

STRATEGI PEMASARAN KOMODITI JAGUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN RHEE KABUPATEN SUMBAWA

DESY ADEKANTARI PRATIWI, HALIMATUS SA'DIYAH, dan ASRI HIDAYATI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran komoditi jagung yang dilakukan petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa, untuk menganalisis pangsa pasar pada setiap strategi pemasaran yang dilakukan petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa, dan untuk menganalisis pendapatan pada setiap strategi pemasaran yang dilakukan petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel secara sengaja (*Purposive Sampling*) di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa. Penentuan responden ditentukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*) sebanyak 24 orang petani. (1) Strategi pemasaran petani dianalisis secara kualitatif dengan melihat cara pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh petani itu sendiri. (2) Pangsa pasar pada setiap strategi pemasaran petani dianalisis secara kuantitatif dengan membandingkan jumlah produksi yang dipasarkan pada masing-masing strategi pemasaran. (3) Pendapatan petani dianalisis secara kuantitatif dengan membandingkan antara penerimaan petani dengan biaya yang dikeluarkan setiap produksinya.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Ada 2 jenis strategi pemasaran jagung yang dilakukan oleh petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa, yakni pemasaran secara konvensional dari petani menjual langsung ke pedagang pengepul, dan pemasaran melalui promosi media social. (2) Hasil perhitungan pangsa pasar pada usahatani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa menunjukkan angka 54% untuk petani yang menjual hasil panennya langsung ke pengepul, dan 46% untuk petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa petani yang menjual langsung hasil panennya ke pengepul lebih menguasai pasar dibandingkan dengan petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media social. (3) Pendapatan merupakan selisih dari total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam melakukan suatu usaha. Pendapatan pada usahatani jagung diperoleh oleh petani yang menjual langsung hasil panennya sebesar Rp. 3.794.172 dan untuk petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media social sebesar Rp. 1.876.071.

Kata Kunci : Jagung, Strategi Pemasaran, Pangsa Pasar, Pendapatan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing strategy for corn commodities carried out by corn farmers in Rhee District, Sumbawa Regency, to analyze market share for each marketing strategy carried out by corn farmers in Rhee District, Sumbawa Regency, and to analyze income for each marketing strategy carried out by corn farmers. in Rhee District, Sumbawa Regency. The research was conducted by taking purposive sampling in Rhee District, Sumbawa Regency. Determination of respondents was determined by simple random sampling (Simple Random Sampling) as many as 24 farmers. (1) Farmers' marketing strategies are analyzed qualitatively by looking at the marketing or promotion methods carried out by the farmers themselves. (2) The market share in each farmer's marketing strategy is analyzed quantitatively by comparing the amount of production marketed in each marketing strategy. (3) Farmer's income is analyzed quantitatively by comparing farmers' income with the costs incurred for each production.

The results showed (1) There are 2 types of corn marketing strategies carried out by corn farmers in Rhee District, Sumbawa Regency, namely conventional marketing from farmers selling directly to collectors, and marketing through social media promotion. (2) The results of the calculation of market share in corn farming in Rhee Subdistrict, Sumbawa Regency show the figure of 54% for farmers who sell their harvests directly to collectors, and 46% for farmers who sell their crops through social media promotions. This shows that farmers who sell their harvests directly to collectors have more control over the market compared to farmers who sell their crops through social media promotions. (3) Income is the difference between the total revenue and the total cost incurred in conducting a business. The income on corn farming is obtained by farmers who sell their harvest directly for Rp. 3,794,172 and for farmers who sell their harvests through social media promotions of Rp. 1,876,071.

Keywords: Corn, Marketing Strategy, Market Share, Revenue

PENDAHULIAN

Dunia bisnis yang beraneka ragam membuat persaingan semakin ketat, maka pengusaha dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Perusahaan terus berupaya untuk membuat usahanya tetap eksis di tengah ketatnya persaingan. Perusahaan dituntut bersaing lebih keras melalui strategi-strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Suatu perusahaan pasti mengharapkan hasil penjualannya selalu mengalami peningkatan, sehingga penjualan produk sangat penting bagi perusahaan tersebut. Dan jika perusahaan dari tahun ke tahun terus mengalami kemunduran produksi bisa dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar. Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya (Philip Kotler, 2006).

