12	18
	Jumlah		50	100

Sumber: Data yang Diolah, 2022

Jika kita lihat ditabel kemampuan anggota kelompok tani yang ada di Desa Bulo-Bulo untuk melaksanakan perjanjian dengan pihak lain masih dalam keadaan rendah, karena terbatasnya anggota yang mengerti akan perjanjian tersebut. Pola pikir petani saat ini tidak mau susah atau berbelit-belit, dan selalu ingin berbuat sendiri tanpa berdiskusi dengan kelompok. Disinilah peran ketua kelompok tani untuk memberdayakan anggotanya agar bisa menjalin kerjasama dengan pihak lain supaya meringankan sedikit pekerjaan dalam berusaha jagung. Hal ini sesuai dengan pernyataan Firdaus & Suharyon (2019) yang mengatakan bahwa pemberdayaan berarti memberikan motivasi dan dorongan kepada masyarakat individu untuk menggali potensi yang dimiliki untuk kemudian ditingkatkan kualitasnya agar mampu mandiri.

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

Adapun anggota kelompok tani yang mengerti dan memiliki pendidikan yang baik mereka berpikir lebih baik menjalin kerjasama dengan pihak bank atau sesama pedagang pengumpul, sehingga ketika jagung sudah mau dipanen mereka tidak akan susah memasarkan hasil produksi karena pedagang yang akan mendatangnya. Selain itu jika mereka bekerjasama dengan pihak bank, sekarang jika kita ingin mencari pupuk pihak dinas pertanian sudah menerbitkan kartu tani, dengan adanya kartu tani mereka tidak akan susah mencari pupuk. Kartu tani merupakan bentuk kerjasama antara pihak bank, petugas penyuluh lapangan dan anggota kelompok tani. Jadi sebelum mengambil pupuk harus memakai kartu tani. Agar penyaluran pupuk tepat sasaran.

3. Kemampuan memupuk modal dan memanfaatkannya secara rasional

Kemampuan meningkatkan kemandirian, pengembangan usahatani dan tumbuhnya pola pikir setiap anggota kelompok tani untuk hidup hemat merupakan langkah strategis yang harus dilakukan dalam membentuk kinerja kelompok tani dalam kemampuan memupuk modal dan memanfaatkannya secara rasional. Untuk mengetahui kinerja kelompok tani dalam kemampuan memupuk modal dan memanfaatkannya secara rasional dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Kemampuan memupuk modal dan memanfaatkannya secara rasional di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, 2022.

No	Kemampuan memupuk modal dan memanfaatkannya secara rasional	Total Skor	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Rendah	0 – 8	12	24
2.	Sedang	9 – 15	30	60
3.	Tinggi	16 – 24	8	8
Jumlah			50	100

Sumber: Data yang diolah, 2022

Dari pernyataan para petani responden saat wawancara diketahui bahwa kemampuan memupuk modal dan memanfaatkannya secara rasional melalui iuran tetap dari anggota kelompok pada setiap musim tanam sebesar Rp. 10.000. Adapula modal kerja yang dimiliki sebagian kelompok tani diperoleh dari hasil usaha anggota kelompok untuk menyediakan traktor dan nantinya akan disewakan kepada petani dari kelompok tani lain sebesar Rp. 300.000 – 650.000 tergantung luas lahan yang dimiliki petani penyewa. Hasil inilah yang digunakan kelompok dalam pelaksanaan kegiatan kelompok yang memerlukan biaya banyak. Ini sesuai dengan pernyataan Deni et. al (2017) Derajat keterlibatan petani diukur dari variabel-variabel tingkat kehadiran dalam pertemuan, keaktifan dalam diskusi, keterlibatan dalam kegiatan fisik dan kesepakatan untuk membayar sumbangan/iuran.

4. Kemampuan meningkatkan hubungan yang melembaga

Upaya kelompok untuk bekerja sama antar sesama anggota, kelompok tani dan lembaga-lembaga pertanian. Lembaga-lembaga pertanian yang dimaksud adalah Kelembagaan Penyuluh Pertanian (BPP), kelompok tani, Gapoktan, Koperasi Tani (Koptan), KUD dan lain-lain merupakan kegiatan dalam meningkatkan hubungan antara kelompok tani dengan lembaga setempat. Berikut ini tabel kinerja kelompok tani dalam meningkatkan hubungan yang melembaga:

Tabel 5. Kemampuan Meningkatkan Hubungan yang melembaga di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, 2022.

No	Kemampuan Meningkatkan Hubungan yang melembaga	Total Skor	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
----	--	------------	-------------------------	----------------

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompoktani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

Rendah	0 – 8	18	40
Sedang	9 – 15	26	48
Tinggi	16 – 24	6	12
Jumlah		50	100

Sumber: Data Diolah, 2022

Jika kita melihat dari tabel berikut menunjukkan rendahnya partisipasi kelompoktani terhadap koperasi. Rendahnya partisipasi tersebut, salah satunya ditimbulkan karena pengurus koperasi (KUD) yang sangat jarang mengadakan sosialisasi kepada petani disekitar Desa Bulu-Bulu tentang manfaat mengambil modal usaha dan pengambilan sarana alat-alat pertanian misalnya dengan ikut serta bergabung dalam koperasi akan memberikan kemudahan dalam pemberian pinjaman dengan bunga yang rendah, tidak berbelit-belit dan prosesnya cepat. Menurut Ramona Handayani & Rahmadania (2020) bahwa kurangnya sosialisasi dan informasi mengenai program KUD khususnya untuk petani sehingga banyak masyarakat tidak tahu dan menyebabkan minat mereka untuk menjadi bagian KUD juga rendah Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ke lapangan dapat disimpulkan bahwa kurangnya minat masyarakat karena mereka minim informasi dan sosialisasi dari pihak KUD mengenai program untuk usaha tani sehingga angka pengangguran di desa ini msih tergolong tinggi.

5. Kemampuan menerapkan teknologi dan memanfaatkan informasi

Kemampuan menerapkan teknologi dan membuat inovasi baru dari usahatani jagung hibrida telah berkembang dengan sangat baik, sekarang semua serba handpone namun ada juga petani yang masih tergolong tidak mengerti tentang teknologi tapi mengandalkan pengalaman berusahatani. Untuk mengetahui kinerja kelompoktani dalam kemampuan menerapkan teknologi dan memanfaatkan informasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Kemampuan menerapkan Teknologi dan Memanfaatkan Informasi di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, 2022

No	Kemampuan Menerapkan Teknologi dan Memanfaatkan Informasi	Total Skor	Jumlah Responden (Jiwa)	Persentase (%)
	Rendah	0 – 8	8	14
	Sedang	9 – 15	25	50
	Tinggi	16 – 24	19	36
	Jumlah		50	100

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil diskusi dengan petani responden menyatakan bahwa informasi dan penerapan teknologi diperoleh pada saat pertemuan dengan penyuluh pertanian 2 kali dalam sebulan. Disamping itu informasi pertanian juga diperoleh dari brosur-brosur yang disebar oleh Dinas Pertanian serta pada saat pertemuan khusus seperti sarasehan, temu wicara dan acara tudung sipulung di kantor kecamatan. Menurut Fitrullah (2012) bahwa daya serap informasi merupakan bagaimana cara responden dalam menyerap informasi yang diberikan dalam peranan kelompoktani. Salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam menerima penerapan teknologi yaitu tingkat pendidikan petani tersebut. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki oleh petani maka kemampuan dalam menerima inovasi pun akan semakin baik karena bisa melihat tayangan youtube dari daerah lain terhadap penerapan usahatani jagung.

Pendapatan Petani Responden

Menurut Ahmad et. Al (2015) bahwa upaya peningkatan pendapatan petani dari suatu usahatani, . Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023

Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

secara umum sangat tergantung pada besarnya jumlah biaya produksi. Terutama untuk persediaan lahan, benih, pupuk dan tenaga kerja, yang kesemuanya sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya penerimaan maupun pendapatan yang di peroleh petani/responden dari hasil usahatani. Tingkat produksi dari suatu usahatani akan berbanding lurus dengan pendapatan, semakin tinggi produksi yang dihasilkan maka pendapatan yang akan diterima juga akan bertambah banyak. Berdasarkan 50 responden yang diteliti di Desa Bulu-Bulu jumlah produksi yang dihasilkan sebesar Rp. 209.000 Kg dengan rata-rata produksi sekitar 4.016 Kg maka jumlah pendapatan yang diterima dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Rata-rata pendapatan bersih petani responden berdasarkan tingkat kemampuan dalam mengikuti kegiatan kelompok di Desa Bulu-Bulu, Kecamatan Arungkeke, Kabupaten Jeneponto, 2022.

Uraian	Rata-Rata (Rp/Ha/MT)		Peningkatan (Rp)
	Anggota KT Pasif	Anggota KT Aktif	
Penerimaan	11.385.000,00	14.488.049,00	3.103.049,00
Total Biaya:			
a. Biaya Variabel			
- Sarana Produksi	654.716,67	758.000,95	103.284,2
- HKSP	918.505,66	988.439,58	69.933,90
b. Biaya Tetap			
- Pajak	52.333,34	65.105,26	12.771,90
- NPA	3.517,80	3.824,39	306,59
b Total Biaya	1.629.073,40	1.815.370,01	186.296,50
Pendapatan Bersih (1 – 2)	9.755.926,60	12.672.678,99	2.916.752,50

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel menunjukkan rata-rata pendapatan bersih yang diterima responden berdasarkan kemampuan anggota dalam mengikuti kegiatan kelompok menunjukkan rata-rata pendapatan anggota kelompok tani aktif lebih tinggi dibandingkan yang pasif. Biaya produksi yang paling banyak dikeluarkan petani responden adalah biaya tenaga kerja dan biaya sarana produksi yang terdiri atas bibit, pupuk dan pestisida yang sangat berpengaruh pada jumlah produksi yang diperoleh. Ini membuktikan tingkat pendapatan yang diperoleh anggota kelompok tani aktif lebih tinggi dibandingkan dengan anggota kelompok tani pasif. Ini sesuai dengan pendapat Amud & Rudi Priyadi (2010) bahwa petani perlu memperhatikan jumlah biaya yang harus dikeluarkan dalam setiap melaksanakan usahatani serta membandingkan antara penerimaan dan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, agar diperoleh keuntungan dalam usahatani.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan analisis kualitatif, tingkat kinerja kelompok tani dalam 10 kelompok tani yang diteliti berdasarkan 5 indikator kinerja menunjukkan kinerja kelompok tani dalam peningkatan produksi jagung hibrida tergolong sedang dimana dari kelima kemampuan kelompok masing-masing menunjukkan berada pada kategori sedang. Sedangkan jika melihat tingkat partisipasi anggota kelompok tani aktif dan pasif dalam pelaksanaan kegiatannya, anggota yang aktif lebih tinggi dibandingkan yang pasif, hal ini disebabkan bertambahnya pemahaman petani mengenai pentingnya membangun kerjasama antar sesama anggota dalam berkelompok. Kemudian untuk pembahasan analisis kuantitatif, tingkat pendapatan anggota kelompok tani



Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompok tani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

aktif sebesar Rp. 12.672.678 sedangkan tingkat pendapatan anggota kelompok tani pasif sebesar Rp. 9.755.926. Dilihat dari jumlah angka pendapatan tersebut, ini membuktikan kinerja anggota dalam berkelompok tani sangat mempengaruhi produktivitas usahatani jagung hibrida pada masing-masing petani. Sehingga sangat dianjurkan untuk terus berinteraksi dan aktif dalam setiap kegiatan yang direncanakan antara kelompok tani dan Dinas Pertanian khususnya Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Z.A., Purwanto., Hj. Handayani., Abdul Muis. 2015. *Analisis produksi dan pendapatan usahatani jagung hibrida di Desa Modo Kecamatan Bukal Kabupaten Buol*. Jurnal Agroland. 22(3). Hal 206.
- Alya Sulistyowati Dewi., Djarod Hari Setiawan., Restie Novitaningrum. 2022. *Potensi dan pengembangan jagung hibrida di Indonesia*. Jurnal Science Innovation and Technology (SINTECH). 3 (1). Hal 2.
- Amud & H. Rudi Priyadi. 2010. *Perbedaan biaya produksi, pendapatan dan R/C Rasio pada usahatani jagung hibrida system panen muda dan system panen tua*. Jurnal Agribisnis. 2 (1). Hal 6.
- Darsati, Siti. 2021. *Modul 1. Ruang lingkup kimia analitik dan penggolongan analisis kimia*. <https://repository.ut.ac.id/4593/1/PERK14205-M1.pdf>. [15 Mei 2023].
- Deni Irawan., Dedi Hardiansyah Sujaya., Muhamad Nurdin Yusuf. 2017. *Tingkat partisipasi petani dalam kelompok tani padi sawah terhadap program sekolah lapang pengelolaan tanaman terpadu (SL-PTT)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH. 4 (3). Hal 327.
- Edukasinfo. 2020. *Macam-macam sumber dan teknik pengumpulan data penelitian kualitatif*. <https://www.edukasinfo.com/2020/09/macam-macam-sumber-dan-teknik-html>. [15 Mei 2023].
- Firdaus & Suharyon. 2019. *Kinerja Kelompok tani dalam system usahatani padi lahan rawa dan metode pemberdayaannya: Studi Kasus pada kegiatan padi sawah di lahan suboptimal Kabupaten Tanjung Jabung Barat Jambi*. Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi. 3 (2). Hal 167.
- Fitrullah, Muhammad. 2012. *Peranan kelompok tani terhadap tingkat penerapan teknologi budidaya padi sawah (Oryza Sativa L) di Desa Bukit Raya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara*. Jurnal EPP. 9 (1). Hal 45.
- Parissing, C.S. 2021. *Kelompok tani: definisi, ciri dan peran*. <https://www.banjarsari-labuhanhaji.desa.id/artikel/2021/613/kelompok-tani-definisi-ciri-dan-peran>. [15 Mei 2023].
- Rahayu, A. 2022. *Simple random sampling*. <https://binus.ac.id/malang/2022/09/simple-random-sampling/>. [15 Mei 2023].
- Ramona Handayani & Rahmadania. 2020. *Peran Koperasi Unit Desa (KUD) dalam meningkatkan produktivitas kelompok tani di Desa Tanah Habang Kanan Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan*. Jurnal Inovatif. 2 (2). Hal 28.
- Reza, Muhamad., Melinda Noer., Yonariza., Asmawi. 2019. *Hubungan ikatan anggota kelompok tani dengan partisipasinya pada proses perencanaan penyuluhan pertanian tingkat Nagari di Kabupaten Lima Puluh Kota*. Jurnal Penyuluhan. 15 (1). Hal 21.
- Sarjan. 2021. *Partisipasi anggota kelompok tani dalam program penyuluhan pertanian di Desa Kadingeh Kecamatan Barakka Kabupaten Enrekang (Skripsi)*. Makassar: Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah. Hal.42.
- Suriadi, A. 2012. *Model perVarietasan jagung komposit berpengairan springkler mendukung kemandirian petani di lahan kering iklim kering*. Jurnal Balai Pengkajian Teknologi Pertanian 2. Hal 1-2.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuning K. Sejati. 2015. *Peranan Benih Jagung Hibrida dalam peningkatan produksi pangan; studi . Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023*



Zelviyani: Analisis Kinerja Kelompoktani Jagung Hibrida Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Petani

kasus di Kabupaten Kalten. Prosiding Seminar Nasional Swasembada Pangan. Hal 287. 29 April 2015. Lampung: Politeknik Negeri Lampung.

Widiawati, W. 2015. *Kondisi masyarakat korban bencana Gerakan tanah sebelum dan setelah relokasi pemukiman di Kecamatan Malausma Kabupaten Majalengka (Skripsi)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. Hal 29.

Vivit, N. R. N., Yuriko, B., Yuliana B. 2022. *Analisis biaya dan pendapatan usahatan jagung di Desa Ayumolingo Kecamatan Pulubala. Jurnal AGRINESIA. 6 (2). Hal 159.*



Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea (Studi Kasus pada Home Industri Roti Maros Bung Dorry)

Maros Bread Business Marketing Strategy In Tamalanrea District (Study on Bung Dorry Maros Bread Home Industry)

Dewi Maharani Rahman^{1*}, Suardi Bakri², A. Susilawaty Hardiani³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan, Tamalanrea
90245, Makassar, Indonesia

*Corresponding author: dewim8150@gmail.com

ABSTRAK

Roti merupakan makanan berbahan dasar utama tepung terigu dan air, yang difermentasikan dengan ragi, seperti di daerah Makassar. Toko Roti Maros Bung Dorry memiliki omzet sebesar kurang lebih 100 juta perbulan, sehingga usaha tersebut tetap perlu melakukan pembenahan dan pengembangan agar mampu bersaing dengan pangsa pasar lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi sistem pemasaran usaha roti Maros pada Toko Bung Dorry di Kecamatan Tamalanrea serta untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pengusaha roti Maros pada Toko Bung Dorry di Kecamatan Tamalanrea. Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilaksanakan pada bulan Oktober-November, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis data deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal pada Toko Roti Maros Bung Dorry adalah manajemen dan pemasaran, sedangkan faktor eksternalnya yaitu lingkungan makro (faktor demografi, faktor ekonomi, faktor alam, faktor teknologi, faktor politik dan budaya), lingkungan mikro (pemasok, pelanggan, pesaing dan masyarakat) dan lingkungan industri (ancaman pendatang baru, ancaman barang pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli dan persaingan dari perusahaan sejenis dalam industri). Analisis matriks SWOT menghasilkan 15 alternatif strategi yang dapat digunakan sebagai upaya pengembangan usaha, seperti: mempertahankan harga dan meningkatkan produk, mempertahankan cita rasa khas dan berinovasi tanpa menghilangkan rasa khas, memanfaatkan *website* dan sosial media, meningkatkan jumlah produksi, menambah kerjasama dan mempertahankan hubungan baik dengan mitra pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Roti Maros, SWOT

ABSTRACT

Bread is a food made mainly from wheat flour and water, which is fermented with yeast, as in the Makassar area. Maros Bung Dorry Bakery has a turnover of approximately 100 million per month, so the business still needs to make improvements and developments so that it can compete with other market segments. This study aims to determine the internal factors and external factors that influence the marketing system of the Maros bakery business at Bung Dorry Shops in Tamalanrea District and to understand how the marketing strategy is applied by Maros bakery entrepreneurs at Bung Dorry Shops in Tamalanrea District. This research is a case study conducted in October-November, the type of research used is qualitative with descriptive data analysis techniques and SWOT analysis. The results showed that the internal factors at the Maros Bung Dorry Bakery were management and marketing, while the external factors were the macro environment (demographic factors, economic factors, natural factors, technological factors, political and cultural factors), micro environment (suppliers, customers, competitors and society) and the industry environment (threat of new entrants, threat of substitutes, bargaining power of suppliers, bargaining power

. Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023



Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

of buyers and competition from similar firms in the industry). The SWOT matrix analysis produces 15 alternative strategies that can be used as business development efforts, such as: maintaining prices and improving products, maintaining distinctive flavors and innovating without losing distinctive flavors, utilizing websites and social media, increasing production volume, increasing cooperation and maintaining good relations. with marketing partners.

