

LAPORAN TUGAS AKHIR

**RANCANGAN PENYULUHAN
PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI ALTERNATIF
PEMASARAN JAGUNG PIPIL DI DESA ALASREJO
KECAMATAN WONGSOREJO KABUPATEN BANYUWANGI**

PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN BERKELANJUTAN

ROBIYATUL ADAWIYAH

NIRM 04.01.19.350



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN
2023**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**RANCANGAN PENYULUHAN
PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI ALTERNATIF
PEMASARAN JAGUNG PIPIL DI DESA ALASREJO
KECAMATAN WONGSOREJO KABUPATEN BANYUWANGI**

Diajukan Sebagai Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pertanian (S.Tr.P)

PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN BERKELANJUTAN

ROBIYATUL ADAWIYAH

NIRM 04.01.19.350



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN
2023**

HALAMAN PERUNTUKAN

Alhamdulillah saya ucapkan atas limpah dan rahmat dan hidayah dari Allah SWT, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir tepat waktunya. Tugas akhir ini dipersembahkan kepada diri saya sendiri Robiyatul Adawiyah, terimakasih telah berjuang dan tidak menyerah dalam setiap keadaan walaupun sulit. Kepada kedua orang tua saya yaitu H. Sukri Halimin dan Hj. Siti Mariyam, terimakasih atas segala doa, dukungan lahir maupun batin serta motivasi agar saya menjadi pribadi yang lebih baik dan sabar. Kepada saudara-saudara saya yaitu Daud Marsyid, Marwatul Alyah, dan Syamsiyatul Fajriyah yang selalu mendukung dan memotivasi saya. Kepada Romy Ardiyanto yang selalu bersedia menjadi pasangan yang baik dan selalu ada, dan tentunya kepada semua rekan dan pihak yang telah terlibat membantu dalam menyusun laporan tugas akhir saya, sekali lagi makasih.

PERNYAAN ORISINALITAS TA

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

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

Malang, 08 Agustus 2023

Mahasiswa,

Robiyatul Adawiyah

NIRM 04.01.19.350

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

TUGAS AKHIR

**RANCANGAN PENYULUHAN
PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI ALTERNATIF
PEMASARAN JAGUNG PIPIL DI DESA ALASREJO
KECAMATAN WONGSOREJO KABUPATEN BANYUWANGI**

**ROBIYATUL ADAWIYAH
NIRM 04.01.19.350**

Malang, 08 Agustus 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Budi Sawitri. SST. M.Si
NIP. 19840328 200604 2 001

Sutoyo. SP.. MP.
NIP. 19580530 198101 1 001

Direktur,
Politiknek Pembangunan Pertanian Malang

Dr. Ir. Setya Budhi Udrayana. S.Pt. M.Si. IPM
NIP. 19690511 199602 1 001

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

TUGAS AKHIR

**RANCANGAN PENYULUHAN
PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI ALTERNATIF
PEMASARAN JAGUNG PIPIL DI DESA ALASREJO
KECAMATAN WONGSOREJO KABUPATEN BANYUWANGI**

**ROBIYATUL ADAWIYAH
NIRM 04.01.19.350**

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal, 08 Agustus 2023

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Budi Sawitri, SST, M.Si
NIP. 19840328 200604 2 001

Sutovo, SP., MP.
NIP. 19580530 198101 1 001

Penguji III,

Achmad Nizar, SST., MSc.
NIP. 19631228 198803 1 001

RINGKASAN

Robiyatul Adawiyah, NIRM. 04.01.19.350 Rancangan Penyuluhan Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Alternatif Pemasaran Jagung Pipil Di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. Komisi Pembimbing : Budi Sawitri dan Sutoyo

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui tingkat perbedaan penjualan jagung pipil secara konvensional dan *facebook*, 2) Mengetahui Rancangan Penyuluhan tentang pemanfaat *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil , 3) Mengetahui pengetahuan dan sikap petani di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-Mei 2023 berlokasi di Desa Alarejo. Metode pelaksanaan penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan kuesioner *skala likert* dan uji t. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 45 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penjualan jagung pipil secara konvensional dan *facebook*, secara signifikan menunjukkan 0,06 hasil dari uji T berpasangan pada penjualan jagung pipil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan nyata antara petani jagung pipil. Namun, penjualan menggunakan *facebook* mempengaruhi cara jual jagung pipil di kelompok tani budidaya jagung Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

Rancangan penyuluhan tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai media pemasaran Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi adalah: 1) Tujuan penyuluhan adalah pengetahuan dan sikap petani meningkat tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil; 2) Sasaran penyuluhan adalah anggota kelompok tani Desa Alasrejo; 3) Materi penyuluhan yang disampaikan adalah pemanfaatan media *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dan analisis tingkat penjualan jagung pipil menggunakan *facebook* dan konvensional; 4) Metode penyuluhan yang digunakan adalah metode pendekatan individu dan pendekatan kelompok dengan diskusi dan tanya jawab; 5) Media penyuluhan digunakan adalah ppt; 6) Hasil evaluasi mengenai aspek pengetahuan dan sikap.

Hasil evaluasi penyuluhan aspek pengetahuan sebesar 60% (*pre test*) dalam kategori cukup, dan hasil *post test* sebesar 84% yang berarti tergolong kategori tinggi sehingga terjadi peningkatan 24% pengetahuan secara signifikan. Pada aspek sikap menunjukkan sebesar 55% (*pre test*) dalam kategori cukup, dan hasil *post test* sebesar 85% dalam kategori tinggi sehingga terjadi peningkatan 30% secara signifikan. Hasil Evaluasi di uji T untuk mengetahui terjadi perbedaan atau tidak, setelah dilakukan uji T Berpasangan menunjukkan bahwa terjadi signifikan yang menunjukkan 0,00 hasil dari uji t berpasangan.

Kata Kunci: *Facebook*, Jagung, Petani

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas izin dan karunia-Nya penyusun dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan terimakasih penyusun sampaikan kepada:

1. Dr. Budi Sawitri, SST, M.Si, selaku Pembimbing I,
2. Sutoyo, SP. MP, selaku Pembimbing II,
3. Dr. Eny Wahyuning Purwanti, SP, MP, selaku Ketua Jurusan dan Ketua Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan,
4. Dr. Ir. Setya Budhi Udayana S.Pt., M.Si, IPM selaku Direktur Politeknik Pembangunan Pertanian Malang, dan
5. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan tugas akhir ini.

Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya kepada pembaca.

Malang, 08 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	i
PERNYAAAN.....	iii
ORISINALITAS TA.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pemasaran	9
2.2.2 Konvensional	10
2.2.3 Media Sosial	12
2.2.4 Facebook.....	16
2.3 Penyuluhan pertanian	20
2.3.1 Identifikasi Potensi Wilayah	21
2.3.2 Tujuan Penyuluhan	22
2.3.3 Sasaran penyuluhan.....	22
2.3.4 Materi penyuluhan	22
2.3.5 Metode penyuluhan	24
2.3.6 Media penyuluhan.....	24
2.3.7 Evaluasi Penyuluhan.....	25
2.3.8 Pengetahuan	26
2.3.9 Sikap.....	26
2.4 Kerangka Pikir	27

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	30
3.1 Lokasi dan Waktu	30
3.2 Desain Penelitian	30
3.2.1 Penetapan Metode Penelitian	30
3.2.2 Populasi dan sampel.....	30
3.2.3 Variabel Penelitian	32
3.2.4 Jenis data	32
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.6 Instrumen penelitian.....	33
3.2.7 Biaya Jagung.....	35
3.2.8 Penerima Harga jagung Pipil	35
3.2.9 Penjualan jagung pipil.....	35
3.3 Uji T Berpasangan	36
3.4 Penetapan penyusunan perencanaan penyuluhan	37
3.5.1 Penetapan Tujuan Penyuluhan	37
3.5.2 Penetapan sasaran penyuluhan.....	38
3.5.3 Penetapan Materi Penyuluhan	38
3.5.4 penetapan Media Penyuluhan.....	39
3.5.5 Metode Evaluasi	39
3.5.6 Metode Pelaksanaan Penyuluhan.....	40
3.6 Metode Implemetasi/ Uji Coba Rancangan Penyuluhan	40
3.6.1 Persiapan Penyuluhan Pertanian.....	40
3.6.2 Pelaksanaan Penyuluhan Pertanian	41
3.6.3 Evaluasi Penyuluhan Pertanian	41
3.7 Batasan Istilah	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Identifikasi Potensi Wilayah	42
4.1.1 Gambaran Geografis	42
4.1.2 Curah Hujan.....	43
4.1.3 Pola Pemukiman.....	44
4.1.4 Pola Sungai	45
4.1.5 Jadwal Tanam	46
4.1.6 Luas Lahan Menurut Ekosistem dan Penggunaanya	47
4.1.7 Kelembagaan Desa Alasrejo.....	48