Strategi pemasaran merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan bagi sebuah perusahaan yang berkaitan dengan beberapa faktor yang meliputi : faktor sosial, budaya, politik dan manajerial. akibat adanya pengaruh dari faktor tersebut maka masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan. dan keinginan dengan menciptakan dan menawarkan produk yang dimiliki. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi strategi produk (*Product*), strategi harga (*price*), strategi lokasi (*place*), dan strategi promosi (*promotion*).

Kabupaten Sumbawa adalah salah satu kabupaten sebagai penghasil jagung yang melimpah setiap tahunnya membudidayakan tanaman jagung dengan benih dari hasil panen mereka sendiri bahkan pada saat pandemi Covid-19 Produksi jagung tetap stabil. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti menunjukkan bahwa dalam proses pemasaran jagung di Desa Rhee terdapat beberapa kendala yang dihadapi yakni proses pemasaran komoditi jagung, tercermin dari para pedagang yang hanya dapat menjual hasil jagung yang dibeli dari petani kepada pedagang besar sehingga menyebabkan penerimaan harga dari hasil penjualan pedagang di Desa Rhee ke pedagang besar menjadi rendah. Adanya pandemi covid 19 maka masyarakat Desa Rhee melakukan pemasaran jagung melalui media sosial untuk menimbulkan perubahan pola pembelian konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka dianggap penting untuk dilakukan sebuah penelitian mengenai strategi pemasaran guna menarik calon pembeli. Jika strategi pemasaran yang dilakukan efektif dan tepat, konsumen tidak akan berpikir panjang dalam melakukan pembelian sehingga secara tidak langsung usaha tersebut mendapatkan keuntungan. Berdasarkan uraian-uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Komoditi Jagung Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa”.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran komoditi jagung yang dilakukan petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa.; (2); Untuk mengetahui menganalisis pangsa pasar pada setiap strategi pemasaran yang dilakukan petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa; dan (3) Untuk mengetahui menganalisis pendapatan pada setiap strategi yang dilakukan petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, Menyusun, menganalisis, dan menginterpretasikan data untuk mencapai suatu kesimpulan (Nazir, 1993). Unit analisis dalam penelitian ini adalah petani jagung yang ada di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa Besar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif, dan sumber data yang digunakan berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Penentuan responden dengan Teknik simple random sampling dan didapatkan sebanyak 24 orang petani.

ANALISIS DATA

1. Analisis Strategi Pemasaran

Analisis strategi pemasaran adalah analisis yang menggambarkan penerapan strategi pemasaran melalui strategi (Produk, harga, distribusi, promosi).

2. Analisis Pangsa Pasar

Analisis pangsa pasar adalah suatu analisis untuk mengetahui perbandingan penjualan perusahaan dengan penjualan industri dengan rumus :

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Penjualan Perusahaan}}{\text{Penjualan Industri}} \cdot 100 \%$$

3. Analisis Pendapatan

Pendapatan usaha tani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan (Mulyadi, 2007) dalam Try Henra. Usahatani jagung di Kecamatan Rhee sudah dianggap stabil, sehingga pendapatan usahatani dapat dianalisis dengan rumus penerimaan, total biaya, dan pendapatan adalah sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

$$TC = TFC + TVC$$

$$\square = TR - TC$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan usahatani

TC = Total Biaya

\square = Pendapatan atau keuntungan usahatani

P = Harga Produksi

Q = Jumlah Produksi

TFC = Total Biaya Tetap

TVC = Total Biaya Variabel

Pengeluaran dapat dibedakan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap (biaya variabel). Biaya variabel adalah biaya yang tidak digunakan untuk proses produksi tertentu dan jumlahnya berubah sebanding dengan besarnya produksi, seperti biaya penyusutan alat-alat pertanian, sesajen dan pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

A. Umur Responden

Dalam kegiatan usahatani, umur sangat menentukan apakah tergolong produktif atau kurang produktif dalam melakukan usahatani. Semakin tua petani ada kecenderungan kegiatan berusahatani akan sedikit berpengaruh yang pada akhirnya berpengaruh pada tingkat pendapatan. Klasifikasi responden berdasarkan tingkat umur pada Tabel 4.5

Tabel 4.5. Tingkat Umur Responden Petani Jagung

Umur (Tahun)	Frekuensi	Presentase(%)
28-34	2	8
35-41	7	29
42-48	6	25
49-55	2	8
56-62	4	17
63-68	3	13
Jumlah	24	100

Sumber : data Primer diolah 2022

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden yang berumur 35-41 tahun 7 orang atau 29% yang merupakan jumlah tertinggi, sedangkan jumlah terendah berada pada umur 28-34 dan 49-55 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini termasuk dalam kategori Pada usia produktif dimana usia produktif berada pada kisaran usia 15-55 (Rosman, 2000). Dimana pada usia produktif, seseorang akan memiliki semangat yang tinggi dalam melakukan usahataniya serta lebih cepat dan inovasi.

B. Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan merupakan faktor penting dalam kehidupan manusia, baik untuk diri sendiri, orang lain, dan lingkungan sekitarnya. Tingkat pendidikan berpengaruh pada pola pikir bekerja. Dalam sektor pertanian pendidikan tidak berdampak signifikan hal ini berkaitan baik dengan sifat langsung dan sifat tidak langsung terhadap jenis produksi. Berikut tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Tingkat Pendidikan Petani Jagung

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentasi (%)
SD	5	21
SLTP	2	8
SLTA	12	50
Sarjana	5	21
Jumlah	24	100

Sumber : data Primer diolah 2022

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani untuk tingkat sekolah lanjut tingkat atas (SLTA) lebih banyak yaitu 12 orang atau 50% dibandingkan dengan sekolah lanjut tingkat pertama (SLTP) yaitu 2 orang atau 8%. Sedangkan tingkat pendidikan untuk tingkat sekolah dasar (SD) yaitu 5 orang atau 21% dan sarjana sejumlah 5 orang atau 21%. Dimana dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, cenderung semakin tinggi produktivitasnya logikanya semakin tinggi penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, cenderung semakin inovatif, yang akan membawa dampak positif pada pembangunan sektor pertanian, dengan produktivitas hasil pertanian yang semakin tinggi pula (Kartasapoetra, 2001).

C. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman Berusahatani jagung dapat dilihat dari lamanya seseorang menekuni usahataniya. Semakin lama petani jagung menggeluti usahataniya, maka akan semakin banyak pengalaman yang mereka miliki. Pada

umumnya petani jagung yang memiliki pengalaman berusahatani yang cukup lama cenderung memiliki kemampuan mengelola usahatannya lebih baik. Pengalaman erat kaitannya dengan tingkat keterampilan seseorang dalam berusahatani karena umumnya petani yang berpengalaman kemudian ditunjang dengan pendidikan yang cukup maka petani tersebut semakin terampil dalam mengelola usahatani jagung. Berikut pengalaman berusahatani responden dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Pengalaman Berusahatani Responden Usahatani Jagung

Pengalaman Berusahatani	Frekuensi	Presentasi (%)
3-10	7	29
11-18	3	13
19-27	8	33
28-34	1	4
35-42	2	8
43-50	3	13
Jumlah	24	100

Sumber : data Primer diolah 2022

Tabel 4.7. menunjukkan bahwa petani yang memiliki pengalaman berusahatani yang paling lama terdapat pada 19-27 tahun yaitu 8 orang atau 33%. Sedangkan yang memiliki pengalaman terendah pada 28-34 tahun yaitu 1 orang atau 4% dan pada 35-42 tahun yaitu 2 orang atau 8 %. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berusahatani akan berpengaruh terhadap tingkat keterampilan petani dalam mengelola usahatannya, maka semakin tinggi pula pengetahuan dan wawasan sehubungan dengan usahatani yang dikelolanya (Mosher, 2000).

D. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan semua anggota keluarga yang biaya hidup ditanggung oleh responden. Jumlah anggota keluarga turut berpengaruh pada kegiatan produksi petani, karena keluarga yang relatif besar sebagai sumber tenaga kerja. Berikut jumlah tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8. Jumlah tanggungan keluarga responden petani jagung

Jumlah Tanggungan Keluarga	Frekuensi	Persentasi (%)
2	5	21
3	5	21
4	5	21
5	5	21
6	3	13
7	1	4
Jumlah	24	100

Sumber : data Primer diolah 2022

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani responden terbanyak yaitu 5 orang sebanyak 5 responden dengan jumlah persentase 21%. Sedangkan jumlah tanggungan keluarga terendah yaitu 1 orang sebanyak 1 responden dengan jumlah persentase 4%. Anggota keluarga petani responden berperan aktif dalam mendorong pelaksanaan usaha taninya, Yasin dan Ahmad (2008) bahwa besarnya tanggungan keluarga belum tentu dapat meningkatkan produksi, tetapi tidak mempengaruhi dan memotivasi petani karena dengan

besarnya jumlah tanggungan keluarga maka kebutuhan sehari-hari petani menjadi lebih besar pula. Hal ini akan memotivasi petani untuk meningkatkan produktivitas usahatani.