Keywords: *Marketing Strategy, Maros Bread, SWOT*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan merupakan suatu bentuk usaha yang cukup prospektif di Indonesia, hal tersebut dikarenakan makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus terpenuhi. Keberadaan usaha kecil dan kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki sumber penghasilan mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya. Usaha mikro kecil juga banyak berperan membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang berpendidikan rendah (Hasan, 2018).

Di era globalisasi seperti sekarang ini, pembangunan usaha khususnya di bidang industri makanan berlangsung cepat. Banyak bermunculan usaha-usaha baru khususnya produsen dalam industri makanan baik dalam skala kecil, menengah, hingga skala besar, oleh karena itu selaku pengusaha yang bergerak dalam industri makanan harus memperhatikan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis perusahaannya.

Salah satu sektor UMKM di Indonesia adalah industri berbasis roti yang mulai berkembang ketika terjadi pengaruh globalisasi yang masuk ke Indonesia. Berdasarkan data perkiraan perkembangan industri roti di Indonesia sampai pada tahun 2020 yang dibuat oleh Macquiere dan dikutip oleh CIMB (*Principal, Asset and Management*) dalam (Setia & Nopiana, 2018) memperkirakan bahwa dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2020, akan terjadi peningkatan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) dari industri roti sebanyak 10% dari periode tahun 2014 sebanyak 11,607 dan pada tahun 2020 sebanyak 20,562. Roti yang hanya dijadikan sebagai makanan alternatif saja, kini perlahan menggantikan peran nasi sebagai makanan pokok Indonesia, terutama bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi.

Ada pun jumlah UMKM di Indonesia adalah sebanyak 19,5 juta berdasarkan data dari (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2022). Perkembangan peranan UMKM yang besar ditunjukkan oleh kontribusinya terhadap pendapatan nasional. UMKM merepresentasikan 30,4 persen unit usaha yang ada di ekonomi. Penyerapan tenaga kerja di sektor ini juga tergolong tinggi, yakni sekitar 96,99 persen dari total tenaga kerja di Indonesia. Bahkan, pada tahun 2019 UMKM turut menyumbang 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional (Sasongko, 2022).

UMKM dapat membantu pemerintah menggenjot pertumbuhan ekonomi Nasional. Hal ini terjadi lantaran UMKM tersebar di seluruh penjuru negeri dan menguasai sekitar 99 persen aktivitas bisnis. Jika dibagi, 98 persen berasal dari usaha mikro sementara sisanya usaha menengah (Hasan & Azis, 2018).

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Propinsi Sulawesi Selatan, pada tahun 2019 tercatat lebih dari 940 ribu unit usaha, kemudian menjadi sekitar 1,2 juta pada 2020, dan meningkat lagi jumlahnya menjadi 1,5 juta unit usaha pada tahun 2021. Sebanyak 33% merupakan usaha berbasis roti dan kue. Namun, yang menjadi inti permasalahan tersebut adalah pelaku usaha minim akan melek teknologi. Pada tahun 2019 sebanyak 5% UMKM di Indonesia yang go digital. Sehingga untuk menghadapi era revolusi industri 4.0 yang berbasis teknologi, maka diperlukan adanya pengembangan dalam menyerap 95% UMKM yang belum go digital.

Pertumbuhan industri kuliner, khususnya roti semakin meluas. Sajian-sajian berbagai jenis roti menawarkan berbagai rasa dan bentuk menarik. Seiring dengan itu, kesibukan masyarakat di kota menjadikan roti sebagai salah satu makanan untuk sarapan maupun makan selingan lainnya, karena roti itu praktis dan mengenyangkan. Tidak hanya di kota-kota besar, akan tetapi sampai ke daerah bahkan sub urban pun sudah merasakan popularitas roti sebagai salah satu makanan favorit yang menjadi pilihan masyarakat.

Melihat perkembangan dan fakta bisnis yang terjadi, pertumbuhan industri pembuatan rotipun saat ini berupaya mengimbangi kebutuhan masyarakat tersebut. Pengusaha-pengusaha dari level bisnis *franchise*

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

sampai usaha kecil mikro dibidang kuliner roti sudah banyak bermunculan menyediakan layanan produk kepada masyarakat.

Berdasarkan data statistik konsumsi pangan 2020 yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian, rata-rata konsumsi per kapita roti manis pada 2020 mencapai 1.129 ons per minggu. Angka itu lebih tinggi dibandingkan rata-rata konsumsi per kapita varian lainnya seperti kue kering yang mencapai 438 ons per minggu.

Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan bisnisnya dan bersaing untuk mencapai suatu tujuan. Munculnya berbagai pesaing dikarenakan kemudahan dalam proses produksi membuat banyak masyarakat yang tergiur dengan peluang bisnis roti. Dengan banyak industri roti para pesaing pun mulai bermunculan baik dari usaha yang berskala kecil hingga usaha yang berskala besar. Dalam hal ini setiap industri roti dituntut untuk mengetahui strategi yang tepat dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan. Dalam hal ini terkait dengan penerapan strategi bauran pemasaran.

Adapun penelitian terdahulu yang saya baca dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Nice Bakery di Tondano” sehingga saya tertarik untuk meneliti strategi pemasaran Home Industri Roti Maros yang ada di Kota Makassar untuk mengetahui strategi apa yang digunakan untuk pemasaran produknya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi sistem pemasaran usaha roti Maros pada Toko Bung Dorry di Kecamatan Tamalanrea, serta untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pengusaha roti Maros pada Toko Bung Dorry di Kecamatan Tamalanrea.

Kendala yang dialami Usaha Home Industri pada Toko Roti Maros Bung Dorry salah satunya adalah dalam pemasaran produk. Penjualan produk tergantung pada permintaan pasar konsumen, modal yang masih minim, lokasi usaha yang tidak strategis, manajemen kinerja yang belum efisien dan kurangnya pengetahuan mengenai penggunaan sosial media serta promosi yang tidak berjalan efektif. Oleh karena itu, perlu untuk dibentuk strategi pemasaran Roti Maros Bung Dorry agar dapat mencapai target yang diinginkan dan dapat bersaing dengan pangsanya pasar lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sesuatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di lapangan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung pada bulan Oktober-November 2022. Adapun lokasi penelitian yang peneliti pilih adalah Toko Roti Maros Bung Dorry yang berada di BTP Blok B No. 434 RT.001/RW.08, Tamalanrea, Makassar, Sulawesi Selatan. Metode pemilihan lokasi ini adalah secara *purposive* (sengaja) yang didasarkan karena Toko Roti Maros Bung Dorry merupakan satu-satunya Toko Roti Maros yang berada di daerah Tamalanrea dan berdiri sudah cukup lama sejak tahun 2017 sampai sekarang.

Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memberikan informasi, dengan pengertian ini maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti. Dalam penelitian kualitatif disebut informan karena bersifat memberikan informasi secara mendalam yang dibutuhkan peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, penentuan informan dalam penelitian ini dengan berdasarkan pada objek yang akan diteliti dan keterkaitan karakteristik penelitian. Adapun informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 3 orang, pemilik usaha, tenaga kerja bagian produksi dan bagian pemasaran.

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi yang digunakan adalah observasi terstruktur dimana peneliti telah merancang secara sistematis tentang apa yang diteliti. Dalam artian bahwa peneliti mengamati kegiatan-kegiatan yang mendukung perolehan data yang tertuju pada fokus penelitian. Peran peneliti dalam observasi sebagai *non-participant observer* yaitu seorang pengamat yang mengunjungi pedagang toko roti Maros dan membuat catatan-catatan tanpa terlibat dalam kegiatan yang dilakukan partisipan. Peneliti melihat secara langsung bagaimana proses penjualan roti Maros di toko roti Maros yang berlangsung selama beberapa waktu, serta menggali data-data yang berkaitan dengan gambaran umum tentang aktivitas yang mereka lakukan selama proses penjualan.

2) Wawancara

Wawancara mendalam (*in depth interview*) Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan.

3) Dokumentasi

Peneliti menggunakan dokumentasi sebagai pelengkap data. Dokumentasi dilakukan dengan pencatatan data-data yang diperoleh seperti lokasi penelitian.

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui strategi pemasaran pada Toko Roti Maros Bung Dorry, dengan menggunakan metode deskriptif dengan demikian penulis menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini menunjukkan bahwa kinerja pedagang dapat ditentukan kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat untuk identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pedagang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumber Daya Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana, berkaitan dengan bangunan Toko Roti Maros Bung Dorry didirikan diatas tanah seluas 105 m². Bangunan ini sudah cukup lama didirikan, awalnya bangun merupakan rumah tempat tinggal pemilik usaha namun semakin berkembangnya akhirnya pada tahun 2017 tempat tersebut dijadikan sebagai rumah produksi roti sampai sekarang. Lokasi toko berada di dalam kompleks perumahan yang lumayan jauh dari jalan poros sehingga lokasi usaha dinyatakan kurang strategis. Pemilihan lokasi toko ini dikarenakan sang pemilik usaha masih dalam tahap berkembang jadi proses produksi roti dijalankan di rumahnya sendiri.

Produk roti yang berkualitas tidak hanya terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas tetapi juga berasal dari penggunaan alat/mesin yang sudah modern agar produksi roti bisa dilakukan dengan cepat. Peralatan yang digunakan Roti Maros Bung Dorry untuk produksi roti adalah sebagai berikut:

1. Mesin *mixer* besar untuk mencampur bahan menjadi satu, sebanyak 2 unit;
2. Oven besar untuk memanggang dan memanaskan dengan suhu tinggi yang bisa diatur, sebanyak 2 unit;
3. Meja kerja untuk menyimpan alat dan bahan yang telah disediakan, sebanyak 7 unit;
4. Mesin pembuat selai untuk membuat selai isian roti, sebanyak 2 unit;
5. Pemanas *magic com* untuk menghangatkan roti, sebanyak 13 unit;
6. Gelas Ukur untuk mengukur/digunakan sebagai takaran bahan, sebanyak 5 unit;
7. Timbangan untuk menimbang berat adonan yang akan dibuat, sebanyak 7 unit;
8. *Baking tray* tempat untuk mengistirahatkan adonan yang bersuhu panas dan lembab, sebanyak 3 unit;
9. Mesin *proofing* untuk mengembangkan adonan, sebanyak 5 unit.

Proses Produksi Roti Maros Bung Dorry

Produksi merupakan proses membuat suatu produk baik barang maupun jasa dari bahan baku tertentu menjadi produk baru yang memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi. Proses produksi yang dilakukan Roti Maros Bung Dorry dilakukan setiap hari dengan jumlah ± 2500 *pieces* dengan 9 varian dan 2 ukuran. Varian

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

yang diproduksi bergantung dari pesanan yang masuk, semakin banyak pesanan yang masuk, maka semakin banyak pula produksi roti, jika pesanan sedikit maka akan sedikit pula produksinya.

Produksi Roti Maros Bung Dorry terkadang mengalami penurunan dan terkadang naik, bahkan naik drastis. Kenaikan yang drastis pada saat bulan ramadhan, tahun baru, perayaan hari besar agama dan hari libur bisa mencapai 4500 *pieces* bahkan bisa lebih.

Salah satu faktor penunjang berlangsungnya kegiatan produksi tentu saja ketersediaan bahan baku yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh Roti Maros Bung Dorry. Jenis bahan baku yang digunakan Roti Maros Bung Dorry adalah sebagai berikut:

1. Bahan Utama

Bahan baku yang digunakan oleh Roti Maros adalah tepung terigu, telur, ragi dan mentega. Roti Maros memilih bahan baku bermutu yang telah memiliki sertifikat halal dari MUI untuk melaksanakan proses produksi. Ketepatan pemilihan jenis tepung terigu sangat berpengaruh terhadap hasil akhir produksi. Oleh sebab itu, Roti Maros Bung Dorry rela mengeluarkan dana yang lebih tinggi untuk mendapatkan bahan baku terbaik. Bahan baku produksi ini diperoleh dari pemasok yang bekerjasama dengan Roti Maros Bung Dorry dan telah memiliki sertifikat halal MUI.

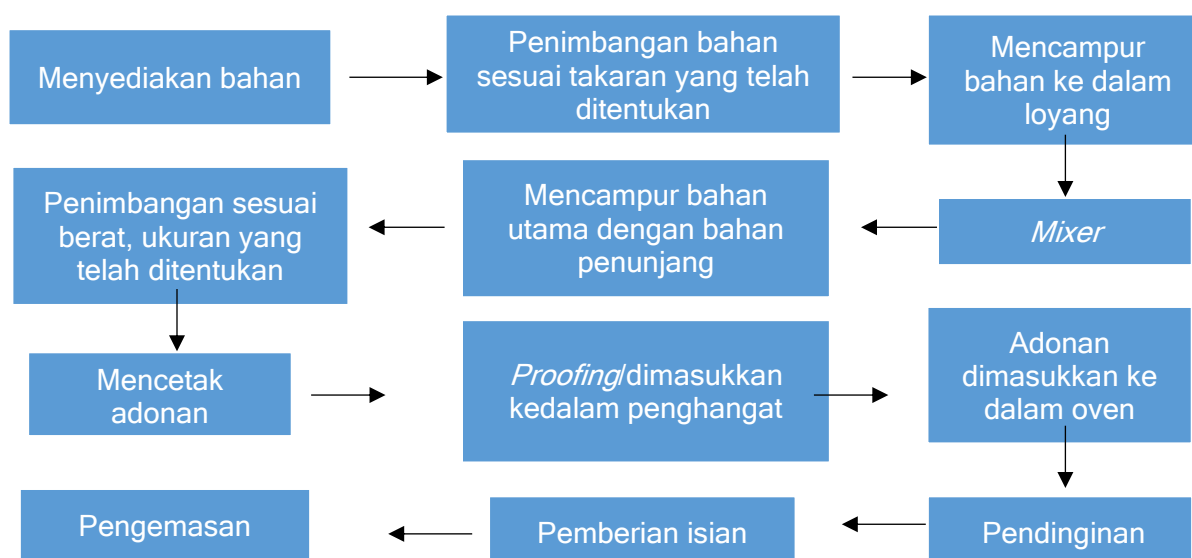
2. Bahan Penunjang

Bahan penunjang dalam pembuatan roti dapat terdiri dari dua jenis yaitu bahan campuran adonan terigu dan bahan isian. Bahan-bahan penunjang yang digunakan untuk campuran adonan roti yaitu, gula pasir dan vanili. Sedangkan bagian pokoknya bervariasi agar konsumen semakin tertarik. Adapun bagian pokoknya yang biasanya digunakan untuk isian roti yaitu sarikaya, coklat, keju, strawberry, durian, coklat keju, blueberry dan abon. Semua bahan penunjang yang digunakan dalam proses produksi roti adalah bahan-bahan yang telah memiliki sertifikat halal MUI.

3. Kemasan

Pengemasan adalah proses terakhir dalam melakukan produksi. Proses ini menentukan tampilan luar produk dan ketahanan produk hingga ke tangan konsumen. Jenis kemasan yang digunakan Roti Maros Bung Dorry untuk mengemas produknya yaitu kemasan kotak plastik sederhana dengan dua ukuran yaitu besar dan kecil, sesuai dengan jenis ukuran roti sehingga tampilan dari segi kemasan terlihat kurang menarik.

Roti Maros Bung Dorry melengkapi kemasan kotak plastik disetiap produknya dengan informasi penting seperti logo Roti Maros Bung Dorry, nama toko, alamat toko, nomor hp, aneka rasa dan sosial media seperti *Instagram*, *Grab Food*, *Gosend* dan *Gojek*. Berikut adalah gambar alur produksi:



Gambar 1. Alur Produksi Roti Maros Bung Dorry

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

Keterangan:

1. Menyediakan bahan-bahan yang akan digunakan diatas meja kerja untuk membuat roti, seperti terigu, telur, ragi, mentega dan lain-lain.
2. Melakukan penimbangan bahan dengan menggunakan alat timbangan, sesuai dengan takaran yang telah ditentukan
3. Setelah bahan ditimbang, selanjutnya mencampur bahan yang telah ditimbang menjadi satu ke dalam loyang, kemudian aduk rata menggunakan *mixer* sampai hasil sesuai dengan yang diharapkan
4. Selanjutnya mencampur bahan utama dengan bahan penunjang seperti gula pasir dan vanili dan di aduk hingga rata
5. Setelah proses pencampuran selesai, kembali melakukan penimbangan adonan sesuai berat, ukuran yang telah ditentukan
6. Mencetak adonan sesuai jenis ukuran roti
7. *Proofing*/dimasukkan ke dalam penghangat, agar suhu dalam adonan Kembali normal dan roti mampu mengembang dengan sempurna. Untuk durasi *proofing* kurang lebih 30 menit atau bergantung pada suhu ruang
8. Setelah melakukan *proofing*, adonan dimasukkan ke dalam oven
9. Kemudian melakukan pendinginan sebelum dilakukannya pemberian isian, agar isian tidak meluber dan kelihatan rapi.
10. Pemberian isian dilakukan diatas meja kerja yang bersih dan menggunakan sarung tangan. Adapun beberapa varian rasanya yaitu coklat, keju, strawberry, blueberry, durian, nanas, coklat keju, abon dan sarikaya (original)
11. Tahapan terakhir yaitu pengemasan produk sebelum produk dipasarkan. Pengemasan menggunakan plastik bening sederhana yang telah diberi logo perusahaan.