4.1.8 Jumlah Penduduk	49
4.1.9 Gambar Aktifitas Keluarga Petani	53
4.2 Karakteristik Responden.....	54
4.2.1 Umur.....	54
4.2.2 Pendidikan Formal.....	55
4.2.3 Pengalaman Usahatani.....	56
4.2.4 Luas Lahan.....	57
4.2.5 Biaya Produksi.....	58
4.2.6 Penerima Harga jual	60
4.2.7 Penjualan Jagung	60
4.3 Analisis Uji T Berpasangan.....	61
4.4 Relevansi Penelitian Terhadap Rancangan Penyuluhan.....	62
BAB V RANCANGAN DAN UJI COBA RANCANGAN PENYULUHAN	63
5.1 Perancangan Penyuluhan.....	63
5.1.1 Penetapan Tujuan Penyuluhan	63
5.1.2 Penetapan Sasaran Penyuluhan.....	65
5.1.3 Penetapan Materi Penyuluhan	66
5.1.4 Penetapan Metode Penyuluhan	68
5.1.5 Penetapan Media Penyuluhan	68
5.1.6 Evaluasi Penyuluhan Pertanian	69
5.3 Implementasi Rancangan Penyuluhan.....	75
5.3.1 Persiapan Penyuluhan.....	75
5.3.2 Pelaksanaa Kegiatan Penyuluhan	76
5.3.3 Evaluasi Penyuluhan	77
5.4 Pembahasan Hasil Implementasi dan Evaluasi.....	78
5.4.1 Karakteristik Sasaran Penyuluhan	78
5.4.2 Hasil Evaluasi Penyuluhan.....	82
5.5 Pembahasan Umum	88
5.6 Rencana Tindak Lanjut.....	89
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
6.1 Kesimpulan.....	91
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Instrumen Pengetahuan	30
2.2 Instrumen Sikap.....	31
4.1 Jumlah Kelompok Tani	35
4.2 Kelembagaan Desa Alasrejo	52
4.3 Data Penduduk Umur	55
4.4 Data Responden Berdasarkan umur.....	58
4.5 Data Responden Berdasarkan Lama Bertani.....	61
4.6 Data Responden Berdasarkan Luas Lahan	62
4.7 Biaya Variabel	63
4.8 Jumlah Penerima.....	64
4.9 Penjualan	65
4.10 Hasil Uji T	66
5.1 Definisi Operasional Pegetahuan	72
5.2 Definisi Operasional Sikap.....	74
5.3 Data Responden Berdasarkan umur.....	79
5.4 Data Responden Berdasarkan Luas Lahan	82
5.5 Kelas Interval Aspek Kognitif (<i>Pre-Test</i>)	83
5.6 Kelas Interval Aspek Kognitif (<i>Post-Test</i>)	84
5.7 Uji T Berpasangan Pengetahuan	85
5.8 Kelas Interval Aspek Kognitif (<i>Pre-Test</i>)	86
5.9 Kelas Interval Aspek Kognitif (<i>Post-Test</i>)	87
5.10 Uji T Berpasangan Sikap	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pikir.....	33
4.1 Batas Administrasi.....	46
4.3 Curah Hujan.....	46
4.4 Pola Pemukiman.....	48
4.5 Jadwal Tanam.....	50
4.6 Luas Lahan.....	51
4.7 Jenis Kelamin.....	53
4.8 Mata Pencaharian.....	56
4.9 Aktivitas Keluarga.....	57
4.10 Pendidikan Formal.....	59
5.1 Data Respondent.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner	99
2. Data Responden	103
3. Data Penjualan Konvensional dan Facebook	105
4. Hasil Tabulasi Data	107
5. Matriks Pengambilan Keputusan Materi Penyuluhan.....	109
6. Matriks Penetapan Metode Penyuluhan	110
7. Matriks Penetapan Media Penyuluhan	111
8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Penyuluhan Pertanian	112
9. Hasil Pengisian Kuisisioner Penyuluhan Pertanian	116
10. Nilai Skor Kuisisioner Evaluasi Penyuluhan Pertanian	117
11. Lembar Persiapan Menyuluh (LPM)	119
12. Lembar Persiapan Menyuluh (LPM)	120
13. Sinopsis Penyuluhan Pertanian.....	121
14. Sinopsis Penyuluhan Pertanian.....	122
15. Daftar Hadir Penyuluhan Pertanian	123
16. Daftar Hadir Penyuluhan Pertanian	125
17. Berita Acara Penyuluhan Pertanian.....	127
18. Berita Acara Penyuluhan Pertanian.....	128
19. Dokumentasi	129

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Nikmah dan Lestari (2020), pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, memudahkan arus pertukaran informasi terhadap masyarakat perkembangan teknologi tersebut juga berdampak terhadap dunia bisnis. Mayoritas pelaku bisnis mengubah *tren* pemasarannya, yaitu beralih dari konvensional atau *offline* menjadi digital atau *online* menjadi strategi digital marketing lebih prospek dibandingkan dengan *marketing* secara *offline*. *American Marketing Association* (AMA) menjelaskan bahwa digital marketing sebagai aktivitas, institusi dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada para konsumen, strategi digital marketing dapat menjangkau target market secara luas, dan para calon pelanggan dapat dengan mudah mengetahui informasi mengenai produk dan bertransaksi dengan menggunakan internet dengan adanya internet kini lebih memudahkan masyarakat untuk mengakses dan menggunakan media sosial Tasliman dan Suryawibawa (2019).

Media sosial telah menjadi tren di kehidupan masyarakat terkhusus di Indonesia. Semua orang tidak dapat terlepas dari media sosial, bahkan media sosial menjadi aktivitas rutin yang tidak dapat ditinggalkan. Lembaga *Wearesocial merilis* data jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2023, bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta jiwa dengan prosentase 60,4%, sehingga hal tersebut yang mendasari para pelaku bisnis atau pengusaha lebih menggandrungi pemasaran secara online. Media sosial berperan besar dalam mengembangkan bisnis yaitu dalam upaya meningkatkan penjualannya, salah satu media sosial yang memiliki banyak

pengguna *facebook*

Menurut Nikmah dan Lestari (2020) *facebook* merupakan salah satu sosial *network* yang marak digunakan sebagai media komunikasi. Pada tahun 2006 pertama kali diluncurkannya *facebook* oleh mahasiswa dari *Harvard University* yang bernama Mark Zuckerberg. *Facebook* yang sebelumnya hanya sebagai jejaring sosial dan pada akhirnya bertambah fungsi sebagai media berbisnis online, *marketplace facebook* juga terdapat iklan atau promosi produk, yang mana dapat menjangkau lebih luas pelanggan. Iklan di *marketplace facebook* juga merupakan suatu *sponsor* tertentu yang membayar untuk memperkenalkan barang atau jasa melalui *marketplace facebook*, sehingga dapat menjangkau *customer* secara luas dalam memudahkan pengguna khususnya bagi masyarakat yang menggunakan *facebook* sebagai *platform* untuk berjualan. Fitur pengiklanan berguna untuk menginformasikan sebuah produk ke para pengguna *facebook* lainnya, sehingga secara tidak langsung menarik perhatian pembeli dan dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Yuantari dkk (2016) pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan penjualan hasil pertanian menunjukkan bahwa 55,56% hasil pertanian sudah dibeli oleh tengkulak sebelum waktu panen. Petani yang tidak mengetahui informasi penjualan langsung menyerahkan hasil tanamnya kepada tengkulak, sehingga tengkulak memiliki kekuatan yang kuat dibidang pemasaran. Pemasaran secara konvensional tersebut dinilai kurang menguntungkan dikarenakan pemasukan tidak stabil. Penjualan media *facebook* merupakan metode yang membantu pemecahan masalah dalam pemasaran jagung pipil.

Wilayah kecamatan Wongsorejo memiliki luas wilayah 464,80 Km² yang terbagi 12 desa, Desa Alasrejo memiliki luas tegal 672 ha, pekarangan 73 ha, perkebunan 281 ha (Programa BPP Wongsorejo 2021). Komoditas yang sering petani budidayakan ialah salah satunya tanaman jagung. Umumnya

jagung tidak dijual langsung hasil panennya kepada konsumen melainkan mereka (petani) menjual hasil panennya ke pengepul (Konvensional), pengepul mempunyai posisi yang kuat dalam pemasaran jagung. Pengepul memiliki modal besar dan mampu menentukan harga beli dan harga jual dalam batas-batas tertentu, sehingga menghasilkan sejumlah keuntungan (profit) yang di inginkan.