E. Luas Lahan Usahatani

Luas lahan sebagai tempat atau areal yang digunakan oleh petani jagung untuk melakukan kegiatan usaha taninya diatas bidang tanah yang diukur dalam satuan hektar (ha). Luas lahan yang diusahakan oleh petani bervariasi, dimana petani yang memiliki luas lahan yang lebih banyak akan cenderung memperoleh produksi yang lebih besar dibandingkan dengan petani yang memiliki luas lahan kecil. Berikut luas lahan responden dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9. Luas lahan responden petani jagung

Luas Lahan (Ha)	Frekuensi	Persentasi (%)
0,25 - 0,5	10	41
0,6- 0,9	14	59
Jumlah	24	100

Sumber : data Primer diolah 2022

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa petani responden yang memiliki luas lahan terbanyak berada pada luas 0,6-0,9 hektar (Ha) sebanyak 14 orang atau 59%, dan yang memiliki luas lahan terendah berada pada luas 0,25-0,5 hektar (Ha) sebanyak 10 orang atau 41%. Hal ini menunjukkan bahwa luas lahan petani responden tidak terlalu luas karena rata-rata responden tidak memiliki luas lahan $\leq 1,00$ hektar (Ha). Menurut Soekartawi (2002) Luas lahan pertanian akan mempengaruhi skala usaha dan skala usaha ini pada akhirnya akan mempengaruhi efisiensi atau tidaknya suatu pertanian.

1. Strategi Pemasaran Jagung

Berdasarkan hasil penelitian terhadap petani jagung yang ada di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa, terdapat petani jagung yang memvariasikan strategi pemasarannya terhadap hasil panen jagung miliknya. Dimana ada beberapa petani yang menjual langsung hasil panennya kepada tengkulak atau pedagang pengepul yang datang pada masing – masing petani. Dan dikarenakan wabah corona yang ada, ada juga petani jagung yang memilih jalan lain untuk memasarkan hasil panennya, yakni dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Dimana nantinya petani akan mempromosikan hasil panennya lewat media social, kemudian mengantarkannya langsung kepada konsumen.

2. Analisis Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan indikator dalam menentukan kekuatan pasar suatu lembaga pemasaran. Pangsa pasar merupakan perbandingan antara penjualan suatu lembaga pemasaran dengan total penjualan lembaga pemasaran secara keseluruhan. Semakin tinggi pangsa pasar suatu lembaga pemasaran maka semakin tinggi kekuatan pasar yang dimiliki. Kekuatan pasar adalah kemampuan suatu lembaga pemasaran untuk mempengaruhi harga pasar atau mengalahkan pesaing. Jumlah penjualan mempengaruhi bentuk pasar yaitu pasar persaingan. Adapun lembaga pemasaran dengan masing-masing pangsa pasar yang terlibat dalam pendistribusian

jagung pada daerah penelitian di Kabupaten Sumbawa yaitu Petani Jagung di kecamatan Rhee kabupaten sumbawa.

Tabel 4.10. Analisis Pangsa Pasar Petani Jagung Di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa

No	Produksi	Market Share (%)
1	32.500	54
2	27.500	46
Jumlah	60.000	100
Rata-rata	30.000	

Sumber : data Primer diolah 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada usahatani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa terdapat 10 orang petani yang menjual langsung hasil panennya ke pengepul, dengan total panen keseluruhan sebanyak 32.500 Kg dengan persentase market share rata-rata 54%. Sedangkan sebanyak 14 orang petani mempromosikan hasil panennya melalui media social dengan total jumlah panen sebanyak 27.500 Kg dengan persentase market share rata-rata 6%.

Hal ini menunjukkan bahwa persentase petani yang menjual langsung hasil panennya ke pengepul lebih menguasai pasar daripada petani yang mempromosikan hasil panennya melalui media sosial pada masa pandemic COVID 19. Hal ini dikarenakan masih banyak pembeli yang belum mengetahui adanya informasi penjualan jagung di media social, sehingga beberapa petani lebih memilih menjual ke pengepul dan menunggu pengepul datang sendiri untuk membeli hasil panennya, ketimbang harus mempromosikannya lewat media sosial dan mengantarkan sendiri ke pembeli.