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Setiap usaha baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk yang mereka produksi. Penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Seperti diketahui strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kepentingan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran. Formulasi strategi pemasaran Roti Maros Bung Dorry dapat diketahui melalui data primer yang digunakan sebagai data pendukung yang diperoleh dengan melakukan wawancara kepada pemilik usaha dan karyawan Roti Maros Bung Dorry.

1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal ini diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bersaing perusahaan dengan melakukan proses identifikasi terhadap berbagai faktor-faktor yang ada dalam area fungsional dalam suatu usaha.

a. Manajemen

Manajemen dalam suatu usaha akan dapat memperbaiki kinerja suatu usaha jika memiliki perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan yang baik untuk membantu penjual mencapai hasil yang maksimum dari usaha yang dijalankan. Semua kegiatan operasional usahanya dilakukan secara sendiri. Tanpa adanya sistem manajemen yang berupa perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengontrolan yang baik tentunya akan menjadi suatu kelemahan bagi perusahaan, karena hasil yang diperoleh dalam menjalankan usaha ini tidak akan maksimum dalam pencapaian tujuannya.

b. Pemasaran

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

1) Produk (*Product*)

Roti Maros Bung Dorry memiliki jenis produk bersaing karena memproduksi sembilan varian rasa dibandingkan dengan produk yang lain yaitu rasa sarikaya, coklat, keju, nanas, strawberry, coklat keju, blueberry, dan abon. Dibuat dengan bahan yang mudah didapat serta tidak menggunakan bahan pengawet ataupun bahan kimia lainnya sehingga roti hanya mampu bertahan selama 3 hari dan roti dikemas dalam kotak plastik sederhana yang transparan serta bersih dan rapi sehingga kemasan terlihat kurang menarik.

2) Harga (*Price*)

Harga produk Roti Maros Bung Dorry memiliki harga terjangkau yang berbeda-beda tergantung varian rasa dan jenis ukuran. Untuk rasa sarikaya ukuran besar seharga Rp. 20.000 dan ukuran kecil Rp. 12.000, rasa coklat ukuran besar seharga Rp. 30.000 dan kecil Rp. 15.000, rasa keju ukuran besar Rp. 25.000 dan kecil Rp. 14.000, rasa nanas, blueberry, Durian dan strawberry ukuran besar Rp. 25.000 dan kecil Rp. 14.000, rasa coklat keju dan abon ukuran besar Rp. 30.000 dan ukuran kecil Rp. 15.000. Dikatakan terjangkau karena harga yang dipasarkan ramah di kantong dan relatif lebih murah dibandingkan dengan Toko Roti Maros lainnya, yang memiliki perbandingan harga sekitar 1000-2000 per produk.

3) Tempat (*Place*)

Tempat atau lokasi usaha Roti Maros Bung Dorry sejak 2017 sampai saat ini berada di BTP Blok B No. 434 RT.001/RW.08 Kecamatan Tamalanrea. Lokasi tersebut berada di dalam kompleks perumahan yang lumayan jauh dari jalan poros dan Lorong sempit serta berliku sehingga lokasi usaha dinyatakan kurang strategis. Produk ini sudah bisa ditemukan dimana saja diantaranya, yaitu rumah makan sekitar jalan Tamalanrea sebanyak 7 rumah makan, toko kecil seperti warung-warung sekitar BTP sebanyak 32 toko dan warung-warung di Kecamatan Biringkanaya sebanyak 9 toko. Selain itu, Toko Bung Dorry juga melakukan penjualan keliling menggunakan motor sebanyak 4 motor yang sering ditemukan menjual dekat gerbang dan sekitar BTP, Gor Sudiang dan sekitar jalan Perintis.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi yang digunakan yaitu mendatangi langsung calon pembeli atau menawarkan langsung kepada konsumen, serta menggunakan sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, *Grabfood*, *Gojek*, dan *Shopee food*. Akan tetapi promosi menggunakan *website* dan sosial media belum berjalan secara efektif karena tidak adanya pengelola khusus *website* dan sosial media.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah usaha dan ancaman yang harus dihindarkannya. Meliputi lingkungan makro (faktor demografi, ekonomi, alam, politik, dan budaya), lingkungan mikro (pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan masyarakat), dan lingkungan industri (ancaman pendatang baru, ancaman barang substitusi/pengganti, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli, dan Persaingan Dari Usaha Sejenis Dalam Industri).

a. Lingkungan Makro

1) Faktor Demografi

Bertambahnya jumlah populasi penduduk di Indonesia dan semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat dunia adalah merupakan salah satu kekuatan yang terus dipantau oleh para pemasar, karena pasar dan karakteristiknya dibentuk secara langsung oleh masyarakat. Perkembangan jumlah penduduk akan berdampak positif pada peningkatan konsumsi makanan tradisional dan merupakan peluang terhadap perkembangan usaha roti. Respon positif dari lingkungan sosial di luar perusahaan dapat berupa adanya dukungan terhadap peningkatan produksi dan memperluas pangsa pasar.

2) Faktor Ekonomi

Keadaan perekonomian suatu negara akan mempengaruhi kinerja suatu perusahaan atau industri di dalam negara tersebut. Kondisi perekonomian Indonesia yang masih belum stabil sejak adanya krisis ekonomi tahun 1997 memberikan iklim yang kurang kondusif bagi perkembangan bisnis di Indonesia baik bisnis dengan skala besar maupun skala kecil. Hal ini ditandainya dengan tersendatnya

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

perkembangan ekonomi, seperti terus naiknya harga bahan bakar minyak dan gas, yang selalu mempengaruhi kenaikan harga-harga barang lainnya secara umum, tidak terkecuali dengan bahan baku Roti Maros Bung Dorry seperti tepung terigu, telur dan lain-lain.

Saat ini semua pelaku bisnis di Indonesia dihadapkan pada perdagangan global yaitu AFTA (*Asean Free Trade Area*) yang merupakan wujud dari kesepakatan negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu kawasan bebas perdagangan atau pasar bebas. Di Indonesia sendiri perdagangan ini akan dibuka pada tahun 2015. Perdagangan semacam ini tentunya akan menjadi suatu ancaman bagi para pebisnis di Indonesia, jika melihat kondisi SDM yang ada di Indonesia masih terlihat belum sepenuhnya siap untuk bersaing dengan para pebisnis dari luar negeri, apalagi bagi para pebisnis industri mikro yang untuk saat ini saja mereka kesulitan dalam memasarkan barangnya karena persaingan yang begitu ketat. Adanya perdagangan bebas ini mungkin hanyalah merupakan peluang bagi perusahaan-perusahaan menengah ke atas yang secara keseluruhan sumber daya yang dimiliki sudah siap untuk bersaing dengan perusahaan dari luar negeri.

3) Faktor Alam

Bagi penjual Roti keliling faktor alam adalah faktor yang sangat penting dan memiliki pengaruh yang besar terhadap penjualan. Dengan berjualan berkeliling mengitari sudut-sudut kota Makassar yang membutuhkan cuaca cerah agar bisa berjualan berkeliling. Keadaan cuaca yang tidak mendukung dapat menjadi ancaman bagi penjual misalnya cuaca sering hujan akan berpengaruh kepada waktu berjualan dan kurangnya pembeli akan mengakibatkan penurunan yang tentunya akan berpengaruh terhadap penjualan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

4) Faktor Teknologi

Teknologi merupakan salah satu fungsi yang memegang peran penting dalam perkembangan suatu industri. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menuntut kalangan industri untuk berusaha mengamati bahkan mengadopsi perkembangan dari berbagai teknologi yang ada saat ini untuk menunjang seluruh kegiatan operasional usahanya. Kemajuan teknologi komunikasi yang berupa telepon dan telepon seluler telah terbukti memperlancar transaksi jual beli produk dari produsen ke distributor atau konsumen yang tempatnya berjauhan secara lebih efektif dan efisien. Selain itu perkembangan dunia internet dapat dijadikan peluang oleh perusahaan untuk menjual produknya secara online. Penggunaan teknologi transportasi yang berupa sepeda motor dapat menjadi alat untuk memasarkan atau pendistribusian produk yang telah diproduksi kepada konsumen.

5) Faktor Politik

Keadaan politik di suatu negara baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki pengaruh yang besar bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Pemantauan perlu dilakukan secara terus menerus oleh perusahaan baik mengenai situasi politik, peraturan-peraturan dan kebijakan-kebijakan pemerintah baik pemerintah pusat/daerah. Keadaan politik yang tidak stabil akan menyebabkan ancaman pada nilai tukar rupiah yang tidak stabil dan berdampak juga pada penurunan nilai investasi, penanaman modal, dan nilai daya beli masyarakat di dalam negeri. Politik yang tidak stabil merupakan satu penghambat dalam dunia industri, baik yang bergerak di sektor produksi, jasa maupun sektor-sektor lainnya.

6) Faktor Budaya

Berkembangnya zaman dan Pertumbuhan jumlah penduduk telah banyak merubah jiwa sosial, budaya masyarakat, dan pola hidup masyarakat saat ini. Bagi penjual Roti Maros Pertumbuhan jumlah penduduk adalah merupakan sebuah peluang, karena akan mempengaruhi jumlah konsumsi dan permintaan masyarakat terhadap produknya. Akan tetapi jika kita melihat pola hidup masyarakat saat ini yang cenderung lebih modern, hal ini dapat menjadi suatu ancaman, karena produk yang dijual adalah makanan tradisional. Masyarakat yang sudah memiliki pola hidup modern kebanyakan sudah kurang meminati makanan-makanan tradisional mereka, mereka cenderung lebih meminati untuk mengkonsumsi makanan-makanan modern yang berasal dari luar negeri yang merupakan suatu prestise bagi mereka. Pola hidup masyarakat yang sudah modern semacam ini tentunya akan menjadi suatu ancaman bagi para penjual makanan tradisional.

b. Lingkungan Mikro

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

1) Pemasok

Bahan baku utama pembuatan Roti Maros ini adalah tepung terigu. Tepung terigu diperoleh oleh pemilik dengan membelinya langsung dari *supplier*. Begitu juga dengan bahan-bahan pendukung lainnya termasuk kemasan produk.

2) Pesaing

Pesaing utama dari penjual bukanlah penjual yang memproduksi produk yang sejenis, meskipun di lingkungan Sulawesi sendiri banyak produk sejenis dari unit usaha lain yang dipasarkan. Penjual menganggap pesaing utama mereka adalah produsen ritel makanan yang memproduksi makanan-makanan modern. Mengingat pola hidup masyarakat sekarang yang sudah modern yang tentunya cenderung lebih menyukai makanan-makanan modern yang berasal dari luar negeri yang dapat meningkatkan prestise mereka dibandingkan makanan tradisional mereka sendiri. Selain itu rasa dan bentuknya yang bervariasi serta harga yang cukup terjangkau membuat mereka lebih konsumtif terhadap makanan-makanan modern tersebut.

Adapun beberapa pesaing dari Roti Maros Bung Dorry yang ada di daerah Tamalanrea yaitu roti gembul, pisang goreng nugget, kaku food, seblak naga, daeng's burger, kebab turki baba rafi, Amanda brownies, martabak dan terang bulan, browcyl, zazil bakery dan new candy bakery.

3) Masyarakat

Melihat pola hidup masyarakat sekarang yang sudah modern adalah merupakan suatu tantangan dan kesulitan tersendiri bagi penjual Roti Maros untuk mengembangkan usahanya yang bergerak dalam bidang ritel makanan tradisional. Masyarakat sekarang yang cenderung sudah melupakan makanan-makanan tradisional mereka dikarenakan menganggap sudah ketinggalan zaman. Tentunya berbeda tanggapan mereka dengan makanan-makanan modern dari luar negeri yang mereka anggap adalah pola hidup yang modern dan merupakan sebuah prestise tersendiri bagi mereka. Saat ini diberbagai daerah di Indonesia tumbuh berbagai tempat wisata baru yang tumbuh bagaikan jamur di musim hujan. Pesatnya perkembangan tempat wisata saat ini, tidak lepas dari tingginya minat masyarakat untuk berwisata ke tempat-tempat yang bisa membuat mereka senang dan nyaman. Hal tersebut dilakukan untuk menghilangkan rasa bosan dan jenuh mereka dikarenakan kesibukan pekerjaan sehari-hari mereka. Pesatnya perkembangan industri wisata ini dapat menjadi suatu peluang bagi penjual untuk menambah pangsa pasarnya, karena biasanya seseorang yang datang ke tempat wisata di suatu daerah tertentu belum lengkap rasanya jika mereka tidak membeli makanan khas dari daerah tersebut, sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh penjual untuk menjual produknya ke tempat-tempat wisata.

c. Lingkungan Industri

1) Ancaman Pendetang Baru

Daya tarik suatu industri bagi pesaing baru tergantung pada tingginya hambatan masuk dan keluar, serta pada reaksi dari peserta persaingan yang sudah ada menurut perkiraan calon pendatang baru. Ancaman yang sebenarnya bukanlah pendatang baru dari industri Roti Maros itu sendiri melainkan pendatang baru dari industri makanan-makanan modern seperti aneka makanan ringan atau snack, aneka makanan cepat saji, aneka donat dan aneka roti. Melihat pola hidup masyarakat yang sudah modern tentunya cenderung lebih suka mengkonsumsi makanan-makanan modern tersebut. Selain itu, prospek pasar yang dimiliki oleh industri makanan modern ini sangatlah besar dan dapat berkembang sangat cepat. Sehingga melihat situasi ini adalah sangat penting bagi penjual Roti Maros lebih serius berkonsentrasi mengantisipasi pendatang baru dari industri ritel makanan modern.

2) Ancaman Barang Pengganti

Usaha Roti Maros sebagai sebuah usaha yang memproduksi produk makanan tentunya sangat rawan dan memiliki banyak sekali barang substitusinya dikarenakan semakin beragamnya produk makanan yang ada saat ini baik makanan tradisional maupun makanan modern. Meskipun karakteristik dari makanan berbeda-beda tetapi pada dasarnya memiliki fungsi yang sama antara satu dengan yang lainnya. Hal ini tentunya menjadi ancaman yang sangat kuat bagi penjual Roti Maros di Sulawesi.

3) Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Pemasok dapat memanfaatkan kekuatan tawar menawarnya atas pembeli dengan menaikkan harga

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

atau menurunkan kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang dijualnya. Pemasok cenderung menjadi kuat jika jumlah mereka sedikit, tetapi dengan sedikit produk yang dipasok merupakan kekuatan tawar yang penting bagi pemasok. Usaha terbaik adalah bekerjasama yang baik dengan pemasok atau menggunakan berbagai sumber pemasok. Pemasok tepung terigu maupun bahan-bahan pendukung lainnya dalam pembuatan Roti Maros sangat banyak jumlahnya yang ada di pasar dan di toko-toko, sehingga pemasok tidak mempunyai kekuatan untuk memaksakan harga yang terlalu tinggi.

4) Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Produk Roti Maros Bung Dorry sudah banyak dikenal dan diminati oleh masyarakat dari media promosi, *mouth to mouth* yang dilakukan oleh orang-orang yang telah membeli produk tersebut. Tidak adanya kekuatan tawar menawar pembeli.

5) Persaingan dari Perusahaan Sejenis dalam Industri

Persaingan dalam penjualan akan mempengaruhi kebijakan dan kinerja dari penjual. Persaingan antar sesama produsen Roti Maros sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup para penjual Roti Maros. Hal ini juga terjadi pada penjual Roti Maros Bung Dorry di Tamalanrea, meskipun skala penjualan dan skala produksi pesaing lebih kecil namun, keberadaannya dapat mengurangi pangsa pasar yang ada, sehingga perlu dipantau juga keberadaannya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan agar dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Analisis SWOT dilakukan setelah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, menganalisis faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Adapun rincian mengenai identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada Usaha Home Industri Roti Maros Bung Dorry, yaitu:

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1. Harga terjangkau 2. Jenis produk bersaing 3. Bahan baku terjangkau 4. Bahan baku aman dan memiliki sertifikat halal MUI 5. Memiliki mesin produksi yang baik	1. Lokasi usaha kurang strategis 2. Produk tidak bertahan lama 3. Promosi belum efektif 4. Manajemen kinerja yang belum efisien 5. Kemasan kurang menarik
Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Bahan baku mudah didapatkan 2. Memiliki pelanggan yang loyal 3. Kemajuan teknologi dan informasi 4. Dukungan pemerintah terhadap UKM 5. Banyaknya masyarakat penikmat makanan tradisional 6. Budaya masyarakat yang konsumtif	1. Semakin banyak pesaing 2. Banyak bermunculan makanan modern 3. Harga bahan baku yang tidak stabil 4. Selera masyarakat yang cepat berubah 5. Adanya produk sejenis dengan harga lebih murah 6. Masuknya musim hujan

Sumber: Data Olahan, 2022

Tabel menunjukkan bahwa faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan memiliki tingkat yang sama, sehingga perlu adanya peningkatan kekuatan di Toko Roti Maros Bung Dorry. Sedangkan faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman memiliki tingkat yang sama juga. Peluang bisnis roti yang dirintis oleh Toko Roti Maros Bung Dorry memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

produk. Hasil identifikasi ini berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pemilik perusahaan, tenaga kerja bagian produksi dan bagian pemasaran di Toko Roti Maros Bung Dorry.