Berdasarkan data diatas maka pengguna media sosial *facebook* berperan sangat penting bagi proses pemasaran dalam mendapatkan suatu informasi, dan memperpendek penjualan dari petani ke konsumen sehingga bisa mengatur atau menentukan harga jual yang layak agar petani dapat mengurangi kerugian. Dari beberapa permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa penulis berusaha untuk menyusun rancangan penyuluhan pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perbedaan tingkat penjualan jagung pipil dengan menggunakan secara *facebook* dan dengan cara konvensional ?
2. Bagaimana rancangan penyuluhan terkait pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil?
3. Bagaimana peningkatan pengetahuan dan sikap petani terhadap penjualan jagung pipil?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui tingkat perbedaan penjualan jagung pipil dengan menggunakan *facebook* dan dengan cara konvensional
2. Mengetahui rancangan penyuluhan terkait pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
3. Mengetahui peningkatan pengetahuan dan sikap terhadap penjualan jagung pipil

1.4 Manfaat

a. Bagi mahasiswa

1. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memecahkan permasalahan yang muncul dilapangan.
2. Meningkatkan Interaksi yang efektif pada petani di Desa Alasrejo.
3. Meningkatkan kreativitas dan inovasi bagi mahasiswa dalam menghadapi permasalahan yang ada di petani.

b. Bagi petani

1. Menjadi sarana peningkatan pengetahuan dan keterampilan terhadap rancangan penyuluhan terkait pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
2. Menjadi sarana memotivasi petani untuk melaksanakan pejualan jagung pipil menggunakan media sosial *facebook*.

c. Bagi institusi

1. Menjadi sarana memperkenalkan Lembaga Politeknik Pembangunan Pertanian Malang kepada lingkungan petani dan masyarakat Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo.
2. Sebagai sarana aktif lembaga Politeknik Pembangunan Pertanian Malang dalam pelaksanaan penyuluhan pertanian tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil

1.4 Manfaat

a. Bagi mahasiswa

1. Meningkatkan kemampuan pengetahuan mahasiswa dalam memecahkan permasalahan dari hasil penelitian;
2. Meningkatkan komunikasi secara sosialis yang efektif antara mahasiswa dengan lingkungan petani dan masyarakat Desa Alasrejo;

3. Meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil.

b. Bagi petani

1. Menjadi sarana peningkatan pengetahuan dan sikap terhadap pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil;
2. Menjadi sarana memotivasi petani untuk berpartisipasi terhadap peningkatan pemasaran jagung pipil menggunakan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran.

c. Bagi institusi

1. Menjadi sarana memperkenalkan kepada publik mengenai institusi Politeknik Pembangunan Pertanian Malang kepada lingkungan petani dan masyarakat;
2. Sebagai sarana aktif Politeknik Pembangunan Pertanian Malang dalam implementasi pelaksanaan penyuluhan pertanian tentang rancangan penyuluhan terkait pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Damik dkk (2022), menjelaskan penarikan sampel pada penelitian produksi dan pemasaran jagung yang dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*) dan menggunakan formula slovin dengan tingkat kesalahan 15 persen dengan jumlah sampel sebanyak 30 petani. Hasil penelitian menunjukkan, faktor-faktor produksi yang berpengaruh signifikan terhadap produksi jagung adalah luas lahan dan tenaga kerja, sedangkan herbisida berpengaruh namun tidak signifikan terhadap produksi jagung. Dari hasil analisis menggunakan *margin share* diperoleh dua saluran pemasaran jagung pada daerah penelitian. Analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang paling diprioritaskan untuk peningkatan produksi dan pemasaran jagung adalah peningkatan kualitas SDM petani jagung dan Petugas Pertanian Lapangan (PPL).

Menurut Sari dan Hasan (2022), penelitian merancang strategi pemasaran yang cocok untuk pengembangan usaha snack mi jagun. Data dikumpulkan dengan wawancara terstruktur terhadap narasumber kunci dan 30 sampel konsumen pada periode bulan Januari 2021 sampai bulan Juni 2021. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil pada diagram analisis SWOT dengan hasil matriks IFAS sebesar 1,425 dan hasil matriks EFAS sebesar 0,938 yang menunjukkan bahwa posisi usaha snack mi jagung berada di kuadran I yang menunjukkan mendukung kebijakan pertumbuhan agresif serta usaha berada di posisi yang menguntungkan dimana adanya kekuatan pada usaha juga didukung oleh peluang yang ada, kebijakan dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa strategi yaitu : 1) meningkatkan kualitas

produk dengan menerapkan inovasi, 2) menambah variasi pada produk, dan 3) mencari lebih banyak mitra kerja dan memanfaatkan dukungan yang diberikan pemerintah dengan sebaik mungkin serta melakukan promosi secara besar-besaran dalam *event* yang diadakan oleh pemerintah.

Tahir dkk (2021), menjelaskan strategi pemasaran jagung hibrida sebagai program unggulan untuk menganalisis faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran jagung hibrida dan untuk menjelaskan strategi prioritas yang dapat digunakan dalam penjualan jagung hibrida. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT dengan teknik sampel menggunakan purposive sampling berjumlah 48 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pelaku usaha jagung hibrida masih pada proses *open market negotiation* dengan peran masing-masing yakni petani berperan sebagai pelaku usaha tanaman jagung, pedagang berperan sebagai perantara pemasaran dan penyedia modal dan transportasi, pergudangan serta menyediakan informasi dari pelanggan. Oleh karena itu konsep pengembangan diarahkan untuk mewujudkan pertanian yang produktif, *efisien dan kompetitif*. Untuk itu diperlukan penguatan sub-sistem hulu, pemberdayaan subsistem tanaman jagung, memperkuat sub-sistem hilir, membentuk lembaga usaha bersama (koperasi). Dimana dapat meningkatnya income generating petani selain *farm; marketing* dan adanya kerja sama yang jelas antara petani dan perusahaan dalam hal ini mitra sehingga harga yang ditawarkan jelas.

Menurut Widiyantono dkk (2021) distribusi benih jagung manis "VIRGIANIA" penelitian ini adalah: 1) mengetahui penjualan benih jagung manis Virginia sebelum dan saat pandemi covid-19; 2) mengetahui saluran distribusi benih jagung manis Virginia pada masa pandemi covid-19; dan 3) mengetahui kendala dan solusi distribusi benih jagung manis Virginia di masa pandemi covid-

19. Metode penelitian adalah studi kasus di PT Tunas Agro Persada Kabupaten Boyolali. Pemilihan sampel lokasi secara purposive sampling. Responden yang dijadikan sampel adalah Kepala Cabang, *Manajer Pemasaran*, *Manajer Produksi*, *Staf Pemasaran*, dan Bagian Personalia. Analisis data secara deskriptif analitis. Data yang diambil adalah data penjualan tahun 2019 (sebelum pandemic covid-19) dan data penjualan tahun 2020 (masa pandemi covid-19). Hasil Penelitian pandemi dan masa pandemi mengalami kenaikan dengan daerah penjualan tertinggi Jawa Timur. Saluran distribusi yang digunakan PT Tunas Agro Persada adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Kendala yang dihadapi PT Tunas Agro Persada adalah keterlambatan pengiriman, kemacetan lalu lintas, dan infrastruktur yang kurang baik. Solusi untuk mengatasi kendala dengan menggunakan penyedia kurir distribusi yang tersedia di daerah penjualan, sosial media, dan melalui jalan tol yang bebas hambatan agar barang lebih cepat sampai ke konsumen.

Menurut Munawar dan Bachriani (2017), tujuan dari penulisan studi pustaka pada penelitian tentang efektivitas media sosial sebagai media promosi produk olahan pertanian agar dapat mengetahui efektivitas media sosial dalam memasarkan produk olahan pertanian, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas media sosial dalam memasarkan produk olahan pertanian. Menganalisis keterkaitan antara efektivitas media sosial dengan karakteristik konsumen, serta menganalisis efektivitas media sosial dengan tingkat penjualan produk olahan pertanian. Hasil Penelitian Media sosial sebagai media promosi dianggap efektif, bergantung pada cara mempromosikannya yang terdiri dari kegiatan penyampaian pesan, *feedback* pesan, daya tarik dari pesan itu sendiri dan kejelasan dalam menyampaikan informasi. Media sosial juga dapat dikatakan efektif.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu metode yang digunakan ialah

metode deskriptif kualitatif. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk referensi dan acuan penelitian terdapat beberapa variabel seperti pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran seperti usia, pengalaman berusaha tani, pekerjaan, penjualan, luas lahan, biaya produksi penerimaan usahatani. Dari variabel- variabel yang berpengaruh dalam pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil terhadap penelitian untuk mengambil langkah sebagai pembeda dari penelitian sebelumnya karena adanya perbedaan sasaran karakteristik sasaran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel yang berupa independen yaitu karakteristik kelompok tani di Desa Alarejo (umur, lama pendidikan, penjualan, luas lahan, dan biaya produksi penerima usahatani).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Sahla dkk (2019), menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial ekonomi yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sedemikian rupa sehingga menghasilkan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal. Pemasaran ini didasarkan pada konsep dasar kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk (barang, jasa dan ide), nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi. Aspek pemasaran

meliputi periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan dan penjualan. *Marketing* atau pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dalam perusahaan, tujuan utama pemasaran adalah memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Kegiatan pemasaran dilakukan dengan membuat produk, menetapkan harga, menentukan titik penjualan dan memasarkan produk kepada konsumen.

Menurut Basu dan Handoko (2000), Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan terdapat falsafah dalam pemasaran yang disebut sebagai konsep pemasaran. Mendefinisikan konsep pemasaran sebagai berikut: "Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan". Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran tersebut dapat dicapai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen sarannya.

2.2.2 Konvensional

Pemasaran konvensional merupakan suatu kegiatan atau proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Meskipun alat pemasaran digital yang berkembang pesat telah meraih sebagian besar berita utama akhir-akhir ini, alat pemasaran langsung tradisional sangat diminati dan bahkan masih banyak digunakan oleh masyarakat, banyak masyarakat

menguji pendekatan pemasaran langsung tradisional, bentuk tradisional utama dari pemasaran langsung adalah penjualan langsung atau penjualan pribadi, pemasaran melalui surat, pemasaran melalui katalog, pemasaran jarak jauh televisi tanggapan langsung (DRTV) pemasaran, dan pemasaran kios. Kami memeriksa penjualan pribadi pada dasarnya pemasaran konvensional tidak memanfaatkan media sosial Kotler dkk (2015). .