3. Analisis Pendapatan usahatani Jagung

Analisis pendapatan dilakukan untuk menentukan berapa pendapatan petani pada lahan kering yang diperoleh dari usahatani jagung. Dalam analisis pendapatan menjelaskan tentang bagaimana struktur biaya, pendapatan dari usahatani jagung. Bentuk analisis pendapatan usahatani jagung secara umum merupakan selisih antara penerimaan produksi dengan biaya yang dikeluarkan. Penerimaan produksi usahatani meliputi penerimaan secara tetap dan penerimaan tidak tetap. Penerimaan tetap merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi yang dijual dengan harga satuannya, sedangkan penerimaan tidak tetap berupa hasil produksi yang tidak dijual dan biasanya dikonsumsi oleh petani sendiri. Analisis pendapatan ini juga membahas biaya usahatani yang tetap dan tidak tetap. Biaya tidak tetap adalah biaya yang secara langsung dikeluarkan oleh petani. Biaya tetap meliputi semua pengeluaran yang tidak dibayarkan secara tetap tetapi diperhitungkan dalam biaya.

3.1. Biaya dan Pendapatan Petani yang Menjual Hasil Panennya Secara Konvensional

Berdasarkan hasil penelitian di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa terdapat 10 orang petani yang menjual hasil panennya langsung ke pedagang pengepul tanpa melalui promosi media sosial. Para petani menunggu pedagang

pengepul untuk datang sendiri mengambil hasil panen miliknya, hal ini dikarenakan para petani dan pedagang pengepul sudah memiliki Kerjasama sebelum-sebelumnya. Untuk analisis biaya dan pendapatan petani dapat dilihat pada tabel 4.12.

Table 4.12. Pendapatan Usahatani Jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	
	-Produksi (Kg)	3.250
	-Harga (Rp)	2.480
	Total Penerimaan(TR)	7.995.000
2	Biaya	
	A. Biaya Variabel (TVC)	
	1. Benih	
	-Angka 212	625.000
	-Pioneer 27	712.500
	-Bisi 18	585.000
	2. Pupuk	
	-Urea	280.000
	-ZA	237.500
	3. Herbisida	
	-Rambo	192.500
	-Claris	455.000
	-Gramaxone	130.000
	-Supermo	130.000
	-Vebator	260.000
	4. Tenaga Kerja	140.000
	B. Biaya Tetap (TFC)	
	1. Penyusutan Alat	.328453
	Total Biaya Produksi (TC) = TFC + TVC	3.799.000
3	Biaya Pemasaran	-
4	Pendapatan = TR - TC	3.794.172

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 10 orang petani yang menjual langsung hasil panennya tanpa melakukan promosi melalui media social. Dengan jumlah produksi 32.500 Kg dari total keseluruhan luas lahan sebanyak 7 Ha.

Rata-rata total penerimaan produksi jagung di Kecamatan Rhee yang menjual langsung hasil panennya ke pengepul sebesar Rp. 7.995.000/musim. Produksi jagung petani dijual langsung ke pedagang pengumpul dan para pedagang sendiri yang datang langsung ke tempat pengumpulan jagung, karena para petani di daerah penelitian seluruh hasil produksi jagungnya dijual.

1. Biaya Variabel

Biaya benih keseluruhan yang dikeluarkan oleh petani sebesar Rp. 7.905.000/musim dengan jumlah benih sebanyak 97 Kg, benih yang digunakan adalah benih jenis Angka 212, Pioner 27, dan Bisi 18. Dari 10 orang petani yang menjual hasil panennya ke pengepul lebih banyak menggunakan jenis benih Pioner 27 dengan jumlah 45 Kg, rata-rata 8 Kg/orang dengan biaya sebesar Rp. 4.275.000, rata-rata Rp.712.500/orang dengan harga Rp. 95.000/Kg. Jenis benih Bisi 18 yang digunakan oleh petani sebanyak 27 Kg, rata-rata 9 Kg/orang dengan biaya sebesar Rp. 1.755.000, rata-rata Rp. 585.000/orang dengan harga Rp. 65.000/kg, dan jumlah penggunaan benih paling sedikit adalah jenis benih Angka 12 sebanyak 25 Kg, rata-rata 8,3 Kg/orang, biaya sebesar Rp.1.875.000, rata-rata Rp. 625.000/orang, dengan harga Rp.75.000/Kg.