Matriks SWOT

Setelah melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal, dapat dilakukan penyusunan matriks SWOT. Matriks SWOT yang memuat keadaan internal dan eksternal usaha untuk menghasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Toko Roti Maros Bung Dorry. Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu Strategi *Strength-Opportunity* (SO), Strategi *Strength-Threat* (ST), Strategi *Weakness-Opportunity* (WO), dan Strategi *Weakness-Threat* (WT). Berikut Tabel matriks SWOT Strategi Pemasaran Roti Maros Bung Dory:

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Roti Maros Bung Dorry

Internal	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Analisis SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga jual terjangkau 2. Jenis produk bersaing 3. Bahan baku terjangkau 4. Bahan baku aman dan memiliki sertifikat halal MUI 5. Memiliki mesin produksi yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang tidak strategis 2. Produk tidak tahan lama 3. Promosi belum efektif 4. Manajemen kinerja yang belum efisien 5. Kemasan kurang menarik
Eksternal		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku mudah didapatkan 2. Memiliki pelanggan yang loyal 3. Kemajuan teknologi dan informasi 4. Dukungan pemerintah terhadap UKM 5. Banyaknya masyarakat penikmat makanan tradisional 6. Budaya masyarakat yang konsumtif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen. 2. Mempertahankan cita rasa yang khas untuk memperkuat makanan khas daerah. 3. Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan lebih mengaktifkan <i>website</i> dan melalui sosial media yang digunakan seperti IG dan FB. 4. Meningkatkan jumlah produksi untuk memenuhi permintaan pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah kerja sama dengan kios-kios baru 2. Membuat kemasan produk yang lebih menarik 3. Ikut serta dalam acara-acara bertema tradisional 4. Merekrut karyawan yang khusus mengelolah sosial media.
Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi ST	Strategi WT

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak pesaing 2. Banyak bermunculan makanan modern 3. Harga bahan baku yang tidak stabil 4. Selera masyarakat yang cepat berubah 5. Adanya produk sejenis dengan harga lebih murah 6. Bergantinya cuaca ke musim penghujan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga hubungan baik dengan pemasok bahan baku. 2. Berinovasi tanpa menghilangkan rasa khas 3. Meningkatkan manajemen keuangan 4. Meningkatkan keterampilan karyawan dengan cara melakukan pelatihan dan <i>study</i> banding dengan perusahaan roti yang sudah maju 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang kreatif 2. Memaksimalkan jumlah sarana transportasi penjual roti 3. Mempertahankan hubungan baik dengan para mitra pemasaran.
---	---	---

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5, ada beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Toko Roti Maros Bung Dorry, antaranya sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi SO yang dihasilkan yaitu:

- a. Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan mempertahankan harga yang terjangkau dan dengan kualitas yang baik para konsumen akan datang kembali untuk membeli.
- b. Mempertahankan cita rasa yang khas untuk memperkuat makanan khas daerah. Banyaknya masyarakat yang mencari makanan tradisional tetapi sekarang makanan tradisional mulai berkurang.
- c. Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan lebih mengaktifkan *website* juga sosial media lainnya agar konsumen dengan mudah mengakses Roti Bung Dorry melalui internet dan konsumen dapat dengan mudah mengenali Roti Bung Dorry dari *website*.
- d. Meningkatkan jumlah produksi untuk memenuhi permintaan pasar dan roti yang dipajang di toko tidak kehabisan.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WO atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO yang dapat diterapkan yaitu:

- a. Menambah kerjasama dengan kios-kios yang baru. Untuk mempermudah masyarakat yang mencari cemilan roti Maros.
- b. Membuat kemasan produk yang lebih menarik agar masyarakat yang ingin membeli lebih tertarik, dan kemasan yang dibuat lebih efisien.
- c. Ikut serta dalam acara-acara berbagai tema, terutama yang bertema tradisional. Sehingga memudahkan masyarakat yang mencari makanan tradisional daerah.
- d. Merekrut karyawan yang khusus mengelola *website* dan sosial media (Facebook, Twitter, dan Instagram). Hal ini diperlukan karena pemasaran di sosial media sangat penting, karyawan harus selalu meng-*update* produk Roti Maros Bung Dorry setiap hari agar *website* dan sosial media lainnya memiliki hal yang menarik setiap harinya.

3. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi ST yang dapat diterapkan yaitu:

- a. Menjaga hubungan baik dengan pemasok bahan baku. Dengan hubungan baik maka pemasok akan memberikan harga dan kualitas yang baik.
- b. Berinovasi tanpa menghilangkan rasa khas, sehingga tidak kalah bersaing dengan makanan modern tetapi tidak menghilangkan rasa khas kue pancong.

Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

- c. Meningkatkan manajemen keuangan, agar dapat membantu individu atau perusahaan dalam menentukan hal-hal apa saja yang memang sangat penting untuk diutamakan dalam pengalokasian dana.
- d. Meningkatkan keterampilan karyawan dengan cara melakukan pelatihan dan study banding dengan perusahaan roti yang sudah maju.

4. Strategi WT (*Weakness- Threats*)

Strategi WT atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Strategi WT yang dapat dilakukan yaitu:

- a. Melakukan promosi penjualan yang kreatif. Sehingga mudah diingat dan konsumen lebih tertarik membeli produk.
- b. Memaksimalkan jumlah sarana transportasi penjualan roti agar dapat memasarkan produk lebih efisien, seperti transportasi mobil roti keliling yang dapat menjual diatas mobil sehingga tidak takut basah jika hujan turun.
- c. Mempertahankan hubungan baik dengan para mitra pemasaran. agar mampu menciptakan kerjasama yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi sistem pemasaran usaha roti Maros Bung Dorry di Kecamatan Tamalanrea, faktor kekuatan berupa: harga jual terjangkau, jenis produk bersaing, bahan baku terjangkau, bahan baku aman dan memiliki sertifikat halal MUI dan memiliki mesin produksi yang baik. Untuk faktor kelemahan yaitu: lokasi usaha yang tidak strategis, produk tidak bertahan lama, promosi belum efektif, manajemen kinerja yang belum efisien dan kemasan kurang menarik. Sedangkan faktor peluang yaitu: bahan baku mudah didapatkan, memiliki pelanggan yang loyal, kemajuan teknologi dan informasi, dukungan pemerintah terhadap UKM, banyaknya masyarakat penikmat makanan tradisional dan budaya masyarakat yang konsumtif. Faktor ancaman yaitu: banyaknya pesaing, banyaknya bermunculan makanan modern, harga bahan baku yang tidak stabil, selera masyarakat yang cepat berubah, adanya produk sejenis dengan harga lebih murah dan bergantinya cuaca ke musim penghujan. Analisis matriks SWOT menghasilkan 15 alternatif strategi yang dapat digunakan sebagai upaya pengembangan usaha, yaitu: mempertahankan harga dan meningkatkan produk, mempertahankan cita rasa yang khas, memanfaatkan *website* dan sosial media, meningkatkan jumlah produksi, menambah kerjasama di kios-kios baru, membuat kemasan produk lebih menarik, ikut serta dalam acara bertema tradisional, merekrut karyawan khusus pengelola sosial media, menjaga hubungan baik dengan pemasok, berinovasi tanpa menghilangkan rasa khas, meningkatkan manajemen keuangan, meningkatkan keterampilan karyawan, melakukan promosi kreatif, menambah jumlah sarana transportasi penjual roti, dan mempertahankan hubungan baik dengan mitra pemasaran.

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut: Melakukan strategi diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan, melakukan inovasi-inovasi produk sehingga tidak kalah dengan makanan modern, tetapi tetap mengutamakan dan menjaga rasa khas Roti Maros, perlu menekankan pembagian tanggung jawab karyawan pada setiap bidang, meningkatkan pelayanan bagi konsumen yang mengunjungi toko agar kepuasan konsumen tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, perlu adanya peningkatan keterampilan SDM maupun manajemen agar dapat mendukung pelaksanaan strategi dalam memasarkan produk Roti Maros Bung Dorry.

DAFTAR PUSTAKA

. *Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023*



Dewi Maharani Rahman et. al: Strategi Pemasaran Usaha Roti Maros Di Kecamatan Tamalanrea

- Adiyanto, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Ranginang (Rengginang) Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 267-276.
- Alyas & Rakib M. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* . Volume 19 No. 2 Juli 2022: 114-120.
- AN, T. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti pada Bagas Bakery Kabupaten Kemdal (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Astuti, A. 2014. *Analisis Margin Pemasaran Semangka di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Agro UPY*, VI(1), 27–37.
- Choiril, A., & Meinarini. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus Toko Pojok Madura). *System Informasi*, 1-9.
- Dinas Koperasi dan, U. P. S. S. 2018. *Data Usaha Kecil dan Menengah Dinas Koperasi dan UMKM Propinsi Sulawesi Selatan*.
- Fahmi, M., & Akmal, B. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika Bergendaal Coffie di Kabupaten Bener Meria. *Agrisepp*, 14 (1).
- Jihad Akbar, M. & Fitriani Nur. 2022. Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Untuk Meningkatkan Penjualan Beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8, 61-67. <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4596>
- Kasmir. 2018. *Kewirausahaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Nurmagfirah, & Mira. (2018). Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus pada Diana Bakery Kota Bekasi Jawa Timur) (Skripsi). Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rangkuti, F. 2016. *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT* (Pagut Lubis, Ed.). Gramedia.
- Riyansyah, F., dkk. 2018. *Pemberdayaan Home Industry dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat*. Tamkin: *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, No. 2 Vol. 3:87-109.
- Santoso, A. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga Kabupaten Bogor Jawa Barat (Skripsi)). *Agribisnis Institut Pertanian Bogor*.
- Setyorini hany, dkk. 2016. Dalam jurnal berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran Ws Soekarno Hatta Malang)*”. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Volume 5 Nomor 1: 46-53.
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.



Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

The Impact Of Non-Cash Food Assistance (BPNT) On Family Food Security In Mersam District, Batanghari Regency

Ling Ling Susanti^{1*}, Suandi², Fuad Muchlis³

^{1, 2, 3} Fakultas Pertanian Universitas Jambi, Indonesia

*Corresponding author: lingling081989@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari . Kecamatan Mersam dijadikan lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa kecamatan ini merupakan salah satu daerah dengan tingkat kemiskinan yang cukup tinggi di Kabupaten Batang Hari . Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada keluarga penerima manfaat yang tergolong miskin pada tahun 2022. Keluarga Penerima manfaat (KPM) yang menjadi sampel penelitian ini merupakan KPM yang terdaftar sejak 2017 -2022 dan telah memperoleh BPNT secara kontinyu. Tujuan penelitian adalah Untuk menganalisis perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan bukan KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari. Sampel yang digunakan yaitu 41 KK KPM dan 44 KK bukan KPM. Analisis Ketahanan Pangan Pada Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT menggunakan Analisis Angka Kecukupan Gizi (AKG), Analisis Pola Pangan Harapan dan Uji Beda Ketahanan Pangan Pada Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT. Hasil analisis menunjukkan Analisis perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan bukan KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari dianalisis dengan pola konsumsi pangan rumah tangga, kelompok padi-padian dan umbi-umbian, kelompok pangan hewani dan pangan nabati, kelompok minyak dan lemak, gula, dan pangan lainnya, kecukupan konsumsi energi dan protein rumah tangga, angka kecukupan gizi (AKG), tingkat ketahanan pangan rumah tangga dan komparasi ketahanan pangan pada rumah tangga penerima dan non penerima BPNT. Rumah tangga non penerima BPNT termasuk dalam kategori tahan pangan, sedangkan rumah tangga penerima BPNT termasuk kategori rawan pangan.

Kata Kunci: BPNT, ketahanan pangan, rumah tangga

ABSTRACT

This research was conducted in Mersam District, Batang Hari Regency. Mersam sub-district was used as a research location with the consideration that this sub-district is one of the areas with a fairly high poverty rate in Batang Hari district. The scope of this research is limited to beneficiary families who are classified as poor in 2022. The beneficiary families (KPM) who are the sample of this study are KPM registered since 2017 - 2022 and have obtained continuous BPNT. The aim of the study was to analyze differences in food security in beneficiary families (KPM) and non-KPM Non-Cash Food Assistance in Mersam District, Batang Hari Regency. The samples used were 41 KPM families and 44 non-KPM families. Analysis of Food Security in BPNT Recipient and Non-Recipient Households uses Analysis of the Adequacy of Nutrition Rate (RDA), Analysis of Expected Food Patterns and Different Tests of Food Security in BPNT Recipient and Non-Recipient Households. The results of the analysis show that the analysis of differences in food security in beneficiary families (KPM) and non-Cash Food Assistance in Mersam District, Batang Hari Regency was analyzed by household food consumption patterns, grain and tuber groups, animal food and vegetable food groups, oil and fat, sugar and other food groups, adequacy of household energy and protein consumption,

Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023



Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

nutritional adequacy rate (RDA), level of household food security and comparison of food security in households receiving and non-BPNT recipients. Non-BPNT recipient households are included in the food secure category, while BPNT recipient households are included in the food insecure category.

Keywords: BPNT, food security, household

PENDAHULUAN

Konsep ketahanan pangan menurut Undang-Undang Nomor 7 tahun 1996 adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau. Berdasar konsep tersebut, maka terdapat beberapa prinsip yang terkait, baik langsung maupun tidak langsung terhadap ketahanan pangan (food security), yang harus diperhatikan (Sumardjo, 2006). Kondisi ketahanan pangan ini sangat erat kaitannya dengan perekonomian masyarakat. Apabila sebuah keluarga memiliki pendapatan yang memadai, maka ketahanan pangan dapat terjamin, sebaliknya apabila sebuah keluarga dalam kategori tidak mampu atau miskin, maka ketahanan pangan akan terganggu. Melalui program BPNT, pemerintah berupaya untuk membantu penduduk miskin yang termasuk dalam KPM untuk menjaga kualitas ketahanan pangannya dengan membantu akses dan ketersediaan pangan melalui program tersebut. Kabupaten Batang Hari merupakan salah satu dari 44 Kota/Kabupaten yang menjadi Pilot Project dari pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai pada Tahun 2017. Sejak tahun 2017 seluruh kecamatan dan kelurahan yang ada di Kabupaten Batang Hari telah mendapatkan layanan Program Bantuan Pangan Non Tunai dengan dilayani oleh 38 Electronic Warong (e-warong) yang tersebar diseluruh kecamatan dan kelurahan yang ada di Kabupaten Batang Hari. Berdasarkan tujuan dari Pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai ini diharapkan dengan adanya Program Bantuan Pangan Non Tunai dapat merimbas atau berdampak terhadap ketahanan pangan keluarga miskin di lokasi tersebut.

Program Bantuan Pangan Non Tunai berdasarkan Perpres No.63/Tahun 2017 tentang Penyaluran Bantuan Sosial Secara Non Tunai (BSNT) bertujuan 1) mengurangi beban pengeluaran Keluarga Penerima Manfaat (KPM) melalui pemenuhan sebagian kebutuhan pangan 2) Memberikan gizi yang lebih seimbang kepada KPM. 3) Meningkatkan ketepatan sasaran dan waktu penerimaan Bantuan Pangan bagi KPM. 4) Memberikan pilihan dan kendali kepada KPM dalam memenuhi kebutuhan pangan. 5) Mendorong pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). Sedangkan manfaatnya adalah 1) Meningkatnya ketahanan pangan di tingkat KPM, sekaligus sebagai mekanisme perlindungan sosial dan penanggulangan kemiskinan. 2) Meningkatnya efisiensi penyaluran bantuan sosial. 3) Meningkatnya transaksi non tunai dalam agenda Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). 4) Meningkatnya pertumbuhan ekonomi di daerah, terutama usaha mikro dan kecil yang sudah berpengalaman dalam usaha penjualan telur dan beras Ketahanan pangan di suatu daerah dapat diukur menggunakan Peta Ketahanan dan Kerentanan Pangan. Penilaian ketahanan pangan terdiri dari tiga aspek, yaitu aspek ketersediaan, keterjangkauan, dan pemanfaatan pangan. Aspek ketersediaan dapat dilihat dari kondisi tersedianya pangan dari hasil produksi dalam negeri, cadangan pangan, serta pemasukan pangan (termasuk impor dan bantuan pangan) adalah kedua sumber utama tidak dapat memenuhi kebutuhan. Aspek akses pangan adalah kemampuan rumah tangga untuk memperoleh cukup pangan yang bergizi, melalui berbagai sumber, seperti produksi dan persediaan sendiri (pembelian, barter, hadiah, pinjaman, dan bantuan pangan).

Aspek pemanfaatan pangan merujuk pada penggunaan pangan oleh rumah tangga dan kemampuan individu untuk menyerap dan metabolisme zat gizi. Pemanfaatan pangan juga meliputi cara penyimpanan, pengolahan dan penyiapan makanan, keamanan air untuk minum dan memasak, kondisi kebersihan, kebiasaan pemberian makan (terutama bagi individu dengan kebutuhan khusus), distribusi makanan dalam rumah tangga sesuai dengan kebutuhan, dan status kesehatan setiap anggota keluarga (Badan Ketahanan Pangan, 2019). Adanya Program Bantuan Pangan Non Tunai atau BPNT ditujukan sebagai upaya peningkatan taraf hidup masyarakat khususnya bagi masyarakat miskin agar dapat mewujudkan keluarga sejahtera salah satunya untuk memperkuat ketahanan pangan rumah tangga. Sehingga diharapkan pelaksanaan program bantuan pangan non tunai dapat berjalan secara efektif dan efisien agar tujuan yang

Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

telah ditetapkan dapat tercapai. Pelaksanaan penyaluran bantuan pangan non tunai (BPNT) di Kabupaten Batang Hari Telah Berjalan dan telah terlaksana sejak tahun 2017. Keseluruhan penerima manfaat Program Bantuan Pangan Non Tunai di Kabupaten Batang Hari berdasarkan pada kategori keluarga miskin atau yang sekarang disebut dengan keluarga prasejahtera. Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisis perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan bukan KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari . Kecamatan Mersam dijadikan lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa kecamatan ini merupakan salah satu daerah dengan tingkat kemiskinan yang cukup tinggi di Kabupaten Batang Hari . Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada keluarga penerima manfaat yang tergolong miskin pada tahun 2022. Keluarga Penerima manfaat (KPM) yang menjadi sampel penelitian ini merupakan KPM yang terdaftar sejak 2017 -2022 dan telah memperoleh BPNT secara kontinyu. Periode pengamatan pada penelitian ini yaitu data Juli 2022 – September 2022. Berdasarkan hasil perhitungan dengan Metode Slovin di atas maka dapat diperoleh 41 KK KPM dan 44 KK bukan KPM yang akan dijadikan sampel.