Menurut Sudiyono (2004), lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dari produsen sampai kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Tengkulak, lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani
2. Pedagang pengepul, lembaga yang membeli komoditi dari tengkulak
3. Pedagang besar, lembaga yang melakukan proses konsentrasi (pengepulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengepul, melakukan distribusi ke agen penjualan atau pengecer
4. Agen penjual, lembaga yang membeli komoditi yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relative murah dibandingkan pengecer
5. Pengecer, lembaga yang berhadapan langsung dengan konsumen.

Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemasaran bermacam-macam, pada prinsipnya terdapat tiga tipe fungsi pemasaran menurut Sudiyono (2002) yaitu :

1. Fungsi pertukaran, meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hal

pemilikan dalam system pemasaran

2. Fungsi fisik, meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diperlakukan terhadap komoditi pertanian, sehingga komoditi pertanian tersebut mengalamitambahan guna tempat dan guna waktu.
3. Fungsi penyediaan fasilitas, merupakan usaha perbaikan system pemasaran untuk meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga.

2.2.3 Media Sosial

A. Pengertian Sosial Media

Kehadiran media dengan segala manfaatnya telah bagian dari kehidupan manusia. Perkembangan zaman telah menciptakan berbagai media, termasuk media sosial. media sosial adalah media internet yang memungkinkan pengguna untuk mengespresikan diri, berinteraksi, berkabolarasi, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain, dan membentuk ikatan sosial *virtual*. Media sosial adalah media digital dimana realitas sosial terjadi dan ruang waktu penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat dan komunitas muncul dengan cara yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang mempelajari internet menganggap bahwa media sosial di internet adalah gambar dari apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarism (Nasrillah, 2016).

Dari pernyataan diatas, berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur :

- a. Menurut Mandibergh (2012, dalam (Nasrullah, 2016) media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
- b. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagai (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun

organisasi.

- c. Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
- d. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasiliasator) *online* yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.
- e. Sedangkan menurut penelitian media sosial adalah media *online* yang mana setiap penggunanya dapat bebas untuk saling berbagi atau berpartisipasi baik dalam informasi maupun hiburan yang mampu mendukung adanya interaksi sosial antar sesama pengguna media online.

B. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh media-media lainnya. Adanya Batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Menurut Fitriani (2017) berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu:

- a. Jaringan adalah media sosial terbangun dari struktur sosial yang berbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter dari media sosial adalah membentuk

jaringan diantara pengguna dan pengguna lainnya, sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

- b. Informasi adalah penyampaian informasi adalah hal terpenting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas produk konten hingga antar pengguna.
- c. Arsip adalah bagi pengguna arsip adalah sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan melalui cloud dan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat ponsel maupun computer.
- d. Interaksi adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa komentar, menyukai, dan membagikan ulang.
- e. Simulasi sosial adalah media sosial memiliki karakter sebagai media yang berlangsung masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah negara. Media sosial juga memiliki aturan dan etika yang disusun untuk diterapkan pada penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial maupun menggambarkan realitas yang terjadi di dunia nyata, akan tetapi interaksi yang terjadi bisa saja adalah kegiatan interaksi yang sengaja dibuat berbeda dengan realitasnya (*hoax*).
- f. Konsep adalah oleh pengguna Isi atau informasi yang akan disampaikan dalam bersosial media sepenuhnya hak milik dari pembuat konten. Pembuat konten juga tidak hanya membuat konten akan tetapi pembuat konten juga dapat menikmati konten yang di produksi orang lain.
- g. Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengkonsumsi konten tetapi juga aktif dalam menyebarkan, sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

C. Jenis media sosial

Menurut Puntoadi (2011), beberapa macam sosial media terbagi menjadi beberapa, seperti berikut :

1. *Bookmarking* adalah Berbagi alamat website menurut bookmark menarik minat mereka. Sosial bookmarking memberikan kesempatan untuk men-share sebagai link dan tag yang mereka minati. Hal ini bertujuan agar lebih banyak pengguna lain yang menikmati apa yang kita sukai.
2. *Content Sharing* adalah Melalui situs-situs content sharing pengguna sosial media menciptakan berbagai media sosial dan mempublikasikannya dengan tujuan berbagi kepada orang lain. *Youtube dan flickr* adalah contoh situs content sharing yang sering dikunjungi oleh pengguna sosial media.
3. *Wiki* adalah Beberapa situs wiki yang memiliki karakteristik yang berbeda seperti wikipedia yang merupakan situs dengan tujuan knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan diri dalam informasi lokasi, tempat wisata dan ada juga yang menganut konsep komunitas secara lebih eksklusif.
4. *Flickr* adalah Situs milik yahoo yang mengkhususkan pada image sharing dengan kontributoryang ahli di bidang fotografi dari seluruh dunia.
5. *Network* adalah Aktivitas yang menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh situs tertentu untuk menjalin hubunga, interaksi dengan sesama pengguna. Sosial networkingseperti *Facebook, Instagram, Myspace, linkedin*.
6. *Creating Opinion* adalah Sosial media yang memberkan sarana untuk berbagi opini dengan pengguna di seluruh dunia. Melalui sosial media ini, semua orang dapat menulis, jurnalis sekaligus berkomentar. Blog merupakan website yang memiliki sifat creating oponion.

D. Manfaat media sosial

Selain jenis dan karakteristik media juga memeberikan manfaat banyak

bagi penggunanya. menurut puntodi (2011) beberapa manfaat sosial media yaitu

1. Personal branding is *not only figure, it's for everyone*. Personal branding adalah proses pembentukan persepsi masyarakat atau publik terhadap aspek yang dimiliki seseorang. Aspek ini meliputi kepribadian, kemampuan, nilai, serta persepsi positif yang ditimbulkan atau ada dalam diri individu. Dengan media sosial pengguna dapat mempersepsikan dirinya ingin sebagai apa dan bagaimana dalam sosial media yang digunakan.
2. *Fantastic marketing result through sosial media. People don't watch TV's anymore, they watch their mobile phones*. Fenomena dimana cara hidup masyarakat saat ini cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam mereka yang sudah terkenal dengan sebutan "*smartphones*". Dengan *smartphone*, kita dapat melihat berbagai informasi.
3. sosial memberikan kesempatan pengguna untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, media sosial menawarkan berbagai bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasaran dapat mengetahui bagaimana kebiasaan konsumen mereka dan mengetahui cara interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam Media sosial memiliki sifat viral menurut Puntodi (2011), berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dari suatu produk dapat tersebar dengan sangat cepat karena para pengguna sosial media memiliki karakter berbagi. Karakter berbagi ini yang diminati oleh para marketing pemasaran

2.2.4 Facebook

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunaanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan

Facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya (Ulfa, 2017).

Facebook adalah website jejaring sosial media dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya. *Facebook* merupakan situs jejaring sosial media yang diminati oleh semua golongan masyarakat yaitu salah satunya pelajar dan mahasiswa. *Facebook* dikalangan mahasiswa bukanlah hal yang asing lagi, bagi mereka *Facebook* merupakan trend. Hal ini memunculkan gaya hidup baru bagi pengguna *Facebook* khususnya dikalangan mahasiswa.

Menurut Nazir (2010) *facebook* diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Di Ardsley High School. Masa keemasan *Facebook* dimulai pada 26 September 2006, Jaringan sosial ini dibuka untuk siapa saja yang memiliki e-mail yang valid sampai September 2008, *Facebook* tersedia lebih dari 20 bahasa yang menarik, *Facebook* dilirik banyak perusahaan besar, seperti *news Corps*, *Yahoo* dan *Google*, tetapi Zuckerberg menyatakan, *Facebook* tetap independen dan dia tidak menjual perusahaan yang mengandalkan iklan banner. Dari definisi yang telah dijabarkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Facebook* adalah suatu situs jejaring sosial/ *networking* yang memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi sosial dan berbagi informasi diseluruh dunia.

Terdapat dua hal mendasar yang harus diidentifikasi untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan

oleh pengguna internet (Horigan J B, 2002). *The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology* menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan intensitas internet yang digunakan: a) *Heavy users* (lebih dari 40 jam perbulan). b) *Medium users* (antara 10 sampai 40 jam per bulan). c) *Light users* (kurang dari 10 jam perbulan).

Data di Alexa, menjelaskan bahwa *Facebook* adalah mesin jejaring sosial media nomor satu. Dalam urutan keseluruhan situs di dunia, *Facebook* menempati peringkat ke-5 setelah *yahoo, google, youtube, dan windows live*. Kepopuleran *Facebook* di Indonesia, mulai tahun 2008 dengan jumlah pengguna *Facebook* yakni sebesar 618 %. Setiap tahun pengguna *Facebook* selalu mengalami tingkat pengguna. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 pengguna media sosial yang sering dikunjungi yaitu media sosial *Facebook* dengan banyak pengguna 71,6 juta jiwa.

1. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nazir (2010) Media sosial *Facebook* dalam menyampaikan atau mempublikasikan informasi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: a) Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun menjangkau banyak orang, b) Informasi yang disampaikan itu bebas tanpa harus melalui satu Gatekeeper, c) Informasi yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan media yang lain, d) Informasi yang dipublikasikan dapat diakses dengan cepat oleh pengguna *facebook*, e) Informasi yang telah dipublikasikan dapat disunting sesuai dengan kebutuhan (tidak permanen).

Heather Wolpert Gawron, seorang praktisi pendidikan dari Amerika Serikat, menyimpulkan bahwa: "*Facebook was also a place of professional learning, development, and marketing business*". *Facebook* berpotensi sebagai media

pembelajaran, pengembangan, dan pemasaran bisnis . Adanya media *facebook* membantu dan mempermudah masyarakat dalam melakukan suatu kegiatan yang ingin atau sedang ingin dilakukan, dikarenakan media sosial sangat dibutuhkan dalam kehidupan kita sehari - hari.

2. Facebook sebagai media pemasaran

Menurut Muklason dan Aljawi (2011) *facebook* didirikan pada 4 Pebruari 2004, telah mencatatkan lebih dari 37 juta pengguna serta ribuan jaringan bisnis. *Facebook* telah mengembangkan berbagai ragam aplikasi yang dapat diinstall para pengguna. Aplikasi-aplikasi inilah yang memberikan nilai tambah bagi *Facebook*. Aplikasi yang dikembangkan banyak yang mendukung bisnis dan pekerjaan seperti menjual atau membeli barang.

Menurut Lasmadiarta (2011) menjamurnya jejaring sosial seperti *Facebook* ini membuka peluang yang sangat baik bagi siapa saja untuk melakukan aktivitas marketing dengan lebih baik dan berbiaya relatif murah. Aktivitas *marketing* dan proses bisnis lainnya dengan menggunakan jejaring sosial *Facebook* dapat disebut juga sebagai *E-Commerce*.

Facebook marketing adalah melakukan aktivitas marketing menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh *Facebook* dengan tujuan meningkatkan penjualan (*sales*) dan menjalin komunikasi yang lebih langgeng dengan pelanggan (*customer relationship*). tujuan marketing atau beberapa hal yang dapat dilakukandalam *Facebook* marketing adalah sebagai berikut :

1. *Communitization* Pembentukan komunitas yang terdiri dari orang-orang yang memiliki kepentingan dan ketertarikan yang sama yang terkait dengan produk Anda
2. *Clarification* Membentuk persepsi tentang siapa dan apa produk kita di benak konsumen. Disamping itu dalam *Clarification* kit ahaus mampu menjawab

dan menjelaskan jika ada konsumen yang masih bingung atau memiliki persepsi yang berbeda tentang siapa dan apa produk kita.

3. *Commercialization* Terjadinya penjualan kemudian membangun hubungan yang berkelanjutan.
4. *Connetion* Menjaga ubungan agar selalu dekat dengan pelanggan, melalui kedekatan ini dapat tercipta penjualan yang berkelanjutan
5. *Characterization* Meningkatkan *brand* (jika ada) atau kesadaran terhadap *merk*, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengingat, mengenal dan membedakan dengan jelas produk kita dengan produk yang lain.
6. *Conversation* Membicarakan atau menyebarkan informasi kepada komunitas tentang apa yang kita lakukan, sehingga konsumen turut serta mempromosikan produk kita kepada konsumen lainnya.
7. *Combination* Gabungan dua atau lebih tujuan dari *Facebook marketing*. Tujuan *Facebook Marketing* tersebut ditujukan agar perusahaan memiliki kemampuan untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar dapat dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan. Riana dan Baladina, 2008 tujuan perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan atau meningkatkan tingkat market share. Sehingga pencapaian tujuan berarti juga dianggap sebagai keberhasilan perusahaan.

2.3 Penyuluhan pertanian

Penyuluhan menurut Undang-Undang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan No. 16 tahun 2006 merupakan proses pembelajaran bagi pelaku utama dan pelaku usaha agar mereka mau dan mampu menolong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan dan sumberdaya lainnya sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, penjualan dan kesejahteraan, serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup. Penyelenggaraan

penyuluhan pertanian akan berjalan dengan baik apabila ada persamaan persepsi antara penyuluh dan petani serta pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam proses penyuluhan pertanian diharapkan terjadi penerimaan sesuatu yang baru oleh petani yang disebut adopsi. Penerimaan disini mengandung arti tidak sekedar tahu, tetapi benar-benar dapat mekasanakana atau menerapkan dengan benar serta menghayati dalam usaha tani Sundari dkk 2015.

Sedangkan menurut Muljono (2007), penyuluhan juga dapat diartikan sebagai perubahan perilaku (pengetahuan, sikap dan keterampilan) sasaran atau pelaku usaha, sehingga tujuan penyuluhan dapat tercapai, yaitu sebagai penyebar informasi, bertukar pengalaman untuk petani, penyuluh dan lembaga terkait, melaksanakan proses pendidikan non formal, yaitu pendidikan praktis dalam bidang pertanian dan mengubah perilaku untuk kesejahteraan petani.

2.3.1 Identifikasi Potensi Wilayah

Identifikasi potensi wilayah (IPW) adalah penggalian data potensi wilayah terkait dengan data sumber daya yang ada di desa dan data pendukung lain yang ikut serta memberikan andil dalam pengelolaan usahatani. Data sumber daya terdiri atas data sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya buatan. Sedangkan untuk data pendukung terdiri atas data dari monografi desa, penerapan teknologi budidaya yang bisa dilakukan petani, serta komoditas pertanian yang dikelola oleh petani. Data pendukung IPW diperoleh dari data primer melalui wawancara petani atau masyarakat terkait yang ada di desa dan data sekunder bisa diperoleh melalui data monografi Desa/Kecamatan/BPP dan sumber lainnya yang relevan.

Manfaat dari Identifikasi potensi wilayah adalah menyediakan data dan informasi yang bisa memberikan gambaran akurat mengenai potensi wilayah, selain itu tersedianya data dan informasi yang nantinya dibutuhkan dalam proses

pengambilan keputusan baik bagi pengembangan usahatani atau perancangan kegiatan penyuluhan pertanian

2.3.2 Tujuan Penyuluhan

Menurut Undang-Undang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan No. 16 tahun 2006 tentang tujuan penyuluhan pertanian adalah memperkuat pengembangan pertanian, perikanan, serta kehutanan yang maju dan moderen dalam sebuah sistem pembangunan yang berkelanjutan. Menurut permentan No. 47 tahun 2016 merumuskan tujuan penyuluhan pertanian yang meliputi kriteria *SMART*, adapun unsur – unsur *SMART* sebagai berikut : *Spesific* (khusus), *Measurable* (dapat diukur), *actionary* (dapat dikerjakan), *Realistic* (realistis) dan *Time Frame* (batasan waktu).

2.3.3 Sasaran penyuluhan

Sasaran penyuluhan pertanian adalah petani. Tujuan dari kegiatan penyuluhan yaitu meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap sasaran sehingga bersedia memanfaatkan peluang - peluang yang ada. Undang-Undang SP3K Bab III Pasal 5 menjelaskan sasaran penyuluhan pertanian adalah sebagai berikut:

pihak yang paling berhak memperoleh manfaat penyuluhan meliputi sasaran utama dan sasaran antara, sasaran utama penyuluhan yaitu pelaku utama dan pelakuusaha, sasaran antara penyuluhan yaitu pemangku kepentingan lainnya yang meliputi kelompok atau lembaga pemerhati pertanian, perikanan, dan kehutananserta generasi muda dan tokoh masyarakat (UU No. 16, 2006).

2.3.4 Materi penyuluhan

Mardikanto (2009), mengungkapkan Materi penyuluhan pada hakekatnya merupakan segala pesan yang ingin dikomunikasikan oleh penyuluh kepada masyarakat penerima manfaatnya. Pesan yang disampaikan dalam proses penyuluhan harus bersifat inovatif yang mampu mengubah atau mendorong

terjadinya perubahan kearah pembaharuan dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Ragam materi yang disiapkan dalam setiap kegiatan penyuluhan antara lain mencakup:

a) Kebijakan dan peraturan yang berkaitan dengan pelaksanaan pembangunan pertanian seperti; penyaluran kredit, distribusi sarana produksi, pengelolaan air dan pemeliharaan jaringan irigasi, peningkatan produktivitas dan perluasan areal tanam. b) Hasil-hasil penulisan atau pengujian dan rekomendasi teknis. c) Pengalaman bertani yang berhasil. d) Informasi pasar. e) Petunjuk teknis budidaya. f) Informasi tentang penguatan kelembagaan petani, peningkatan kualitas dan kuantitas produk. g) Dorongan untuk terciptanya swakarsa, swakarya, dan swadaya masyarakat.

Materi penyuluhan berisi unsur pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan modal sosial serta ilmu pengetahuan (UU No. 16, 2006). Pemilihan materi penyuluhan harus selalu mengacu pada kebutuhan sasaran, pendalaman terhadap kebutuhan sasaran menjadi salah satu kunci ketepatan pemilihan materi penyuluhan agar pada praktiknya tidak kesulitan untuk menyajikan materi yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat.