Biaya pupuk yang dikeluarkan oleh petani secara keseluruhan sebesar Rp. 5.175.000/musim dengan jumlah pupuk sebanyak 54 Kg. Jumlah pupuk yang digunakan adalah pupuk ZA dan Urea, Jumlah pupuk Urea sebanyak 29 Kg dengan rata-rata penggunaan 2,9 Kg/orang dengan rata-rata biaya Rp. 100.000/orang. Untuk jumlah pupuk ZA sebanyak 25 Kg dengan rata-rata penggunaan 3 Kg, dengan biaya rata-rata Rp. 237.500/orang

Biaya Herbisida merupakan salah satu penunjang dalam kelangsungan usahatani jagung, biaya keseluruhan untuk pembelian herbisida sebesar Rp. 4.675.000 dengan jumlah herbisida sebanyak 26 Kg. Herbisida yang digunakan dalam penelitian ini adalah herbisida jenis Rambo, Claris, Gramaxone, Supermo, dan Venator. Jumlah yang digunakan untuk herbisida Rambo sebanyak 6 Kg, rata-rata 3 Kg/orang, dengan biaya Rp. 385.000, rata-rata Rp. 192.000/orang dibeli oleh petani dengan harga Rp. 65.000/Kg. Jumlah Claris sebanyak 13 kg, rata-rata 2 kg/orang, biaya Rp 3.640.000 rata-rata Rp 455.000/orang, dengan harga Rp 280.000/kg. Jumlah Gramaxone sebanyak 2 kg, rata-rata 2 kg/orang, untuk biaya Gramaxone Rp 130.000, rata-rata Rp 130.000kg/orang, dengan harga Rp 65.000/kg. Jumlah Supremo sebanyak 4 kg, rata-rata 2 kg/orang, untuk biaya Rp 260.000, rata-rata Rp 130.000 Rp/orang, dengan harga Rp 65.000/kg, dan jumlah Venator yang digunakan sebanyak 1 Kg yang dibeli oleh petani sebanyak 1 Kg dengan harga Rp.260.000.

2. Biaya Tetap

Biaya tenaga kerja usahatani jagung dengan biaya keseluruhan sebesar Rp. 1.400.000/musim, dengan rata-rata Rp. 140.000. Dari 10 orang petani yang menjual hasil panennya ke pengepul ada 28 orang tenaga kerja dengan penggunaan tenaga kerja rata-rata 3 orang, jadi biaya yang dikeluarkan petani Rp. 50.000/hari.

Biaya penyusutan alat sebesar Rp 1.395.894 dengan Rata-rata Rp 453.328. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cangkul, parang, penyemprotan. Dalam menggunakan Cangkul ada 5 unit cangkul yang digunakan dalam penanaman dengan harga Rp 50.000/buah. Biaya penyusutannya sebesar Rp 249.995. Untuk Parang ada 6 unit parang yang digunakan dalam pemeliharaan dengan harga Rp 60.000/buah dengan biaya penyusutan sebesar Rp 359.996. dan untuk penyemprotan menggunakan 3 unit penyemprotan dengan harga Rp 250.000/buah dengan biaya penyusutan sebesar Rp 749.995.

Biaya keseluruhan dari biaya tidak tetap dan biaya tetap yang dikeluarkan oleh petani jagung sebesar Rp. 4.200.828, biaya total terkait dengan biaya tetap dan biaya tidak tetap.

3. Biaya Pemasaran

Untuk biaya pemasaran petani yang menjual hasil panennya secara konvensional, tidak ada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Hal ini dikarenakan para petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengepul, dan pedagang pengepul sendiri yang datang ke petani untuk mengambil jagungnya.

4. Pendapatan

Pendapatan petani jagung yang menjual hasil panennya langsung ke pengepul dalam satu kali musim panen adalah sebesar Rp. 3.794.172. Hasil ini didapatkan dari hasil penerimaan petani setelah penjualan hasil panennya, dikurangi dengan biaya produksi yang dikeluarkan.