Metode Analisis

1. Analisis Angka Kecukupan Gizi (AKG)

Menurut Widyakarya Nasional Pangan dan Gizi (WNPG) XI tahun 2018, sebagai acuan dalam pembangunan pangan dan gizi digunakan standar/Angka Kecukupan Gizi yang meliputi Angka Kecukupan Energi (AKE) di tingkat konsumsi sebesar 2.150 kkal/kap/hari dan Angka Kecukupan Protein (AKP) di tingkat konsumsi adalah sebesar 57 gram/kap/hari. Hasil dari observasi dan wawancara pada responden di lapangan akan menghasilkan data mentah berupa berat (gr) makanan yang dikonsumsi oleh rumah tangga KPM Program BPNT selama dua hari. Dalam penelitian ini, jumlah yang dihitung dalam jumlah substitusi pangan karena konsumsi 3 jenis bahan pokok dari BPNT yaitu beras, telur dan kacang hijau. Data kemudian di akumulasi dan diolah guna mencari AKE dan AKP. Dengan rumus sebagai berikut:

$$AKE = \frac{A}{100} \times B \times BDD$$

$$AKP = \frac{A}{100} \times C \times BDD$$

Keterangan:

AKE = Kandungan energi pada bahan mentah (kkal/kapita/hari)

AKP = Kandungan protein pada bahan mentah

A = Berat (gram) setiap bahan makanan

B = Kandungan energi dalam 100 gr bahan mentah

C = Kandungan protein dalam 100 gr bahan mentah

BDD = Bagian yang dapat dimakan dari bahan makanan

Ketahanan pangan tingkat rumahtangga diukur dengan menggunakan klasifikasi silang dua indikator ketahanan pangan yaitu pangsa pengeluaran pangan dan derajat kecukupan konsumsi energi (Johnson dan Toole 1991). Pengukuran derajat ketahanan pangan dinyatakan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Pengukuran Derajat Ketahanan Pangan Tingkat Rumahtangga

Tingkat Konsumsi Energi	Proporsi Pengeluaran Pangan	
	Rendah (<60% Pengeluaran total)	Tinggi (≥60% Pengeluaran total)
Cukup (>80% kecukupan energi)	1. Tahan Pangan	2. Rentan Pangan
Kurang (≤80% kecukupan energi)	3. Kurang Pangan	4. Rawan Pangan

Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

2. Analisis Pola Pangan Harapan

Skor Pola Pangan Harapan (PPH) mencerminkan suatu mutu gizi konsumsi pangan dan tingkat keragaman konsumsi pangan. Terdapat kriteria sesuai dengan skor PPH yang didapatkan yaitu Skor PPH < 78: Segitiga Perunggu, Skor PPH 78- 88 : Segitiga Perak dan Skor PPH > 88 : Segitiga Emas (Suyatno, 2009). Semakin tinggi skor PPH, konsumsi pangan semakin beragam dan bergizi seimbang. Jika skor konsumsi pangan mencapai 100, maka wilayah tersebut dikatakan tahan pangan.

3. Uji Beda Ketahanan Pangan Pada Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT

Perbandingan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan bukan KPM Bantuan Pangan Non Tunai, dilakukan menggunakan analisis statistik Uji t *Independent Sample* t-test. Uji ini untuk mengetahui perbedaan rata-rata dua populasi/kelompok data yang independen dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\bar{d}}{sd}$$
$$\bar{d} = \frac{\sum d}{n}$$
$$S_d = \sqrt{\frac{\sum (d - \bar{d})^2}{n-1}}$$
$$Sd = \frac{S_d}{\sqrt{n}}$$

dimana :

\bar{d} = Perbedaan ketahanan pangan keluarga penerima BPNT (X1) dengan non penerima BPNT (X2)

\bar{d} = Rata-rata cuplikan perbedaan sesudah dan sebelum program

Sd = Simpangan baku dari d

Sd = Kesalahan baku dari \bar{d} (Soegyarto, 2004).

Kaidah keputusan :

H0 : Tidak terdapat perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan non KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari .

H1 : Ada perbedaan terdapat perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan non KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari .

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima, dapat diartikan ada perbedaan ketahanan pangan antara keluarga miskin yang bukan penerima Bantuan Pangan Non Tunai dan penerima Bantuan Pangan Non Tunai dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat diartikan tidak ada perbedaan ketahanan pangan antara keluarga miskin yang bukan penerima Bantuan Pangan Non Tunai dan penerima Bantuan Pangan Non Tunai pangan pada $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (dk) = n-2.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Adapun yang menjadi karakteristik responden didaerah penelitian mencakup umur dan pendidikan kepala rumah tangga dan jumlah anggota keluarga.

Umur Kepala Keluarga

Umur mempengaruhi ketahanan fisik seseorang dalam melakukan pekerjaan. Selain itu, umur juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Semakin muda seseorang, maka ide-ide untuk menganekaragamkan konsumsi pangan akan semakin baik. Umur di saat manusia mampu bekerja secara optimal dikatakan dengan usia produktif. Usia produktif berada pada rentang usia 15-45 tahun. Pada usia inilah biasanya seseorang berpikir dengan baik bagaimana agar dapat bekerja secara optimal dan menyediakan makanan yang dapat memenuhi segala kebutuhan pangan yang berkualitas baik dan bergizi.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur Kepala Keluarga di Daerah Penelitian Tahun 2022

Kelompok Umur	Jumlah responden	%
---------------	------------------	---

Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

	KPM	Non KPM	KPM	Non KPM
≤ 35	5	5	12,19	11,36
36 – 45	17	14	41,46	31,81
46 – 55	12	15	29,26	34,09
≥ 56	7	10	17,07	22,72
Jumlah	41	44	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa umur responden kepala keluarga penerima manfaat yang terbanyak berada pada rentang umur 36-45 tahun yaitu sebanyak 41,46 persen, sedangkan responden non keluarga penerima manfaat berada pada rentang umur 46-55 tahun atau 34,09 persen. artinya responden masih tergolong usia produktif.

Pendidikan Kepala Keluarga

Hak mendapat pendidikan di Indonesia diatur dalam UUD pasal 31 ayat (1) yang berbunyi "Setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan" Disini setiap warga negara berhak mendapat pelayanan pendidikan yang layak dan merata. Pendidikan yang layak ini artinya, pendidikan yang diberikan kepada peserta didik harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta didik dalam usia tertentu, serta sesuai dengan tujuan pendidikan itu sendiri. Sedangkan arti dari pendidikan yang merata sendiri adalah pendidikan yang harus didapatkan oleh semua warga negara Indonesia secara merata.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Kepala Keluarga di Daerah Penelitian Tahun 2022

Pendidikan	Jumlah responden		%	
	KPM	Non KPM	KPM	Non KPM
SD	20	18	48,78	40,90
SMP	12	13	29,20	29,54
SMA	9	11	21,95	25,00
Sarjana	0	2	0	4,54
Jumlah	41	44	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa berdasarkan deskripsi pendidikan kepala keluarga penerima yang berlatar belakang pendidikan SD berjumlah 18 orang, pendidikan SMP berjumlah 12 orang, pendidikan SMA berjumlah 9 orang dan non penerima BPNT berpendidikan SD berjumlah 18 orang, pendidikan SMP berjumlah 13 orang, pendidikan SMA berjumlah 11 orang. Bila melihat karakteristik kepala keluarga penerima dan non penerima BPNT. diketahui bahwa rata-rata latar belakang pendidikan mereka adalah SD, artinya tingkat pendidikan responden relatif rendah dikarenakan tingkat pendidikan yang ditempuh. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang diikuti seseorang mencerminkan semakin luas pengetahuan dan keahlian atau ketrampilan yang dimiliki, seseorang akan dapat mudah mendapatkan kesempatan bekerja demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, tingginya tingkat pendidikan yang ditamatkan dapat mencerminkan kualitas sumber daya manusia. Indikator tingkat pendidikan dapat digunakan untuk mengetahui keberhasilan program wajib belajar 9 tahun yang dicanangkan pemerintah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Jambi yang mengatakan bahwa Ditinjau dari daerah tempat tinggal, terlihat perbedaan kondisi tingkat pendidikan antara masyarakat di perkotaan dibandingkan masyarakat di perdesaan. Persentase penduduk perkotaan dengan tingkat pendidikan SMP ke atas pada setiap jenjang pendidikan selalu lebih tinggi dibanding dengan di wilayah perdesaan. Rendahnya kualitas rumah tangga penerima dan non penerima BPNT memang sungguh sangat memperhatikan untuk diketahui. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap rumah

Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

tangga penerima dan non penerima BPNT permasalahan tersebut dilatarbelangi oleh beberapa faktor : 1) rendahnya kualitas ekonomi keluarga 2) rendahnya motivasi untuk belajar 3) ketidakkampuan kognitif dalam mengikuti sistem pembelajaran

Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga adalah banyaknya orang yang menjadi beban atau tanggungan keluarga. Banyaknya jumlah orang dalam keluarga erat kaitannya dengan distribusi penghasilan terutama untuk kebutuhan konsumsi rumah tangga dan keperluan lainnya. Jumlah anggota keluarga menggambarkan keadaan ekonomi yang menjadi tanggung jawab masing-masing kepala keluarga terhadap kesejahteraan keluarga. Seseorang yang mempunyai tanggungan yang lebih besar akan dibebani oleh kebutuhan keluarga sehingga ia memiliki rasa tanggung jawab yang besar terhadap keluarga dan akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Dari tabel dibawah dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah anggota keluarga yang dimiliki responden keluarga penerima manfaat dan non penerima manfaat berkisar 3 – 4 orang atau 78,04 persen dan 81,81 persen dengan rata – rata jumlah anggota keluarga responden sebanyak 4 orang. Adapun distribusi jumlah anggota keluarga di daerah penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Daerah Penelitian Tahun 2022

Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah responden		%	
	KPM	Non KPM	KPM	Non KPM
≤ 2 orang	4	3	9,75	6,81
3 – 4 orang	32	36	78,04	81,81
5 – 6 orang	4	5	9,75	11,36
> 7 orang	0	0	0	0
Jumlah	41	44	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Analisis Perbedaan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga

Pola konsumsi pangan adalah susunan jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi seseorang atau kelompok orang pada waktu tertentu. Pola konsumsi masyarakat dapat menunjukkan tingkat keragaman masyarakat dan kebiasaan konsumsi dari sekelompok masyarakat. Pangan bergizi adalah makanan yang mengandung gizi (karbohidrat, asam lemak, protein/asam amino, vitamin atau mineral) tinggi dan aman untuk dikonsumsi, sedangkan pangan berimbang merupakan keseimbangan kelompok pangan utama (karbohidrat, lauk pauk, sayur, dan buah) dan konsumsi pangan antar waktu (pagi, siang, dan malam) yang dikembangkan berbasis pada keseimbangan pangan nabati dan hewani.

Pola Menu Konsumsi Pangan Rumah Tangga Penerima BPNT

Berdasarkan hasil penelitian rumah tangga penerima dan non penerima BPNT, diperoleh bahwa konsumsi pangan responden cukup beragam yang bersumber dari karbohidrat, protein hewani maupun protein nabati serta sayur-sayuran. Adapun pola menu konsumsi rata-rata responden rumah tangga penerima BPNT pada pagi hari adalah nasi goreng ditambah dengan lauk pauk yaitu jenis telur dadar dan minuman teh sebesar 19 persen dan nasi goreng dengan lauk telur dadar dan kopi sebesar 13 persen. Namun ada juga yang mengkonsumsi panganan lainnya seperti kopi dan gorengan sebesar 9 persen, golongan mie instan sebesar 15 persen serta nasi putih dengan sambal telur dan teh sebesar 15 persen. Pada pagi hari rata-rata minum teh atau kopi sebelum melakukan aktivitas dan ada juga yang membawa minuman teh atau kopi tersebut ke lahan usahatani sebagai minuman ketika sedang berhenti istirahat. Pada siang hari rata-rata responden mengkonsumsi nasi ditambah lauk pauk dan sayuran. Lauk pauk yang paling banyak dikonsumsi adalah dari jenis telur dadar 13 persen, tahu goreng 11 persen dan sop ayam 10 persen. Ikan asin/teri dimasak dengan cara disambal dan ikan, ayam serta telur di masak dengan cara di goreng, sambal atau gulai. Ikan asin/teri,

Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

ikan, ayam dan telur ini biasanya dimasak dicampur dengan tempe, tahu, kantang, mie/bihun serta kacang panjang dan buncis. Sedangkan sayuran yang sering dan banyak dikonsumsi adalah dari bayam, kangkung, dan daun singkong. Saat makan malam pola menu konsumsi yang dikonsumsi di daerah ini tidak begitu jauh berbeda dengan menu pada siang hari yaitu dari jenis nasi ditambah lauk pauk dan sayuran. Lauk pauk yaitu ikan goreng sebanyak 14 persen, telur dadar 13 persen sisanya ikan asin dan tahu atau tempe.

Adapun pola menu konsumsi rata-rata responden rumah tangga non penerima BPNT pada pagi hari adalah nasi putih dengan sambal telur dan minuman teh sebanyak 26,5 persen. Menu nasi goreng dengan telur dadar juga menjadi menu yang banyak dikonsumsi responden yaitu sebesar 17,4 persen. Sisanya mengkonsumsi mie goreng sebesar 10,6 persen, nasi gemuk 2,3 persen atau hanya minum teh ditambah gorengan 1,5 persen atau kopi sebesar 6,1 persen. Pada pagi hari rata-rata minum teh atau kopi sebelum melakukan aktivitas dan ada juga yang membawa minuman teh atau kopi tersebut ke lahan usaha tani sebagai minuman ketika sedang berhenti istirahat. Pada siang hari rata-rata responden mengkonsumsi nasi ditambah lauk pauk dan sayuran. Lauk pauk yang paling banyak dikonsumsi adalah dari jenis pangan hewani yaitu ayam goreng 14,4 persen, ikan gulai 10,6 persen, telur dadar 18,9 persen. Ikan asin/teri dimasak dengan cara disambal dan ikan, ayam serta telur di masak dengan cara di goreng, sambal atau gulai. Ikan asin/teri, ikan, ayam dan telur ini biasanya dimasak dicampur dengan tempe, tahu, kantang, mie/bihun serta kacang panjang dan buncis. Sedangkan sayuran yang sering dan banyak dikonsumsi adalah dari bayam, kangkung, dan daun singkong. Saat makan malam pola menu konsumsi yang dikonsumsi di daerah ini tidak begitu jauh berbeda dengan menu pada siang hari yaitu dari jenis nasi ditambah lauk pauk dan sayuran. Lauk pauk yaitu ikan ayam goreng 18,2 persen sisanya telur dadar, ikan dan tahu atau tempe. Ikan asin, ikan, ayam dan telur yang dimasak dengan cara disambal atau digulai dicampur dengan tempe, tahu dan terong.

Tabel 5. Perbandingan Antara Konsumsi Pangan Nabati Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT Di Lokasi Penelitian Tahun 2022

No.	Kelompok Pangan	PPH		Konsumsi responden RT		Konsumsi responden Non RT BPNT	
		Energi	% AKG	Energi	% AKG	Energi	% AKG
1	Padi - padian	1.00	50	1432,30	71,62	1412,21	70,61
2	Umbi – umbian	120	6	69,38	3,47	83,73	4,19
3	Minyak dan lemak	200	10	171,32	8,57	173,44	8,67
4	Buah/biji berminyak	60	3	39,36	1,97	17,13	0,86
5	Kacang – kacang	100	5	136,68	6,83	135,41	6,77
6	Sayur dan buah	120	6	118,26	5,91	255,08	12,75
	Total	1600	80	1.967,3	98,37	2.077,0	103,85

Sumber : Data primer diolah, 2022

Terlihat pada tabel diatas, bahwa konsumsi terbesar adalah kelompok padi – padian, dengan persentase konsumsi responden rumah tangga BPNT sebesar 71,62 persen dan konsumsi responden rumah tangga non BPNT sebesar 70, 61 persen. semua responden memperoleh persentase kecukupan gizi yang berada diatas pola pangan harapan, artinya kebutuhan energi harian dapat terpenuhi dengan baik sesuai dengan kelompok pangannya.

Kelompok Padi-Padian dan Umbi-Umbian

Kelompok padi-padian merupakan pangan yang berasal dari tanaman sereal yang biasa dikonsumsi sebagai pangan pokok seperti padi, jagung, gandum, sorgum, dan produk olahan seperti butiran tepung (terigu, beras) dan pasta (bihun, macaroni, mi) dan lainnya. Sedangkan umbi-umbian adalah pangan yang berasal dari akar/umbi yang biasa dikonsumsi sebagai pangan pokok seperti singkong, ubi jalar dan kentang. Di daerah penelitian beras merupakan jenis bahan makanan yang dikonsumsi oleh semua responden dengan

Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

frekuensi antara 2-3 kali per hari. Sedangkan untuk jenis bahan makanan sagu tidak dikonsumsi oleh rumah tangga responden karena penggunaannya yang sangat jarang (biasanya hanya untuk pembuatan kue dan panganan lainnya).