Menurut Sutrisno (2016) menyatakan bahwa yang menjadi sasaran penyuluhan adalah petani, peternak, pelaku usaha dan keluarganya, yaitu bapak tani, ibu tani pemuda/pemudi atau anak-anak petani. Sedangkan menurut Mardikanto (2011) dapat dikelompokkan sebagai :

1. Sasaran Utama Penyuluhan Pertanian

Sebagaimana jurnal rujukan terkait sasaran utama adalah sasaran penyuluhan yang secara langsung terlibat dalam kegiatan bertani dan mengolah usahatani adalah petani dan keluarganya.

2. Sasaran Penentu Dalam Penyuluhan Pertanian

Sasaran penentu adalah bukan pelaksana kegiatan bertani dan berusahatani,

tetapi secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam penentuan kebijakan pembangunan pertanian, dan atau menyediakan segala kemudahan yang diperlukan petani dalam pelaksanaan dan pengelolaan usahatani. Sasaran penentu yang termasuk dalam kelompok ini adalah: pengusaha atau pimpinan wilayah, tokoh-tokoh informal, para Peneliti dan para ilmuwan, lembaga pengkreditan, produsen dan penyalur sarana produksi/pelajaran bertani, pedagang dan lembaga pemasaran yang lainnya, pengusaha/industri pengolahan hasil-hasil pertanian.

2.3.5 Metode penyuluhan

Metode penyuluhan pertanian adalah cara penyampaian informasi atau pesan kepada sasaran melalui media komunikasi oleh penyuluh kepada petani agar membiasakan diri menggunakan teknologi baru, mampu dan merubah sikap (Wahjuti, 2006). Metode Penyuluhan adalah cara menyampaikan pesan kepada sasaran agar tujuan tercapai. Metode atau cara bergantung pada aspek atau tujuan apa yang akan dicapai, apakah aspek pengertian, sikap, atau keterampilan. Jika tujuan yang akan dicapai adalah aspek pengertian, pesan cukup disampaikan dengan lisan atau disampaikan melalui tulisan. Menurut Mardikanto (2009) ada beberapa prinsip-prinsip dalam pemilihan metode penyuluhan pertanian, yaitu:

- 1) Pengembangan untuk berpikir kreatif, 2) Tempat yang paling baik adalah ditempat kegiatan penerima manfaat, 3) Setiap individu terikat dengan lingkungan sosialnya, 4) Ciptakan hubungan yang akrab dengan penerima manfaat, 5) Memberikan sesuatu untuk terjadinya perubahan

2.3.6 Media penyuluhan

Menurut Nuraeni (2014) media penyuluhan adalah alat bantu penyuluh dalam melaksanakan penyuluhan yang dapat merangsang sasaran untuk dapat menerima pesan-pesan penyuluhan, dapat berupa media tercetak,

terproyeksi, visual ataupun audio-visual dan komputer. Media tidak dapat dipilih dan digunakan asal saja, tetapi harus dipilih dengan seksama dan digunakan dengan benar. Tidak ada suatu mediaupun yang dapat dipakai untuk mencapai semua tujuan, sehingga tidak mungkin semua diperlakukan dengan media yang sama. Dalam penyelenggaraan penyuluhan, pemilihan jenis media yang digunakan perlu dipertimbangkan pada kebersamaan antara metode belajar mengajar, tujuan dan situasi pelatihan.

2.3.7 Evaluasi Penyuluhan

Menurut Mariati dkk (2018) untuk mengevaluasi pengetahuan sasaran digunakan instrumen evaluasi yang sudah dikembangkan adalah alat evaluasi bertingkat seperti taksonomi bloom. Bentuk bertingkat dari alat evaluasi ini adalah alat evaluasi dibagi menjadi enam tingkatan. Setiap level mempunyai tingkatan taksonomi bloom, dan tingkat kesulitan dari setiap level akan berbeda. Adapun 6 tingkat perilaku kognitif, yaitu pengetahuan (mengingat dan menghafal, pemahaman (menginterpretasikan), penerapan (mengggunakan prosedur untuk memecahkan masalah), analisis (memecahkan masalah menjadi bagian-bagian), sintesis (menggabungkan dua atau lebih masalah dan menemukan solusinya) dan evaluasi (membuat suatu pertimbangan berdasarkan kriteria dan *standart* yang ada.

Tujuan evaluasi yaitu untuk mengetahui tingkat kesesuaian kegiatan yang telah dilaksanakan dengan pedoman yang ditetapkan atau untuk mengetahui tingkat kesenjangan anantara keadaan yang telah dicapai dengan keadaan yang dikehendaki atau seharusnya dicapai, sehingga bisa diketahui tingkat efektifitas dan efisiensi kegiatan yang dilakukan Harahap dan Effendy (2018).

Manfaat evaluasi Manfaat evaluasi penyuluhan pertanian diantaranya yaitu, (1) menentukan tingkat perubahan perilaku petani setelah penyuluhan dilaksanakan, (2) perbaikan program, sarana, prosedur, pengorganisasian petani

dan pelaksanaan penyuluhan pertanian, dan (3) penyempurnaan kebijakan penyuluhan pertanian. Manfaat evaluasi penyuluhan pertanian bermanfaat bagi kegiatan penyuluhan yang sedang berlangsung dan sudah berlangsung, diantaranya yaitu (1) untuk mengetahui sampai sejauh mana tujuan dari program yang dapat dicapai, (2) untuk mencari bukti, apakah perubahan-perubahan yang terjadi sesuai dengan sasaran yang diinginkan, (3) untuk mengetahui segala kegiatan yang dihadapi atau dijumpai berkaitan dengan pencapaian tujuan, (4) untuk mengukur keefektifan dan efisiensi metode atau sistem kerja penyuluhan pertanian yang dijalankan.

2.3.8 Pengetahuan

Taksonomi Bloom digunakan untuk menentukan level kognitif dalam menentukan materi, juga sebagai standar atas pencapaian hasil pembelajaran. Berdasarkan konsep taksonomi Bloom tingkatan pengetahuan terbagi atas 1) mengingat (*remembering*), merupakan tingkat berpikir paling rendah, 2) memahami (*understanding*), level ini pembelajar sudah bisa memahami sebuah konsep, 3) mengaplikasi (*applying*), pada tingkatan ini pembelajar sudah mampu melakukan atau menggunakan sebuah prosedur 4) menganalisis (*analysis*), merupakan level pemahaman, 5) mengevaluasi (*evaluating*), yaitu penilaian 6) mencipta (*creating*) yaitu, level tingkatan tertinggi dalam keterampilan kognitif. (Kreathwohl, 2002).

2.3.9 Sikap

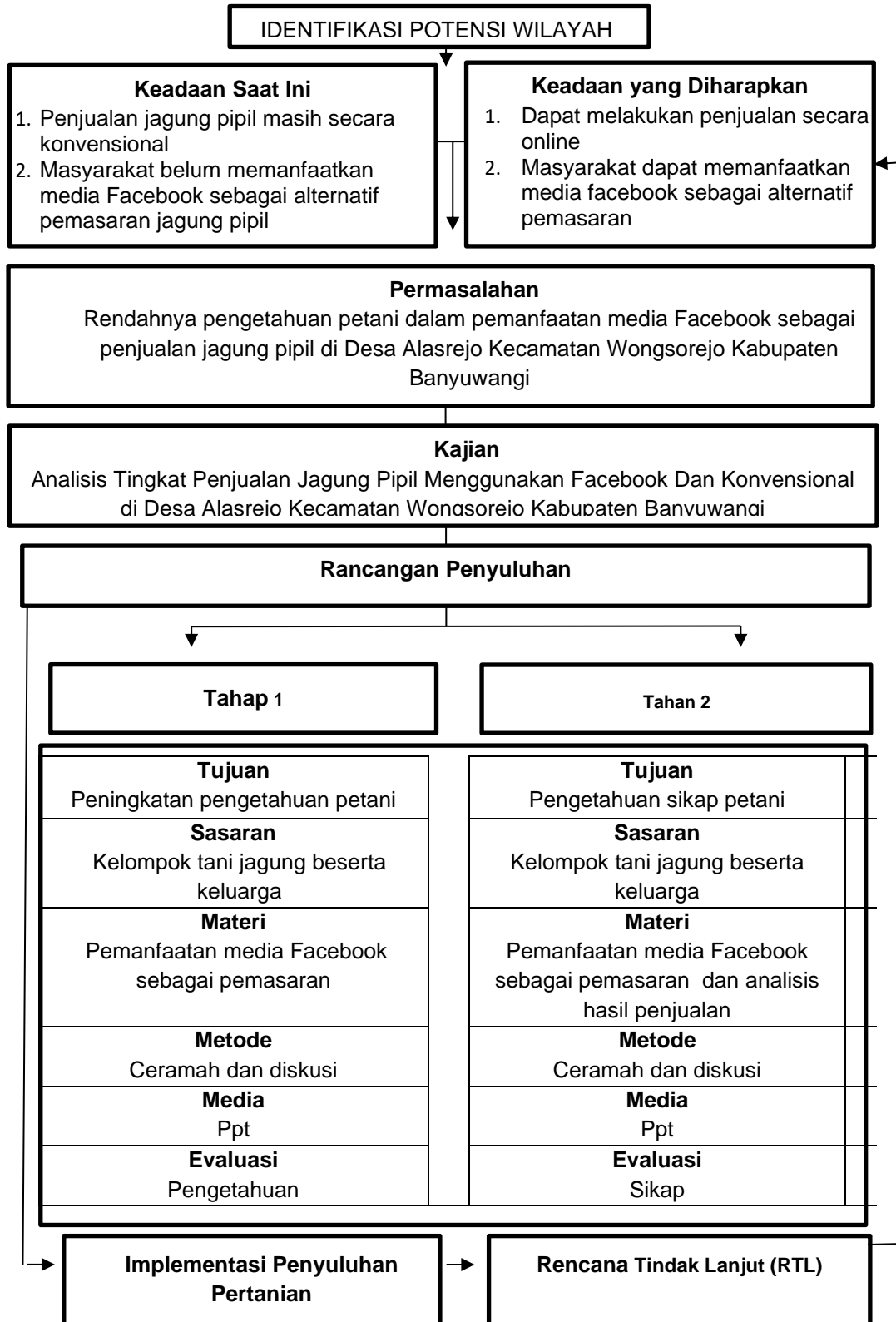
Menurut Notoadmodjo (2012), afektif meliputi perilaku yang mengarah pada cara penyesuaian diri, minat, emosi, perasaan, dan sikap. Adapun sikap terdiri dari 4 tingkatan, yaitu 1) Menyadari, 2) Merespon, 3) Menghargai (Menilai), 4) Tanggungjawab (karakteristik). Menurut Pasi (2019) sikap seseorang merupakan tanggapan atau proses terhadap suatu stimulus atau objek ketika masih tertutup terhadapnya. Berbeda dengan perilaku tertutup, sikap hanya