3.2 Biaya dan Pendapatan Petani yang Menjual Hasil Panennya Melalui

Promosi Media Sosial

Dari 24 orang petani yang menjadi responden, 14 orang petani diantaranya memilih menjual hasil panen jagung miliknya melalui promosi media sosial. Hal ini dikarenakan dapat mempersingkat rantai pemasaran dan meningkatkan harga jual petani kepada konsumen. Untuk analisis biaya dan pendapatannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 4.13. Pendapatan Usahatani Jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa yang Menjual Hasil Panennya Melalui Media Sosial

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	
	Produksi (Kg)	1.964
	Harga (Rp)	3.089
	Total Penerimaan (TR)	6.017.857
2	Biaya	
	A. Biaya Variabel (TVC)	
	1. Benih	
	- Angka 212	562.500
	- Pioner 27	647.000
	- Bisi 18	617.500
	2. Pupuk	
	- Urea	285.714
	- ZA	210.357
	3. Herbisida	
	- Rambo	76.818
	- Claris	443.333
	- Gramaxone	130.000
	- Supermo	130.000
	- Vebator	260.000
	4. Tenaga Kerja	117.857
	B. Biaya Tetap (TFC)	
	1. Penyusutan Alat	51.500
	Total Biaya Produksi = TFC + TVC	3.799.000
3	Biaya Pemasaran	
	- Transportasi	128.571
	- Promosi	50.000
4	Total Biaya (TC)	4.141.786
	Pendapatan = TR – TC	1.876.071

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 14 orang petani yang menjual langsung hasil panennya dengan promosi melalui media social. Dengan jumlah produksi 27.500 Kg dari total keseluruhan luas lahan sebanyak 7 Ha.

Rata-rata total penerimaan produksi jagung di Kecamatan Rhee yang menjual hasil panennya melalui media sosial sebesar Rp. 6.017.857/musim.

Produksi jagung petani dijual dengan cara mempromosikan di marketplace facebook, yang dimana di dalam website facebook tersebut para petani sudah masuk ke dalam beberapa forum jual beli. Setelah mendapatkan kepastian dari calon pembeli di facebook, barulah petani mengantarkan sendiri hasil panennya kepada calon pembelinya tersebut.

1. Biaya Variabel

Biaya benih keseluruhan yang dikeluarkan oleh petani sebesar Rp. 7.485.000/musim dengan jumlah benih sebanyak 108 Kg, benih yang digunakan adalah benih jenis Angka 212, Pioner 27, dan Bisi 18. Dari 14 orang petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media social petani menggunakan jenis benih Pioner 27 dengan jumlah 44 Kg, rata-rata 7 Kg/orang dengan biaya sebesar Rp. 3.235.000, rata-rata Rp.647.500/orang dengan harga Rp. 95.000/Kg. Jenis benih Bisi 18 yang digunakan oleh petani sebanyak 19 Kg, rata-rata 10 Kg/orang dengan biaya sebesar Rp. 1.235.000, rata-rata Rp. 617.500/orang dengan harga Rp. 65.000/kg, dan jumlah penggunaan benih Angka 12 sebanyak 45Kg, rata-rata 8Kg/orang, biaya sebesar Rp.3.375, rata-rata Rp. 562.000/orang, dengan harga Rp.75.000/Kg.

Biaya pupuk yang dikeluarkan oleh petani secara keseluruhan sebesar Rp. 6.945.000/musim dengan jumlah pupuk sebanyak 71 Kg. Jumlah pupuk yang digunakan adalah pupuk ZA dan Urea, Jumlah pupuk Urea sebanyak 40 Kg dengan rata-rata penggunaan 3 Kg/orang dengan rata-rata biaya Rp. 100.000/orang. Untuk jumlah pupuk ZA sebanyak 31 Kg dengan rata-rata penggunaan 2 Kg, dengan biaya rata-rata Rp. 210.357/orang

Biaya Herbisida merupakan salah satu penunjang dalam kelangsungan usahatani jagung, biaya keseluruhan untuk pembelian herbisida sebesar Rp. 6.815.000 dengan jumlah herbisida sebanyak 39 Kg. Herbisida yang digunakan dalam penelitian ini adalah herbisida jenis Rambo, Claris, Gramaxone, Supermo, dan Venator. Jumlah yang digunakan untuk herbisida Rambo sebanyak 13 Kg, rata-rata 2 Kg/orang, dengan biaya rata-rata Rp. 105.625/orang dibeli oleh petani dengan harga Rp. 65.000/Kg. Jumlah Claris sebanyak 19 kg, rata-rata 2 kg/orang, biaya Rp 5.320.000 rata-rata Rp 443.333/orang, dengan harga Rp 280.000/kg. Jumlah Gramaxone sebanyak 4 kg, rata-rata 2 kg/orang, untuk biaya Gramaxone Rp 260.000, rata-rata Rp 130.000kg/orang, dengan harga Rp 65.000/kg. Jumlah Supremo sebanyak 2 kg, rata-rata 2 kg/orang, untuk biaya Rp 130.000, rata-rata Rp 130.000 Rp/orang, dengan harga Rp 65.000/kg, dan jumlah Venator yang digunakan sebanyak 1 Kg yang dibeli oleh petani sebanyak 1 Kg dengan harga Rp.260.000.