Kelompok Pangan Hewani dan Pangan Nabati

Pangan hewani adalah pangan yang berasal dari hewan yang terdiri dari daging, telur, susu, dan ikan serta hasil olahannya. Sedangkan pangan nabati adalah pangan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan yang terdiri dari kacang-kacangan, sayur, dan buah serta produk olahannya. Dari semua jenis bahan makanan pangan hewani dan nabati, hanya pada jenis bahan makanan sayur yang dikonsumsi responden dengan frekuensi harian sedangkan jenis kacang-kacangan tidak dikonsumsi oleh semua responden dan hanya dikonsumsi dengan frekuensi bulanan dan tahunan. ini dikarenakan sebagian besar petani karet kadang-kadang menanam sendiri sayuran untuk dikonsumsi. Sedangkan untuk jenis bahan makanan daging unggas paling banyak dikonsumsi dengan frekuensi satu kali per minggu. Sedangkan untuk jenis bahan makanan yang mengandung protein nabati dari kacang kedele, kacang tanah dan kacang hijau. Kacang kedelai dikonsumsi oleh rumah tangga responden dalam bentuk produk olahannya seperti tahu dan tempe dengan frekuensi 4-6 kali per minggu. Untuk kacang tanah dan kacang hijau paling banyak dikonsumsi dengan frekuensi 1 kali per bulan. Untuk konsumsi buah responden mengkonsumsinya hanya ketika musiman buah tiba seperti halnya dengan sayuran, buah juga banyak yang dipetik dari kebun sendiri misalnya pisang, jambu, rambutan, durian, duku dan lain-lain.

Kelompok Minyak dan Lemak, Gula, dan Pangan Lainnya

Pangan minyak sawit dan bumbu-bumbuan dikonsumsi oleh seluruh responden dengan frekuensi harian yaitu dengan frekuensi 3 kali per hari. Hal ini dikarenakan minyak sawit dan bumbu-bumbuan merupakan bahan utama dalam mengolah atau memasak bahan makanan menjadi makanan yang siap untuk dimakan atau disajikan. Begitu pula dengan gula pasir, teh dan kopi yang rata-rata dikonsumsi oleh responden dengan frekuensi 1 kali per hari, hal ini dikarenakan responden di daerah penelitian yang suka meminum teh atau kopi setiap harinya terutama pada saat pagi hari. Sedangkan untuk gula merah sangat jarang dikonsumsi rumah tangga dengan frekuensi per bulan, karena gula merah biasanya digunakan untuk membuat makanan selingan seperti bubur, kolak, kue dan lain sebagainya yang biasanya sering dibuat pada waktu-waktu tertentu saja misalnya saat ada hajatan atau pada saat hari besar keagamaan.

Kecukupan Konsumsi Energi dan Protein Rumah Tangga Penerima dan Non Penerima BPNT

Kecukupan Konsumsi Energi Rumah Tangga

Kecukupan konsumsi energi yang dimaksud mencakup kecukupan konsumsi jumlah energi yang digunakan untuk melihat apakah konsumsi telah memenuhi kebutuhan untuk hidup sehat sesuai dengan standar yang dianjurkan dalam Pola Pangan Harapan Tahun 2020 bahwa angka kecukupan konsumsi energi adalah 2000 kkal/kap/hari. Angka ini adalah angka rata-rata yang harus dipenuhi oleh seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa rata-rata konsumsi energi rumah tangga petani responden penerima BPNT dan non penerima BPNT mencukupi standar yang dianjurkan yaitu sebesar 2.100,91 kkal/kapita/hari untuk rumah tangga penerima BPNT dan 2.2011 kkal/kapita/hari untuk rumah tangga non penerima BPNT. Hal ini berarti secara keseluruhan rata-rata jumlah konsumsi energi rumah tangga responden sudah terpenuhi. Konsumsi energi dibagi menjadi empat kelas yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 6. Klasifikasi Konsumsi Energi Rumah Tangga Penerima dan Non Penerima BPNT Tahun 2022

No	Klasifikasi (kkal/orang/hari)	RT BPNT (%)		RT Non BPNT (%)	
		Jumlah	%	Jumlah	%
1.	1300 - 1499	2	4,88	1	2,27
2.	1500 - 1699	3	7,32	1	2,27

Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

3.	1700 - 1899	11	26,83	6	13,64
4.	1900 - 2099	15	36,59	15	34,09
5.	2100 - 2399	10	24,39	21	47,73
	Jumlah	41	100	44	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Angka kecukupan energi rata-rata nasional untuk Indonesia pada tingkat konsumsi sebesar 2150 kkal/orang/hari, dan angka kecukupan protein rata-rata untuk penduduk Indonesia sebesar 57 gram/orang/hari (WNPG 2018). Untuk mendapatkan gizi seimbang, dalam satu hari porsi makanan setengahnya terdiri dari sayur, seperempatnya lauk dan seperempatnya lagi adalah buah. Dari tabel dapat dilihat bahwa rata-rata konsumsi energi rumah tangga responden rumah tangga penerima BPNT berada pada kurang dari standar yang direkomendasikan yang berkisar antara 1900 – 2099 kkal/kapita/hari sebanyak 36,59 persen dan responden non penerima BPNT sebanyak 47,73 persen. Kurangnya konsumsi energi dapat menimbulkan masalah penyakit infeksi dan penyakit menular. Hal ini berkaitan dengan pola makanan yang dikonsumsi dan kebiasaan masing-masing responden dalam memilih menu makanan sehari-hari. Pekerjaan responden di lokasi penelitian sebagian besar adalah petani. Bekerja sebagai petani termasuk pekerjaan yang berat sehingga membutuhkan asupan energi yang cukup. Kekurangan tubuh akan energi dapat menyebabkan tubuh menjadi lesu, kurang bergairah untuk melakukan berbagai kegiatan dan kondisi tubuh yang demikian tentunya akan menimbulkan kerugian (peka akan macam-macam penyakit, kemalasan mencari nafkah, produktivitas kerja sangat lemah, dan lain-lain). Manusia dewasa yang kurang diperhatikan atau kurang memperhatikan makanannya yang bergizi tentunya akan banyak mengalami gangguan fisik dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari, terutama kegiatan kerja atau usaha, produktivitas kerja/usaha rendah, akibatnya pendapatan yang diperolehnya pun kecil, kurang cukup untuk membiayai keperluan hidupnya.

Hasi penelitian tidak ada rumah tangga responden yang mengalami kelebihan konsumsi energi. Hal ini dapat menimbulkan masalah kelebihan gizi (kegemukan dan obesitas) serta penyakit tidak menular (degeneratif) lainnya seperti jantung dan pembuluh darah, stroke, hipertensi, dan diabetes. Untuk itu perlu diperhatikan dalam masalah pemilihan jenis bahan makanan yang akan dikonsumsi, frekuensi makan dan aktivitas tubuh setiap harinya, semakin beragam buah dan sayur yang dikonsumsi akan semakin baik untuk memenuhi gizi seimbang terutama buah dan sayuran berwarna dan juga konsumsi susu serta diimbangi dengan olahraga teratur agar dapat terwujud hidup yang sehat.

Kecukupan Konsumsi Protein Rumah Tangga

Kecukupan konsumsi protein yang dimaksud terdiri dari kecukupan konsumsi jumlah protein yang digunakan untuk melihat apakah konsumsi telah memenuhi kebutuhan untuk hidup sehat sesuai dengan standar yang dianjurkan dalam Widyakarya Nasional pangan dan Gizi (WNPG) XI tahun 2018 dalam gambaran komposisi tubuh orang dewasa, seperlima dari berat tubuhnya terdiri dari protein, dari analisa berat keringnya relative dari berat tubuhnya terdiri dari protein, sepertiga dari bagian itu berada dalam otot, seperlimanya berada dalam tulang dan tulang rawan, sepersepuluhnya tersimpan dalam kulit dan sisanya berada dalam tubuh dan berbagai jaringan tubuh. Karena itu protein sangat penting bagi tubuh terutama sebagai zat pembangun baik untuk pertumbuhan maupun sebagai pemelihara jaringan tubuh. Protein juga adalah sebagai sumber energi bagi tubuh manusia. Umumnya protein akan berfungsi demikian apabila tersedianya karbohidrat dan lemak dalam tubuh mencukupi kebutuhan yang diperlukan tubuh untuk melakukan berbagai kegiatan internal dan eksternal. Dalam keadaan tersedianya karbohidrat tidak mencukupi, maka untuk menyediakan energi sejumlah karbon yang terkandung dalam protein akan dimanfaatkan seperlunya sehingga berlangsungnya pembakaran, sejumlah protein lainnya digunakan untuk memenuhi yang sebenarnya yaitu untuk membentuk jaringan.

Tabel 7. Klasifikasi Konsumsi Protein Rumah Tangga Penerima dan Non Penerima BPNT Tahun 2022

No	Klasifikasi (gram/orang/hari)	Kelas	RT BPNT (%)	RT Non BPNT (%)
----	-------------------------------	-------	-------------	-----------------

Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

			Jumlah	%	Jumlah	%
1.	29,5 - 37,4	Sangat rendah	1	2,43	1	2,27
2.	37,5 - 45,4	Kurang	1	2,43	1	2,27
3.	45,5 - 53,4	Cukup	6	14,63	6	13,64
4.	53,5 - 61,4	Tinggi	13	31,70	9	20,45
5.	> 61,5	Sangat tinggi	20	48,78	28	63,64
Jumlah			41	100	44	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Setiap manusia memerlukan 52,5 – 57 gram protein untuk energi per harinya dimana setengahnya adalah karbohidrat. Untuk mendapatkan gizi seimbang, dalam satu hari porsi makanan setengahnya terdiri dari sayur, seperempatnya lauk dan seperempatnya lagi adalah buah. Dari tabel dapat dilihat bahwa rata-rata konsumsi protein rumah tangga responden rumah tangga penerima BPNT berada pada kelas sangat tinggi sebesar 48,78 persen dan responden yang termasuk kategori lebih dari konsumsi protein yang dianjurkan. Begitu pula dengan responden non penerima BPNT rata-rata konsumsi protein rumah tangga responden rumah tangga non penerima BPNT berada pada kelas sangat tinggi sebesar 63,64 persen. Hal ini berkaitan dengan pola makanan yang dikonsumsi dan kebiasaan masing-masing responden dalam memilih menu makanan sehari-hari. Kurangnya konsumsi akan protein tentunya akan berdampak tidak baik terhadap mutu sumberdaya manusia yang dalam hal ini adalah penerima dan non penerima BPNT. Pada usia produktif menyebabkan pertumbuhan terhambat, begitu juga dengan perkembangan sel-sel otak. Protein juga berguna untuk mengganti sel-sel tubuh yang rusak dan mati, dan juga merupakan materi penyusun dasar dari semua jaringan tubuh. Jadi, jika asupan protein berada dibawah standar gizi yang dianjurkan maka dalam jangka panjang akan menurunkan mutu generasi yang akan datang. Sedangkan bagi petani itu sendiri kekurangan konsumsi protein dapat menyebabkan daya tahan tubuh menurun, daya kreatifitas, produktivitas, dan daya kerja menurun.

Angka Kecukupan Gizi (AKG)

Tercukupi kebutuhan pangan dapat diindikasikan dari pemenuhan kebutuhan energi dan protein (Adriani & Wirtjatmadi, 2012). Zat-zat gizi lain akan terpenuhi jika konsumsi energi dan protein sudah terpenuhi sesuai Angka Kecukupan Gizi (AKG). Angka Kecukupan Gizi (AKG) seseorang akan berbeda sesuai jenis kelamin dan umur. Sedangkan Tingkat Konsumsi Energi (TKE) diperoleh dengan cara membandingkan konsumsi protein maupun konsumsi energi dengan AKG yang dianjurkan. Konsumsi protein dan energi rumah tangga dapat diperoleh dari perhitungan nilai gizi dari bahan makanan yang dikonsumsi, mulai dari Ukuran Rumah Tangga (URT) maupun Bagian makanan yang Dapat Dimakan (BDD). Analisis kandungan gizi tersebut dapat menggunakan Daftar Komposisi Bahan Makanan (DKBM) yang terdiri dari susunan kandungan energi, protein, lemak, karbohidrat dan lain-lain. Berikut rata-rata konsumsi energi dan protein serta TKG rumah tangga penerima dan non penerima BPNT di lokasi penelitian.

Tabel 8. Rata-rata Konsumsi Energi dan Protein serta TKG Berdasarkan Aktifitas Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT Di Lokasi Penelitian Tahun 2022

Keterangan	Energi (kkal/hari)		Protein (gram/hari)	
	RT BPNT	RT non BPNT	RT BPNT	RT non BPNT
Konsumsi	1.967,3	2.077,0	59,6	63,0
AKG yang dianjurkan	2.389	2.346	51	49
TKG (%)*	82,35	88,53	116,86	128,57

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Pada responden rumah tangga penerima BPNT, menurut WHO (2018) dengan aktivitas responden yang sangat aktif dalam bekerja baik berusahatani maupun non usaha tani, AKG yang dianjurkan untuk energi

Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

sebesar 2.389 kkal/hari, dengan rata – rata berat badan 61 kg, tinggi badan 160 cm dan usia rata -rata 46 tahun. Sedangkan standar protein yang dianjurkan adalah 51 gram/hari. Pada responden rumah tangga non penerima BPNT, AKG yang dianjurkan untuk energi 2.346 kkal/hari, dengan rata – rata berat badan 59 kg, tinggi badan 160 cm dan usia rata -rata 47 tahun. Sedangkan standar protein yang dianjurkan adalah 49 gram/hari. Konsumsi gizi baik energi maupun protein diperoleh dengan melihat Daftar Komposisi Bahan Makanan (DKBM) dan disesuaikan dengan pola konsumsi sehari-hari rumah tangga responden. Sedangkan AKG disesuaikan dengan standar yang ditetapkan berdasarkan umur dan jenis kelamin. TKG adalah Tingkat Konsumsi Gizi yang diperoleh dari persentase perbandingan antara konsumsi gizi rumah tangga dan AKG yang dianjurkan yaitu. Berdasarkan Tabel 22 dapat diketahui bahwa baik TKG energi rumah tangga penerima dan non penerima BPNT di daerah penelitian sudah termasuk ke dalam kategori baik karena rumah tangga responden telah mengkonsumsi makanan yang bergizi. Persentase TKG protein pada rumah tangga penerima BPNT dan non BPNT di daerah penelitian sudah tergolong baik karena mencapai lebih dari AKG yang dianjurkan. Pada daerah penelitian, konsumsi beras (nasi) menjadi pengeluaran pangan terbesar dibanding pengeluaran lainnya. Beras (padi-padian) mempunyai kandungan protein yang rendah, tetapi karena dimakan dalam jumlah yang banyak dan sering, maka memberikan sumbangan yang besar terhadap konsumsi protein sehari (Adriani & Wirjatmadi, 2012). Selain itu juga didukung karena hampir seluruh rumah tangga mengkonsumsi telur dan ikan tiap hari. Telur dan ikan merupakan

Konsumsi merupakan bagian dari dimensi sub-sistem pemanfaatan dalam konsep ketahanan pangan. Menurut Maxwell dan Smith (1992) indikator dampak langsung dari kemampuan akses pangan rumah tangga akan tercermin dari tingkat konsumsi. Apabila pangan telah mampu diakses oleh rumah tangga maka diharapkan tingkat kecukupan zat gizi rumah tangga tersebut juga menjadi baik. Tingkat kecukupan konsumsi zat gizi yang diukur pada penelitian ini adalah tingkat kecukupan energi dan protein rumah tangga. Hasil analisis deskriptif terhadap tingkat konsumsi rumah tangga menunjukkan rumah tangga penerima BPNT dengan tingkat kecukupan energi yang tergolong kurang (<70% AKE) adalah 75,61% dan yang tergolong cukup adalah 24,39%, sedangkan proporsi tingkat kecukupan protein yang tergolong kurang (<80% AKP) adalah 4,87% dan yang tergolong cukup adalah 95,12%. Sedangkan rumah tangga non penerima BPNT dengan tingkat kecukupan energi yang tergolong kurang (<70% AKE) adalah 52,57% dan yang tergolong cukup adalah 47,73%, sedangkan proporsi tingkat kecukupan protein yang tergolong kurang (<80% AKP) adalah 4,54% dan yang tergolong cukup adalah 95,45%.

Tabel 9. Proporsi Rumah Tangga Berdasarkan Tingkat Kecukupan Energi Dan Protein Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT Di Lokasi Penelitian Tahun 2022

Tingkat Kecukupan Gizi	RT BPNT		RT NON BPNT	
	Jumlah	%	Jumlah	%
TKE				
Kurang (<70% AKE)	31	75,62	23	52,57
Cukup (\geq 70% AKE)	10	24,39	21	47,73
P				
Kurang (<80% AKP)	2	4,87	2	4,54
Cukup (\geq 80% AKP)	39	95,12	42	95,45
Total	41	100	44	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Tingkat kecukupan energi dan protein sangat berkaitan erat dengan jenis makanan yang dikonsumsi. Misalnya, kandungan protein kacang-kacangan dua kali protein singkong. Sedangkan protein hewani berasal dari ikan, telur dan daging. Ikan, telur dan sayur menjadi bahan pangan yang paling mudah diperoleh di daerah penelitian. Apabila dibandingkan tingkat protein penerima dan non penerima BPNT terlihat bahwa responden penerima BPNT lebih banyak masuk dalam kategori baik dibandingkan dengan responden non penerima BPNT. Hal ini dikarenakan responden cukup memperoleh protein dari bantuan yang diberikan

Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

yaitu berupa telur dan kacang – kacang. Protein terbagi atas protein nabati dan protein hewani. Contoh protein nabati yang diperoleh berasal dari kacang-kacangan (tempe dan tahu). Kacang - kacang mengandung 18-25% protein sehingga bahan makanan ini sangat penting untuk tubuh (Adriani & Wirjatmadi, 2012).

Tingkat Ketahanan Pangan Rumah Tangga

Ketahanan pangan masyarakat adalah dipenuhinya dua sisi secara simultan, yaitu (a) sisi ketersediaanya pangan yang cukup bagi seluruh penduduk, dalam jumlah, mutu, keamanan dan keterjangkauan, yang diutamakan dari produk dalam negeri dan (b) sisi konsumsi, yaitu adanya kemampuan setiap rumah tangga mengakses pangan yang cukup bagi masing-masing anggotanya untuk tumbuh, sehat dan produktif dari waktu ke waktu. Kedua sisi tersebut diperlukan sistem distribusi yang efisien, yang dapat menjangkau ke seluruh golongan masyarakat. Ketahanan pangan dapat dilihat dari tingkat konsumsi pangan rumah tangga, tingkat konsumsi merupakan salah satu indikator pengukur ketahanan pangan rumah tangga. Pada analisis ketahanan pangan rumah tangga petani yang peneliti lakukan, menggunakan rumus Pengeluaran Pangsa pangan. Dimana pengeluaran pangan dibagi dengan pengeluaran total dan dikalikan 100%. Menurut Suryana (2005), suatu rumah tangga dikatakan tahan pangan jika nilai Pengeluaran Pangsa Pangan (PPP) lebih kecil 60% maka rumah tangga tersebut termasuk dalam golongan tahan pangan.