dapat diantisipasi sebelumnya. Sikap adalah bagaimana pendapat atau penilaian responden yang muncul karena adanya objek tertentu yang meliputi kode, ide, dan lain sebagainya dengan hasil yang positif atau negatif.

2.4 Kerangka Pikir

Penyusunan kerangka pikir dilakukan untuk merumuskan skema kegiatan yang akan dilakukan dalam proses penelitian agar proses penelitian dapat berjalan secara sistematis. Dari hasil identifikasi potensi wilayah, maka peneliti dapat mengetahui keadaan petani sekarang, kemudian peneliti melakukan perumusan masalah dan langkah yang harus diambil, sehingga diharapkan adanya perubahan pada keadaan saat ini tentunya bisa dikembangkan agar bisa menciptakan hasil sesuai harapan ataupun keinginan.

Kerangka pikir dalam penelitian yang saya lakukan adalah keadaan saat ini dengan keadaan yang diharapkan. Permasalahan yang menjadi latar belakang pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian yang dilakukan akan berkontribusi pada penyusunan rancangan penyuluhan. Setelah penyusunan rancangan penyuluhan dilakukan maka selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan penyuluhan, evaluasi penyuluhan pertanian serta rencana tindak lanjut yang berguna menjawab keadaan yang diharapkan. Kegiatan identifikasi potensi wilayah yang berada di Desa Alasrejo yang memiliki komoditas yang unggul di dalam budidaya tanaman jagung dan tentunya hasil yang sangat banyak ataupun berlimpah akan tetapi masih lemah dalam penjualan hasil panen yang mengakibatkan kerugian jika harga tidak sesuai harapan para petani di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. Berikut ini adalah kerangka pikir dalam penyusunan dan pelaksanaan rancangan penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Rancangan penyuluhan sebagai dasar penguat dalam perencanaan penyuluhan, rancangan penyuluhan disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan dilapangan yang diawali dengan melakukan IPW yaitu mengumpulkan data primer dari petani dan mengumpulkan data sekunder dari program penyuluhan, data profil Desa Alasrejo yang kemudian akan di evaluasi penelitian dan perbaikan kegiatan pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran. Berdasarkan kegiatan-kegiatan tersebut dapat dirumuskan rencana tidak lanjut yang diharapkan mampu merealisasikan kemudian keadaan yang diharapkan.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Lokasi dan Waktu

Kegiatan penelitian dan penyuluhan dilakukan di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur. Penentuan lokasi penelitian dengan *purposive sampling* atau sengaja dipilih dengan berdasarkan hasil identifikasi potensi wilayah (IPW).

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan bulan Maret sampai bulan Mei 2023. Kegiatan penelitian dimulai dengan menyerahkan surat izin penelitian ke Dinas pertanian dan pangan Kabupaten Banyuwangi, melakukan koordinasi dengan BPP Wongsorejo, melakukan pendekatan ke masyarakat setempat, menetapkan responden penelitian, melaksanakan kegiatan penyuluhan tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai pemasaran, mengumpulkan data, mengolah data, penulisan laporan sampai dengan penarikan kesimpulan.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Penetapan Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Penggunaan metode kuantitatif deskriptif ini ditentukan dengan melihat variabel penelitian dari masalah-masalah aktual dan fenomena yang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka yang memiliki makna. Tujuan metode ini yaitu untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu kejadian atau kejadian yang sedang terjadi saat ini dalam bentuk angka-angka yang relevan, maka digunakan penelitian deskriptif dengan metodologi kuantitatif (Rosliani, 2017).

3.2.2 Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah atau objek penelitian Supardi (2013). Adapun jumlah anggota kelompok tani Desa Alasrejo tersebut sebagai berikut :

Tabel 3.1 Jumlah Kelompok Tani di Desa Alasrejo

No	Kelompok tani	Jumlah anggota kelompok tani	Jumlah kelompok pangan
1	Arum Dalu	29	11
2	Barurejo	34	8
3	Harta Tani	27	5
4	Bungor	14	2
5	Katalas	21	6
6	Kepodang	49	12
7	Mekarsari	26	4
8	Araja agung	14	2
9	Semanggi	37	8
10	Unggul	31	7
11	Triwong jowo	61	18
12	Suber jaya	23	4
13	Sumer rejeki	15	3
14	Seumber rejo	103	46
15	Sumber hasil	80	22
16	Sumber makmur	51	13
17	Trebung makmur	45	9
Jumlah		660	180

Sumber : Programa Penyuluhan BPP Wongsorejo 2022

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 petani budidaya tanaman jagung yang tersebar di 17 kelompok tani, yang memiliki kriteria sasaran sesuai konteks penelitian seperti memiliki *smartphone* dapat mengoperasikan media sosial *facebook*, dan memiliki akun *facebook*.

b. Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel pada petani penjualan secara *facebook* dan konvensional menggunakan metode purposive sampling. Untuk petani *facebook* ditentukan 25% dari total populasi yang ada. Hal ini sesuai dengan apabila jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan. Namun jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya

Arikunto (2012). Jumlah sampel petani yang didapatkan yakni sebagai berikut:

$$n = 25 \% \times N$$

$$n = 25\% \times 180$$

$$n = 45$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh sampel sebanyak 45 orang yang menjadi sampel dalam penelitian penulis.

3.2.3 Variabel Penelitian

Kerlinger (1973) Menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipejari. Variabel penelitian berupa data penjualan selama 6 minggu setelah panen.

3.2.4 Jenis data

Jenis data yang akan ddigunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

a. Data primer

Data primer merupakan data inti yang pengambilannya dieperoleh secara langsung melalui pengisian kusioner dan wawancara kepada kelompok desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo. Kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dengan mendeskripsikan atau menggambarkan secara umum sehingga membentuk sebuah data primer

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dan pelengkap yang diperoleh dari berupa data Programa BPP, dan literatur pendukung dari beberapa jurnal.programa BPP,profil desa,buku-buku serta pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian yang akan dilaksanakan.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018) metode pengumpulan data penelitian menggunakan wawancara, pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah

mendapatkan data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian merupakan data primer dan sekunder, Teknik penelitian adalah data primer berupa wawancara terbuka kepada kelompok tani budidaya tanaman jagung pipil di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

3.2.6 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian ini adalah kegiatan untuk pengumpulan data. Pengumpulan data pada penelitian menggunakan instrumen penelitian dengan cara wawancara terstruktur untuk meminta tanggapan dari responden dengan wawancara terbuka, dengan pertanyaan sebagai berikut, berapa jumlah penjualan jagung pipil pada minggu pertama setelah panen sampai berapa jumlah penjualan jagung pipil pada minggu keenam setelah panen.