Biaya tenaga kerja usahatani jagung dengan biaya keseluruhan sebesar Rp. 1.650.000/musim, dengan rata-rata Rp. 117.857. Dari 14 orang petani yang menjual hasil panennya melalui media social ada 33 orang tenaga kerja dengan penggunaan tenaga kerja rata-rata 2 orang, jadi biaya yang dikeluarkan petani Rp. 50.000/hari.

2. Biaya Tetap

Biaya penyusutan alat sebesar Rp 1.395.894 dengan Rata-rata Rp 453.328. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cangkul, parang, penyemprotan. Dalam menggunakan Cangkul ada 5 unit cangkul yang digunakan dalam penanaman dengan harga Rp 50.000/buah. Biaya penyusutannya sebesar Rp

249.995. Untuk Parang ada 6 unit parang yang digunakan dalam pemeliharaan dengan harga Rp 60.000/buah dengan biaya penyusutan sebesar Rp 359.996. dan untuk penyemprotan menggunakan 3 unit penyemprotan dengan harga Rp 250.000/buah dengan biaya penyusutan sebesar Rp 749.995.

3. Biaya Pemasaran

Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 128.571, dan biaya paket internet sebesar Rp.50.000 .

Biaya total yang dikeluarkan oleh petani meliputi biaya tetap, biaya variable, dan biaya pemasaran sebesar Rp. 4.141.786. Biaya ini dikeluarkan oleh petani setiap satu kali produksi dari tanam hingga sampai ke tangan konsumen.

4. Pendapatan

Pendapatan petani jagung yang menjual hasil panennya melalui promosi media sosial dalam satu kali musim panen adalah sebesar Rp. 1.876.071 . Hasil ini didapatkan dari hasil penerimaan petani setelah penjualan hasil panennya, dikurangi dengan biaya produksi dan biaya pemasaran yang dikeluarkan

KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Ada 2 jenis strategi pemasaran jagung yang dilakukan oleh petani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa, yakni pemasaran secara konvensional dari petani menjual langsung ke pedagang pengepul, dan pemasaran melalui promosi media social.
- b. Hasil perhitungan pangsa pasar pada usahatani jagung di Kecamatan Rhee Kabupaten Sumbawa menunjukkan angka 54% untuk petani yang menjual hasil panennya langsung ke pengepul, dan 46% untuk petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa petani yang menjual langsung hasil panennya ke pengepul lebih menguasai pasar dibandingkan dengan petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media social.
- c. Pendapatan merupakan selisih dari total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam melakukan suatu usaha. Pendapatan pada usahatani jagung diperoleh oleh petani yang menjual langsung hasil panennya sebesar Rp. 3.794.172 dan untuk petani yang menjual hasil panennya melalui promosi media social sebesar Rp. 1.926.071.

Saran

1. Diharapkan kepada pemerintah atau lembaga yang terkait dengan pembangunan atau membuat jalan tani pertanian berupa jalan tani untuk mempermudah petani maupun pedagang dalam proses pemasaran hasil usahatani.
2. Diharapkan kepada petani dan pedagang untuk aktif dalam mencari informasi mengenai harga jagung serta bagaimana cara menjaga kualitas panen untuk menstabilkan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- David, 2014. *Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler Dan Susanto. 1997. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1, terj. Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta :Salemba Empat.
- Nazir, Moh. 1993. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F .2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:PT Gramedia.
- Soekartawi,1984. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta : Rajawali Press.
- Syamsu Ida. 2013. *Strategi Pemasaran Jagung Hibrida di Desa Janti Kecamatan Papar*. <http://publikasi.uniska-kediri.ac.id>. Akses tanggal 13 Desember 2021. Mataram.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F.1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:And