Tingkat kecukupan energi dan protein dapat menjadi cerminan kondisi ketahanan pangan rumah tangga. Dimensi ketahanan pangan dalam penelitian ini berfokus pada dimensi aksesibilitas. Kemampuan akses yang memadai seharusnya mencerminkan tingkat kecukupan zat gizi yang baik pula. Rumah tangga rawan pangan akan lebih cenderung memiliki tingkat kecukupan energi yang kurang dan tingkat kecukupan protein yang kurang dibandingkan dengan rumah tangga tahan pangan Hal ini sejalan dengan Peraturan Menteri Pertanian No. 65 tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Ketahanan Pangan Provinsi dan Kabupaten/Kota bahwa standar rawan pangan untuk konteks Indonesia jika konsumsi energi kurang dari 70% AKE (Kementan 2010).

Tabel 10. Hubungan Status Ketahanan Pangan Dengan Tingkat Kecukupan Energi Dan Protein Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT Di Lokasi Penelitian Tahun 2022

Variabel	Tingkat Kecukupan Gizi			
	RT BPNT		RT NON BPNT	
	n	%	n	%
	<70% AKE		≥70% AKE	
Status Ketahanan Pangan				
Rawan pangan	31	75,62	23	52,57
Tahan pangan	10	24,39	21	47,73
	<80% AKP		≥80% AKP	
Status Ketahanan Pangan				
Rawan pangan	2	4,87	2	4,54
Tahan pangan	39	95,12	42	95,45
Jumlah	41	100	44	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Analisis Komparasi Ketahanan Pangan Pada Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT

Analisis komparasi adalah membandingkan nilai rata-rata dengan tingkat kepercayaan tertentu dari dua populasi. Analisis komparasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata – rata proporsi ketahanan pangan rumah tangga penerima dan non penerima BPNT. Pengujian dilakukan melalui uji komparatif *independent sampel t-test* (uji beda dua rata-rata) dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*) pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$). Tabel dibawah menunjukkan bahwa hasil analisis rata-rata ketahanan pangan berdasarkan konsumsi energi dan protein

Ling Ling Susanti, et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

rumah tangga penerima dan non penerima BPNT yang dianalisis menggunakan aplikasi SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai $\alpha = 5\%$, sehingga nilai signifikansi $< 0,05$ untuk itu diperoleh keputusan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan non KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari dilihat dari tingkat kecukupan energi dan protein. Konsumsi pangan menjadi salah satu indikator yang menentukan status ketahanan pangan suatu rumah tangga. Pemenuhan kecukupan konsumsi pangan dalam satuan energi digunakan untuk mengukur ketahanan pangan dari aspek gizi (Saliem dan Ariningsih 2008). Konsumsi pangan rumah tangga merupakan salah satu faktor penentu tingkat kesehatan, produktivitas, dan ketahanan pangan rumah tangga

Tabel 11. Uji Beda Dua Rata-Rata Ketahanan Pangan Berdasarkan Konsumsi Energi dan Protein Rumah Tangga Penerima Dan Non Penerima BPNT Di Lokasi Penelitian Tahun 2022

Uraian	RT BPNT	RT non BPNT
Jumlah Sampel	41	44
Rata-rata konsumsi energi (kkal/hari)	1.967,3	2.077,0
Rata-rata konsumsi energi (gram/hari)	59,6	63,0
Sign (2-tailed)	0,000	0,000

. Rumah tangga dengan kecukupan energi lebih dari 80% dikatakan lebih dapat memenuhi kebutuhan gizinya sesuai dengan jenis dan jumlah yang dianjurkan daripada rumah tangga dengan kecukupan energi kurang dari 80%. Pendapatan rumah tangga yang mayoritas lebih dari tiga juta rupiah juga menyebabkan kemudahan dalam mengakses pangan untuk dikonsumsi. Keterbatasan anggaran atau pendapatan yang dimiliki oleh rumah tangga miskin akan menentukan jenis pangan yang akan dikonsumsi kemudian jenis pangan tersebut akan menentukan pola konsumsinya.

KESIMPULAN

Analisis perbedaan ketahanan pangan pada keluarga penerima manfaat (KPM) dan bukan KPM Bantuan Pangan Non Tunai di Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari dianalisis dengan pola konsumsi pangan rumah tangga, kelompok padi-padian dan umbi-umbian, kelompok pangan hewani dan pangan nabati, kelompok minyak dan lemak, gula, dan pangan lainnya, kecukupan konsumsi energi dan protein rumah tangga, angka kecukupan gizi (AKG), tingkat ketahanan pangan rumah tangga dan komparasi ketahanan pangan pada rumah tangga penerima dan non penerima BPNT. Rumah tangga non penerima BPNT termasuk dalam kategori tahan pangan, sedangkan rumah tangga penerima BPNT termasuk kategori rawan pangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang Hari, 2021. *Statistik Kemiskinan Kabupaten Batang Hari Tahun 2012-2020*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2021. *Statistik Kemiskinan Provinsi Jambi Tahun 2010-2019*.
- Baliwati, Y. F. 2004. *Pengantar Pangan dan Gizi*. Jakarta: Swadaya.
- Dinas Kesehatan Provinsi Jambi, 2015. *Data Persentase Angka Kecukupan Energi*.
- Dinas Sosial Kabupaten Batang Hari, 2021. *Data Jumlah Penduduk dan Jumlah Keluarga Penerima Manfaat Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Kabupaten Batang Hari*.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. ANDI. Yogyakarta.
- Hervianti, Y. 2020. Dampak Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga Petani di Kota Jambi. Tesis Magister Agribisnis. Universitas Jambi.
- Hidayat, Y. R. 2018. *Distribusi Beras Bulog Pasca Bansos Rastra Dan Bantuan Pangan Non Tunai*. Jurnal



Ling Ling Susanti. et. al: Dampak Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) Terhadap Ketahanan Pangan Keluarga Di Kecamatan Mersam Kabupaten Batanghari

Logistik Indonesia Vol. 2, No. 2, Oktober 2018, pp. 1-14.

Julianto, P. 2020. *Implementasi Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Di Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci*. Jurnal Qawwam : *The Leader's Writing*. Volume 1, No. 1, 30 Juni 2020.

Purwaningsih, Y. E. 2008. *Ketahanan Pangan : Situasi, Permasalahan, Kebijakan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal ekonomi Pembangunan. Balai Penelitian dan Pengembangan Ekonomi Fakultas Ekonomi Unversitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta, Vol. 9 No. 1 Hal 1-27.

Samuelson, Nordhus. 2004. *Ilmu Makroekonomi*, Edisi 17. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.

Sulastomo. 2011. *Sistem Jaminan Sosial Nasional*. Jakarta: Kompas.

Sumardjo, 2006. *Penduduk, Pangan, dan Permasalahan Pembangunan Pertanian*. Jurnal Penduduk dan Pembangunan.

Suyatno. 2009. *Survey Konsumsi Sebagai Indikator Status Gizi*. Fakultas kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro Semarang.

Widya Karya Nasional Pangan dan Gizi. 2018. *Standar Mutu dan Kecukupan Gizi*. WNPG-X. Jakarta.



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Analysis Of Consumer Satisfaction Of Nine Staples In The Teronge Market, Makassar City

Nuralya Muliani¹, Suardi Bakri², A. Susilawaty Hardiani³

^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan, Tamalanrea 90245, Makassar, Indonesia

*Email korespondensi: nuralyamuliani@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang harus dicapai. Hal ini disebabkan apabila konsumen tidak puas maka tidak menutup kemungkinan konsumen tidak loyal, dengan adanya kondisi tersebut menuntut agar pihak pasar berusaha melakukan pengukuran kepuasan konsumennya untuk mengetahui secara detail variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen tidak merasa puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap sembilan bahan pokok.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Terong terletak di jalan Terong, Kelurahan Wajo Baru, Kecamatan Bontoala Kota Makassar pada bulan November-Desember 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 25 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert dan analisis *customer satisfaction index* (CSI).

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya terdapat perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan perilaku konsumen terhadap sembilan bahan pokok dihitung dari hasil skala likert menunjukkan perilaku konsumen terhadap variabel aksesibilitas sebanyak 83,5% (sangat puas), variabel jenis barang sebanyak 69,6% (puas), variabel harga sebanyak 62,2% (puas), variabel kemasan produk sembako sebanyak 71,04% (puas) dan variabel terhadap kebersihan sebanyak 63% (puas). Berdasarkan hasil CSI presentase tingkat kepuasan sebanyak 71,05% berada pada kategori "puas". Terdapat perbedaan kepuasan konsumen sehingga para pedagang dan pihak pemerintah diharapkan lebih memperhatikan atribut-atribut yang diberikan kepada konsumen guna untuk memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan, Konsumen, Pasar, Sembilan Bahan Pokok.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is the most important thing to achieve. This is because if the consumer is dissatisfied, it does not rule out the possibility that the consumer is not loyal, with these conditions demanding that the market try to measure customer satisfaction to find out in detail what variables can influence consumers to be dissatisfied. This study aims to determine the level of consumer behavior and the level of consumer satisfaction with the nine basic ingredients.



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

This research was conducted at the Terong Market located on Jalan Terong, Wajo Baru Village, Bontoala District, Makassar City in November-December 2022. The research method used was accidental sampling. Samples taken as many as 25 people. Data collection is done by interview. The analysis used in this research is the Likert scale and customer satisfaction index (CSI) analysis. The results showed that there were differences in the level of satisfaction based on consumer behavior towards the nine staples calculated from the Likert scale results showing consumer behavior on the accessibility variable as much as 83.5% (very satisfied), the type of goods variable as much as 69.6% (satisfied), the price variable 62.2% (satisfied), 71.04% (satisfied) food product packaging variable and 63% (satisfied) cleanliness variable. Based on the results of CSI, the percentage of satisfaction level of 71.05% is in the "satisfied" category. There are differences in consumer satisfaction so that traders and the government are expected to pay more attention to the attributes given to consumers in order to provide the highest satisfaction value for consumers.

Keywords: Satisfaction, Consumers, Markets, Nine Staples

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk adalah keseimbangan yang dinamis antara kekuatan-kekuatan yang menambah dan kekuatan-kekuatan yang mengurangi jumlah penduduk. Pertumbuhan penduduk akan menjadi beban pemerintah karena setiap jiwa membutuhkan kebutuhan hidup seperti sandang, pangan, penyediaan sarana dan prasarana sekolah serta lapangan kerja (Hamzah, 2020). Menurut (Maslow, 1954) manusia akan senantiasa memenuhi kebutuhan dasarnya secara berjenjang mulaidari kebutuhan yang bersifat fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa memiliki-dimiliki dan cinta, kebutuhan akan penghargaan, hingga kebutuhan akan aktualisasi diri.

Bertambahnya jumlah penduduk maka akan secara otomatis akan terjadi peningkatan kebutuhan akan pangan. Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Sembako adalah singkatan dari sembilan bahan pokok yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia. Tanpa sembako kehidupan rakyat Indonesia bisaterganggu karena sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib ada dijual bebas di pasar (Vermila, 2019).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pasar tradisional di Indonesia berjumlah 14.182 unit dan masih mendominasi dibandingkan toko modern sebanyak 1.131 unit maupun pusat perbelanjaan sebanyak 708 unit. Saat ini, persebaran pasar tradisional terbanyak terdapat di Jawa Timur (1.823 unit), Jawa Tengah (1.482 unit), dan Sulawesi Selatan (940 unit). Sedangkan daerah yang paling sedikit memiliki pasar tradisional adalah Kepulauan Bangka Belitung (54 unit), Kepulauan Riau (55 unit), dan Kalimantan Utara/Kaltara (57 unit). Pasar tradisional/pasar rakyat adalah adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang. kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar menawar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, kue-kue, dan lain-lain.

Pasar merupakan wadah kegiatan masyarakat dalam melakukan perdagangan. Hingga saat ini pasar



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

tradisional dianggap sebagai pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah. Sesuai dengan misi nawacita, pasar tersebut merupakan cerminan dari ekonomi kerakyatan. Namun, adanya pertumbuhan pasar modern dan pusat perbelanjaan yang dikelola oleh sektor privat lambat laun menggerus eksistensi pasar tradisional. Pasar tradisional, yang saat ini disebut sebagai pasar rakyat merupakan wadah yang secara langsung dapat dimanfaatkan para petani/nelayan untuk menjual hasil bumi. Dengan demikian dapat memaksimalkan potensi wilayah terkait. Jika dibandingkan dengan pasar modern/pusat perbelanjaan, pasar tradisional memberikan ruang lebih untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dapat berkembang.

Selain itu bagaimana menjadikan pasar tradisional menjadi pasar yang nyaman untuk dikunjungi di masa yang akan datang merupakan salah satu target utama yaitu menjadikan setiap pasar yang dikelolanya menjadi tempat belanja utama yang aman, nyaman dan kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, khas, segar, murah, dan bersaing. Sementara di lain pihak kebutuhan berbelanja masyarakat Kota Makassar juga semakin berkembang, yang menginginkan segi praktis dan nyaman adalah menjadi bahan pertimbangan, oleh sebab itu berbelanja di pasar tradisional menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat.

Pasar ini terletak di Jl. Terong, Makassar, Sulawesi Selatan merupakan salah satu pusat sembako di Kota Makassar dan beradiah di tengah perkotaan yang letaknya strategis dan dapat di jangkau oleh masyarakat, yang mana pasar ini di juluki sebagai jantung penyebrangan bahan pokok ke Indonesia Timur karena ada 11 provinsi penghasil komoditas dan sekitar 1.138.202 rumah tangga petani di Sulawesi Selatan mengirim hasil pertaniannya ke pasar ini sehingga beragam pedagang telah meramaikan pasar ini sejak lama sehingga Pasar Terong terkenal sebagai pemasok sembilan bahan kebutuhan pokok, seperti beras, sayur-mayur, aneka jenis ikan, telur, buah-buahan dan lain-lain yang berasal dari berbagai daerah di Sulawesi Selatan. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk melihat bagaimana tingkat kepuasan konsumen sembako di pasar Terong Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Terong Makassar. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) mengingat dan menimbang pasar tradisional ini salah satu pusat pasar sembako yang ada di Kota Makassar yang beralamat di Jl. Terong Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November-Desember 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja sembako di Pasar Terong berjumlah ≥ 100 responden. Sampel pada penelitian ini di tentukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu konsumen dipilih secara kebetulan dengan mengambil sebesar 20-25% dari jumlah populasi, maka sampel pada penelitian ini sebanyak 25 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif: data primer yaitu data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan baik melalui wawancara maupun penyebaran kuesioner. Data primer tersebut terdiri dari :Karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan keluarga, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga, Perilaku konsumen terhadap produk sembako yang ada di pasar Terong, dan Kepuasan Konsumen yang terdiri dari aksesibilitas, harga, jenis, higienis, dan kemasan. Dan data sekunder adalah pengambilan sumber data yang tidak langsung di peroleh dari gambaran umum daerah penelitian dan instansi pemerintah.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif di sajikan dalam uraian atau deskriptif, sedangkan data kuantitatif akan disajikan dalam bentuk tabulasi. Perhitungan data dilakukan pada microsoft excel. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa *skala likert* dan metode indeks kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction index (CSI)*.

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Analisis data dilakukan dengan cara membuat tabulasi distribusi responden darisetiap variabel yang diteliti untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap kepuasan konsumen dilihat dari perilaku konsumen di antaranya: aksesibilitas, harga, jenis, kemasan dan higienis yang diukur berdasarkan skala likert.

Tabel 1. Kriteria dan Skor Penilaian dengan skala likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Puas	5
2	Puas	4
3	Cukup Puas	3
4	Kurang puas	2
5	Tidak Puas	1

Sumber: Diadopsi dari (Ridwan, 2008)

Analisis sikap untuk masing-masingresponden yaitu jumlah pertanyaan 20 dengan total responden 25, skor tertinggi 5 dan skor terendah 1, maka besar kisaran perhitungan adalah dari total nilai pokok-pokok skala tersebut dikelompokkanmenjadi 5 kriteria intrepertasi skor.

Tabel 2. Kriteria Intrepertasi Skor

No	Presentase	Kriteria
1	Angka <20%	Tidak Puas
2	Angka 21% - 40%	Kurang puas
3	Angka 41% - 60%	Cukup Puas
4	Angka 61% - 80%	Puas
5	Angka 81% - 100%	Sangat Puas

Sumber: Diadopsi dari (Ridwan, 2008)

Untuk memberikan penilaian % pada konsumen yang dianalisis, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

n = Jumlah jawaban yang dipilih responden

N = Skor Ideal

Setelah data dianalisis secara kuantitatif, kemudian data dianalisis secara deskriptif, dibahas secara positifnya yaitu baik, negatifnya yaitu kekurangan, dan solusi yang diberikan. Kemudian menggambarkan jawaban yang ada dengan kalimat sesuai kategori yang ditentukan untuk memperoleh kesimpulan.

Customer satisfaction index (CSI) merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Customer satisfaction index (CSI) adalah analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. Dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Bentuk Customer Satisfaction Index

	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
Atribut	Skala 1-5	Skala 1-5	(S) = (I) x (P)

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

.....
.....

Skor Total	Total (I) = (Y)	Total (S) = (T)
------------	-----------------	-----------------

Keterangan :

- I = Kepentingan
- P = Kepuasan
- S = Skor
- Y = Nilai total dari kolom harapan
- T = Skor Total

CSI dihitung dengan rumus :

$$CSI = \frac{T}{5} \times 100\%$$

Keterangan :

- T = Nilai Total dari CSI
- 5 = Nilai Maksimum pada skala pengukuran
- Y = Nilai Total dari Kolom Harapan

Tabel 4. Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81 – 100	Sangat Puas
2	66 - 80.99	Puas
3	51 - 65.99	Cukup Puas
4	35 - 50.99	Kurang Puas
5	≤34.99	Tidak Puas

Dari gambar di atas tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pengujung:

- a.) ≤0,34 tidak puas
- b.) 0,35-0,50 kurang puas
- c.) 0,51-0,65 cukup puas
- d.) 0,66-0,80 puas
- e.) 0,81- 1,00 sangat puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi di pasar Terong yang merupakan salah satu pasar yang setiap hari beroperasi. Responden yang melakukan transaksi di Pasar Terong di klasifikasikan berdasarkan: jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan status pekerjaan.

Tabel 5. Karakteristik Responden Sesuai Jenis Kelamin

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	25	100,00
2	Laki-laki	-	-
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dapat dilihat di atas konsumen yang memiliki tingkat presentase 100% dominan adalah perempuan dalam membeli kebutuhan sembilan bahan pokok, karena jenis kelamin berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk menentukan kepuasan konsumen yang di mana perempuan sangat responsif terhadap informasi dan lebih selektif dalam memilih produk dibanding laki-laki.

Tabel 6. Karakteristik Responden Sesuai Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<39	10	40,00
2	40-60	14	56,00
3	>60	1	4,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Usia responden pada penelitian adalah berkisar antara <39 hingga di atas 60 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang melakukan transaksi di pasar dalam perspektif pengambilan keputusan dalam menentukan kepuasan konsumen sembilan bahan pokok produk pertanian yang akan dikonsumsi. Dari data di atas menunjukkan bahwa konsumen yang berumur kisaran 40-60 tahun untuk mengambil keputusan dalam peningkatan kepuasan konsumen untuk melakukan transaksi di pasar Terong. Usia sendiri memiliki pengaruh tersendiri pada konsumen dalam perspektif pengambilan keputusan kepuasan konsumen.

Tabel 7. Karakteristik Responden Sesuai Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA	20	80,00
2	Perguruan Tinggi	5	20,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa responden dalam perspektif pengambilan keputusan dalam peningkatan kepuasan konsumen, dapat dilihat responden yang membeli sembilan bahan pokok produk pertanian memiliki tingkat pendidikan terbesar yaitu SMA dengan nilai persentase 80%. Hal ini menunjukkan konsumen yang memiliki tingkat pendidikan SMA memiliki perspektif atau sudut pandang mengenai pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa memperhatikan atribut-atribut lainnya. Sedangkan pada tingkat pendidikan perguruan tinggi konsumen lebih selektif mengenai apa yang dikonsumsi.

Tabel 8. Karakteristik Responden dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	IRT	15	60,00
2	PNS/TNI/POLRI	2	8,00
3	Wiraswasta	4	16,00

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

4	Pegawai swasta	3	12,00
5	Pelajar/Mahasiswa	1	4,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Data responden pembelian sembilan bahan pokok di pasar Terong pada Tabel 8 menunjukkan data mengenai pekerjaan responden di mana jumlah responden yang berkerja sebagai IRT(Ibu rumah tangga) sebanyak 60%, Berdasarkan tabel di atas, jenis pekerjaan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumsi sehingga mempengaruhi prespektif kepuasan konsumen dalam pengambilan keputusan.

Tabel 9. Karakteristik Responden Sesuai Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	< 500.000	1	4,00
2	500.000-2.000.000	7	28,00
3	>2.500.000	17	68,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Data responden prespektif kepuasan konsumen berdasarkan pendapatannya dapat dilihat pada tabel 9 menunjukkan data mengenai pendapatan responden pembeli sembilan bahan pokok, di mana jumlah responden yang memiliki pendapatan Rp. >2.500.000 sebanyak 68%. Berdasarkan tabel di atas besarnya pendapatan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam peningkatan kepuasan konsumen dalam pembelian dan pola konsumsi, sehingga mempengaruhi prespektif dalam peningkatan kepuasan konsumen.

PERILAKU KONSUMEN

Perilaku konsumen merupakan proses yang dilalui konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang di harapkan bisa memenuhi kebutuhan konsumen terutama dalam berbelanja sembako di Pasar Terong Kota Makassar. Di antaranya akses menuju pasar, kelengkapan jenis produk, harga, kemasan serta kebersihan. untuk melihat perilaku kepuasan konsumen menggunakan metode penelitian skala likert.

Perilaku konsumen terhadap akseibilitas di Pasar Terong Makassar.

Tabel 10. Variabel Akseibilitas di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Kondisi jalanan menuju pasar lebih mudah	1	-	-	-	4,2
	2	-	-	-	
	3	2	8%	6	
	4	16	64%	64	
	5	7	28%	35	
Jumlah		25	100%	105	
Apakah akses angkutan umum ini terjangkau oleh pasar	1				4,16
	2				
	3	4	16%	12	
	4	13	52%	52	
	5	8	32%	40	
Jumlah		25	100%	104	

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Akses menuju pasar	1				
mempengaruhi minat anda	2				
di dalam berbelanja di	3	4	16%	12	4,16
pasar ini	4	13	52%	52	
	5	8	32%	40	
Jumlah		25	100%	104	
Total Rata- rata				12,52	
Interpretasi Skor				83,5%	

Dari hasil penelitian perilaku konsumen terhadap akses menuju Pasar Terong sebanyak 83,5% berada pada katagori sangat puas di karenakan Pasar Terong terletak di pusat kota sehingga banyaknya para pembeli berbelanja kebutuhan pokoknya pada Pasar Terong dan tranportasi akses menuju pasar lebih mudah di karenakan banyaknya angkutan umum dan jasa ojek baik dari tempat tinggal konsumen ataupun di sekitar pasar.

Perilaku konsumen terhadap jenis produk sembako di Pasar Terong Makassar.

Tabel 11. Variabel Jenis Produk Sembako di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Semua jenis sembako yang ada di pasar Terong sesuai dengan kebutuhan konsumen.	1	-	-	-	3,28
	2	2	8%	4	
	3	14	56%	42	
	4	9	36%	36	
	5	-	-	-	
Jumlah		25	100%	82	
Tersedia alternatif barang lain jika barang yang diinginkan tidak ada	1	-	-	-	3,44
	2	-	-	-	
	3	8	32%	24	
	4	15	60%	60	
	5	2	8%	40	
Jumlah		25	100%	86	
Kelengkapan jenis barang terutama sembako mempengaruhi minat anda di dalam berbelanja di pasar ini	1	-	-	-	3,52
	2	3	12%	6	
	3	7	28%	21	
	4	14	56%	56	
	5	1	4%	5	
Jumlah		25	100%	88	
Sembako yang tersedia di pasar Terong dapat diandalkan kualitasnya	1	-	-	-	3,68
	2	1	4%	2	
	3	11	44%	33	
	4	8	32%	32	
	5	5	20%	25	
Jumlah		25	100%	92	
Total Rata- rata				13,92	
Interpretasi Skor				69,6%	

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Kelengkapan jenis barang kebutuhan pokok konsumen sembako sebanyak 69,6% berada pada kategori puas. Kelengkapan jenis barang di Pasar Terong dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli kebutuhan pokoknya dan kelengkapan jenis barang yang di jual bisa meningkatkan jumlah konsumen yang datang berbelanja yang di mana kita ketahui Pasar Terong terkenal sebagai pemasok sembilan bahan kebutuhan pokok, yang berasal dari berbagai daerah di Sulawesi Selatan sehingga persediaan barangnya memadai, konsumen yang lambat datang berbelanja cepat kehabisan barang yang di butuhkan karena banyaknya para pedagang ecer membeli dan menjual kembali barang yang mereka beli di Pasar Terong meski demikian pasar harus memiliki persediaan yang baik agar barang yang di jual tidak akan kehabisan.

Perilaku konsumen terhadap harga sembako di Pasar Terong

Tabel 12. Variabel Harga di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Harga sembako cenderung murah dibanding tempat lain	1	-	-	-	3,52
	2	1	4%	2	
	3	9	36%	27	
	4	14	56%	56	
	5	1	4%	5	
Jumlah		25	100%	88	
Diskon (potongan harga) mempengaruhi minat anda di dalam berbelanja sembako di pasar Terong	1	-	-	-	3,375
	2	2	4%	2	
	3	11	44%	33	
	4	9	36%	36	
	5	2	8%	10	
Jumlah		24	92%	81	
Dapatnya menawar dan (potongan harga / harga grosir)	1	-	-	-	3,36
	2	2	8%	4	
	3	13	52%	39	
	4	9	36%	36	
	5	1	4%	5	
Jumlah		25	100%	84	
Harga mempengaruhi minat anda dalam berbelanja sembako	1	-	-	-	3,72
	2	3	12%	6	
	3	6	24%	18	
	4	11	44%	44	
	5	5	20%	25	
Jumlah		25	100%	93	
Total Rata-rata			13,84		
Interpretasi Skor			69,2%		

Harga yang ada di Pasar Terong selalu bisa di beli oleh konsumen, di karenakan barang-barang yang di jual adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari. Tabel 12 juga memperjelas dengan data yang di dapat 62,2% responden merasa puas, di mana bisa di katakan harga yang ada di Pasar Terong cukup terjangkau di lihat dari banyaknya konsumen puas akan harga dan kualitas sembako yang di tawarkan, jadi pada umumnya harga barang yang ada di Pasar Terong ini bisa di beli oleh setiap konsumen yang berbelanja kebutuhan pokoknya di Pasar Terong.

Perilaku konsumen terhadap kemasan sembako di Pasar Terong Makassar.

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Tabel.13 Variabel Kemasan Sembako di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Kemasan sembako masih menggunakan kemasan sederhana (Kresek, Botolan bekas dll.)	1 2 3 4 5	- - 13 8 4	- - 52% 32% 16%	- - 39 32 20	3,64
Jumlah		25	100%	91	
Kemasan sembako menarik dan ramah lingkungan	1 2 3 4 5	- 2 10 10 3	- 8% 40% 40% 12%	- 16 30 30 15	3,6
Jumlah		25	100%	90	
Kemasan sembako sudah terdapat label halal	1 2 3 4 5	- 2 13 7 3	- 8% 52% 28% 12%	- 4 39 28 15	3,44
Jumlah		25	100%	86	
Semua jenis sembako memiliki kemasan yang sesuai dengan standar sehingga produk lebih higienis	1 2 3 4 5	- 2 13 9 1	- 8% 52% 36% 4%	- 6 39 36 5	3,44
Jumlah		25	100%	86	
Kemasan mempengaruhi minat anda dalam berbelanja sembako di pasar Terong	1 2 3 4 5	- 2 9 10 4	- 8% 36% 40% 16%	- 4 27 40 20	3,64
Jumlah		25	100%	91	
Total Rata-rata			17,76		
Interpretasi Skor			71,04%		

Kemasan pada produk sembako masih terbilang sederhana di karenakan di Pasar Terong masih terbilang pasar tradisional yang menggunakan kemasan plastik yang sederhana tetapi konsumen tidak mempermsalahkan terbukti dari tabel di atas 71,04% konsumen merasa puas dan masih banyaknya konsumen berbelanja kebutuhan pokoknya pada Pasar Terong, tetapi masih banyak konsumen memperhatikan kemasan pada produk sembako karena kemasan dapat melindungi kualitas pada produk yang akan dikonsumsi.

Perilaku konsumen terhadap kebersihan/higienis sembako di Pasar Terong Makassar.

Tabel 14. Variabel Kebersihan/Higienis di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
	1	-	-	-	3,44

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

	2	3	12%	6	
Kondisi pasar Terong terjaga akan kebersihannya	3	10	40%	30	
	4	10	40%	40	
	5	2	8%	10	
Jumlah		25	100%	86	
	1	-	-	-	
Terdapat bau tidak sedap pada pasar dan terhadap produk sembako	2	3	12%	6	3,2
	3	15	60%	45	
	4	6	24%	24	
	5	1	4%	5	
Jumlah		24	100%	80	
	1	-	-	-	
Semua produk sembako yang higienis dan terjamin kebersihannya	2	2	4%	4	3
	3	21	84%	63	
	4	2	8%	8	
	5				
Jumlah		25	100%	75	
	1	-	-	-	
Kebersihan pasar dapat mempengaruhi minat anda berbelanja sembako di pasar Terong	2	4	16%	8	2,96
	3	19	76%	57	
	4	2	8%	8	
	5				
Jumlah		25	100%	74	
Total Rata- rata			12,6		
Interpretasi Skor			63%		

Kebersihan pasar berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang di mana dapat kita lihat pada tabel di atas sebanyak 63% konsumen cukup puas akan kebersihan pada Pasar Terong di karenakan kondisi pasar terjaga akan kebersihannya, bukan hanya itu konsumen cukup puas terhadap kebersihan produk sembako yang di tawarkan oleh pedagang, sehingga kebersihan pasar termasuk kriteria konsumen dalam membelanjakan kebutuhan pokoknya di Pasar Terong dan masih perlu kesadaran dalam menjaga kebersihan agar para pembeli dan para pedagang merasa nyaman dan puas akan kebersihan pasar ini.

CSI (Customer Satisfaction Index)

Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) dapat dilihat pada Tabel 8. Nilai CSI ini diperoleh dari pembagian antara nilai Weighted Total (WT) dengan skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini, ya itu 5 dan mengalikannya dengan 100%.

Tabel 15. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Atribut Terdiri dari:	Rata-rata Skor	Rata-rata Skor	Weighting Factor	Weighting Score
Aksebilitas, jenis produk, harga, kemasan dan kersihan	Kepentingan (MIS)	Kepuasan (MSS)	(WF=MIS/∑MIS)	(WS=WF×MSS)
Jumlah	75,2	70,78		
Weighted Total (WT=∑WS)				355,24

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Customer Satisfaction

Index (CSI)

$$(CSI = \frac{T}{5} \times 100\%)$$

$$CSI = \frac{355,24}{5} \times 100 = 71,05$$

Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) terletak pada rentang 66-80.99% yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen pada kriteria “puas”. Akan tetapi, sebaiknya pihak pedagang harus terus melakukan perbaikan terhadap kualitas produk sembilan bahan pokok di Pasar Terong agar konsumen merasa sangat puas dengan kinerja produk secara keseluruhan. Hal ini disebabkan masih ada 28,95% konsumen yang belum puas. Oleh sebab itu, pihak pedagang dan pihak lainnya perlu melakukan perbaikan atribut-atribut guna meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok di Pasar Terong Makassar, Maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Prilaku konsumen dalam mengambil keputusan terhadap sembilan bahan pokok di hitung dari hasil skala likert dalam menentukan kepuasan konsumen di setiap variabel atribut perilaku konsumen diantaranya perilaku konsumen terhadap variabel aksesibilitas sebanyak 83,5% berada pada kategori “sangat puas”, variabel terhadap jenis barang berada di kategori “puas” sebanyak 69,6% konsumen puas, variabel harga sangat mempengaruhi pengambilan keputusan sebanyak 62,2% responden berada pada kategori “puas”, perilaku konsumen terhadap variabel kemasan produk sembako sebanyak 71,04% berada pada kategori “puas”, sedangkan variabel terhadap kebersihan berada pada kategori “puas” sebanyak 63%. Terdapat perbedaan dalam pengambilan keputusan kepuasan konsumen di lihat presentase perilaku konsumen setiap variabel-variabel perilaku konsumen.
2. Kepuasan konsumen dalam mengambil keputusan terhadap sembilan bahan pokok secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil perhitungan CSI (Customer Satisfaction Index) yang dimana berada pada kategori puas. Yang mana pada kepuasan konsumen berada pada tingkat 71,05% di katagorikan ”Puas”. Walaupun demikian, tingkat kepuasan pengunjung perlu terus di tingkatkan lagi hingga mendekati 100% agar semua atribut memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga para pedagang dan pihak pemerintah harus lebih memperhatikan atribut-atribut pada produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang berbelanja sembako di Pasar Terong. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi konsumen.
2. Tingkat kepuasan konsumen masih dalam katagori “Puas” sehingga masih perlu meningkatkan atribut-atribut guna untuk memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen. Namun Kualitas produk yang baik belum tentu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka demikian pihak Pasar Terong harus berupaya meningkatkan Kepuasan konsumen.



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori. (2015). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Arroisi, J., Ash-Shufi, C. G. F., & Fadhlil, F. D. (2022). Konsep Aktualisasi Diri Perspektif Barat dan Islam. *Zawiyah: Jurnal Pemikiran Islam*, 8(1), 1-17.
- Agung, O. M., & Negara, B. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Modern di Kota Bandar Lampung (*Skripsi*).
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah di Besuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 810-830.
- Ardyansyah, F. (2022). *Pengaruh kualitas layanan dan pemasaran Spiritual terhadap kepuasan pelanggan Dari berbagai toko sembako Di daerah desa subah* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Fitri, M., Jamalludin, J., & WM Vermila, C. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sembako Pada Minimarket Juan di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. *Optima*, 3(1). <https://doi.org/10.33366/optima.v3i1.1251>
- Fathimah, A. I., & Saepudin, S. (2022). Penerapan Data Mining Dengan Metode Apriori Pada Penjualan Sembako (Studi Kasus: Grosir Sembako Lina). *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra*, 8(2), 123-131.
- Kolompoy, J. J., Masinambow, V. A., & Niode, A. O. (2022). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto dan Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(4).
- Shari, R. M., & Abubakar, J. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penduduk, Angka Partisipasi Sekolah dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada 5 Provinsi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(2), 20-32.
- Utomo, V. Y. (2022). Perancangan dan Perencanaan Pasar Tradisional Dengan Penataan Modern Menggunakan Konsep Arsitektur Tropis di Kecamatan Semarang Barat. *Jurnal Poster Pirata Syandana*, 3(2).
- Widyanthi, N. L. A. M. (2013). Analisis tingkat kepuasan konsumen pasar Agung Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 108–126.