Mengutip dari Efendi (2017) ranah kognitif pengetahuan dari teori taksonomi bloom tertera dalam tabel berikut :

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Evaluasi Penyuluhan Pegetahuan

Kategori	Penjelasan	Kerja kunci
Mengetahui	Kemampuan menyebutkan kembali informasi / Pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan. Contoh: menyebutkan arti Taksonomi	Mendefinisikan, menyusundaftar, menjelaskan, mengingat,mengenal,menemukan kembali,menyatakan, mengulang,mengurutkan,menamai,menempatkan,menyebutkan
Memahami	Kemampuan memahami instruksi dan menegaskan pengertian/makna ide atau konsep yang telah di ajarkan baik dalam bentuk lisan, tertulis, maupun grafik/diagram Contoh : Merangkum materi yang telah diajarkan dengan kata-kata sendiri.	Menerangkan, menjelaskan, menterjemahkan, menguraikan, mengartikan, menyatakan kembali, menafsirkan, menginterpretasikan, mendiskusikan, menyeleksi, mendeteksi,melaporkan, menduga, mengelompokkan,
Menerapkan	Kemampuan melakukan sesuatu dan mengaplikasikan konsep dalam situasi tetentu. Contoh: Melakukan proses pembayarangaji sesuai dengan sistem berlaku.	Memilih, menerapkan, melaksanakan, mengubah, menggunakan,mendemonstrasikan, memodifikasi,memula menginterpretasikan, menunjukkan, membuktikan, menggambarkan, mempraktekkan,mengoperasikan, menjalankan, memprogramkan.
Menganalisis	Kemampuan memisahkan konsep kedalam beberapa komponen dan mnghubungkan satusama lain untuk memperoleh pemahaman atas konsep tersebut secara utuh. Contoh: Menganalisis penyebab	Mengkaji ulang, membedakan, membandingkan, mengkontraskan, menghubungkan, menunjukkan hubungan antara variabel, memecah menjadi beberapa bagian, menyisahkan, struktur, menduga, mempertimbangkan mempertentangkan,

Kategori	Penjelasan	Kerja kunci
Mengevaluasi	meningkatnya harga pokok penjualan dalam laporan keuangan dengan memisahkan komponen- komponennya Kemampuan menetapkan derajat sesuatu berdasarkan norma,kriteria atau patokan tertentu Contoh: Membandingkan hasil ujiansiswa dengan kunci jawaban.	menata ulang, mencirikan,mengubah Mengkaji ulang, mempertahankan, menyeleksi, mempertahankan, mengevaluasi, mendukung, menilai, menjustifikasi, mengecek, mengkritik, memprediksi, membenarkan, menyalahkan.
Menciptakan/membuat	Kemampuan menciptakan sesuatu yang akan dilakukan yang telah ada dan dikembangkan	Mengatur,merancang,meningkatkan,meperjelas,menyiapkan,membatas,memadukan,membenarkan,mengumpulkan

Sumber Data: Data diolah 2023

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor penjualan dan emosi yang bersangkutan dengan menetapkan indikator-indikator untuk mengukur evaluasi sikap petani sebagai berikut:

Tabel 3.3 Instrumen Evaluasi Penyuluhan Sikap Petani

Variabel	Tingkatan	Definisi Operasional
Sikap Petani	Menerima	merupakan seseorang atau subjek yang mau menerima dan memperhatikan stimulus yang diberikan terhadap materi penyuluhan pemanfaatan <i>facebook</i> sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
	Merespon	Merespon dapat diartikan memberikan sebuah jawaban atau tanggapan terhadap pertanyaan yang diberikan terhadap materi pemanfaatan <i>facebook</i> sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
	Menghargai	Menghargai merupakan seseorang (subjek) yang memberikan nilai yang positif terhadap stimulus atau objek tertentu terhadap materi pemanfaatan <i>facebook</i> sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
	Bertanggung jawab	Bertanggung jawab dapat diartikan segala sesuatu yang telah dipilih berdasarkan keyakinan dan harus berani mengambil resiko terhadap materi penyuluhan <i>facebook</i> sebagai alternatif pemasaran jagung pipil

Sumber: Data diolah, 2023

3.2.7 Biaya Jagung

Biaya usahatani identik dengan penjualan petani dalam setiap usaha atau penjualan petani dalam mengelolah hasil pertanian atau pengeluaran petani dalam usaha pertanian. Biaya usahatani merupakan segala pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk dalam suatu periode produksi. Untuk menghitung total biaya produksi usahatan digunakan rumus:

$$TC = TVC + TFC$$

Keterangan:

TC = Total Biaya (Rp/Ha)

TVC = Total Biaya Variabel (Rp/Ha)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp/Ha) (Noor, 2007)

3.2.8 Penerima Harga jagung Pipil

Penerimaan usahatani merupakan total pemasukan harga yang diterima petani atau produsen dari kegiatan produksi yang telah dilaksanakan dan sudah menghasilkan uang yang belum dikurangi oleh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi pertanian (Husni & Maskan, 2014). Adapun rumus atau perhitungan yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan total (Rp/Ha)

P = Harga Jual (Rp/Kg)

Q = Jumlah Produksi (Kg/Ha) (Mulyadi, 2007)

3.2.9 Penjualan jagung pipil

Penjualan merupakan selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang digunakan selama proses produksi dalam kegiatan pertanian

seperti (biaya pembelian pupuk, benih, obat-obatan dan tenaga kerja) (Syafruwardi, 2012). Adapun rumus yang digunakan dalam penjualan usaha tani seperti berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan Rumus:

π = Penjualan (Rp/Ha)

TR = *Total Revenue*/ Total Penerimaan (Rp/Ha)

TC = *Total Cost*/ Biaya Total (Rp/Ha) (Noor, 2007)

3.3 Uji T Berpasangan

Analisis data yang digunakan pada penelitian menggunakan uji-t Berpasangan (*paired t-test*). Uji-t berpasangan merupakan salah satu metode pengujian hipotesis dimana data yang digunakan berpasangan. Sampel berpasangan merupakan subjek yang sama, tapi mengalami perlakuan yang berbeda. Model uji beda digunakan untuk menganalisis model penelitian sebelum dan sesudah. Menurut Widiyanto, *paired sampel t-test* merupakan salah satu metode pengujian yang digunakan untuk mengkaji keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan rata-rata sesudah diberikan perlakuan. Yang dimaksud sampel berpasangan adalah penelitian menggunakan sample yang sama, tetapi pengujian yang dilakukan terhadap sampel tersebut duakali dalam waktu yang berbeda atau dengan interval waktu tertentu. Dasar pengambilan putusan untuk menerima atau menolak H_0 pada uji ini adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a diterima ditolak (perbedaan kinerja tidak signifikan).
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a diterima ditolak (perbedaan kinerja tidak signifikan). Pengujian ini untuk membuktikan apakah sampel penelitian sebelum dan setelah perlakuan memiliki rata-raa yang

berbeda secara signifikan atau tidak.

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata penjualan antara penjualan jagung pipil menggunakan *facebook* dan konvensional. Analisis data adalah proses pengolahan data yang telah diperoleh sehingga menjadi sebuah informasi yang bermanfaat. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut kuantitatif deskriptif yang tujuannya untuk mengetahui perbedaan sampel dua populasi yang sama. Menggunakan uji T berpasangan. Perhitungan analisis dilakukan dengan menggunakan *Excel*.

Adapun Rumus uji T yang digunakan :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

X_1 = Rata-rata penjualan *Facebook* (Rp/Ha)

X_2 = Rata-rata penjualan konvensional (Rp/Ha)

S_1^2 = Keragaman penjualan usahatani dengan *Facebook* (Rp/Ha)

S_2^2 = Keragaman penjualan konvensional (Rp/Ha)

n_1 = Jumlah petani *facebook*

n_2 = jumlah petani konvensional

3.4 Penetapan penyusunan perencanaan penyuluhan

3.5.1 Penetapan Tujuan Penyuluhan

Tujuan perencanaan penyuluhan dilakukan melalui (1) menganalisis hasil identifikasi potensi wilayah (2) melakukan identifikasi permasalahan sesuai hasil penelitian (3) menggunakan kaidah *smart* (*Specific, Measurable, Actionary, Realistic, Time Frame*) dalam menyusun perencanaan penyuluhan. Adapun rumusan yang terdapat dalam kaidah SMART yaitu a) *Specific* (khusus), penyuluhan yang bermaksud terfokus pada satu topik yang diambil, b) *Measurable* (dapat diukur), penyuluh yang akan dilakukan dapat diukur dan memiliki suatu pencapaian, c) *actionary* (dapat dikerjakan/dilakukan), tujuan

kegiatan penyuluhan yang diyakinin dapat direalisasikan dan diterapkan oleh anggota kelompok tani, d) *Realitic* (realistis), penyuluhan yang dilakukan memiliki tujuan yang masuk akal yaitu mengetahui peningkatan pengetahuan petani tentang perbandingan analisis tingkat penjualan menggunakan *facebook* dan konvensional, e) *Time frame* (memiliki batasan waktu untuk mencapai tujuan), pelaksanaan penyuluhan untuk merealisasikan tujuan yang dicapai memiliki batasan waktu sampai dengan pengisian kusioner *post test*.

3.5.2 Penetapan sasaran penyuluhan

Penetapan sasaran dalam penyuluhan bertujuan untuk menentukan siapa yang akan diberikan manfaat penyuluhan pertanian. Sasaran penyuluhan dalam penelitian ditetapkan sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Adapun langkah-langkah dalam menetapkan sasaran yakni 1) menganalisis hasil identifikasi potensi wilayah, 2) mengidentifikasi adat istiadat, budaya, dan kebiasaan sasaran, 3) melakukan pemetaan sasaran berdasarkan potensi, permasalahan dan pemecahan masalah 4) penetapan sasaran penyuluhan.

3.5.3 Penetapan Materi Penyuluhan

Penetapan materi penyuluhan memiliki tujuan untuk menentukan suatu hal (pesan) yang akan disampaikan kepada sasaran pada kegiatan penyuluhan pertanian. Penetapan materi penyuluhan dilakukan dengan cara sebagai berikut: 1) menganalisis hasil identifikasi potensi wilayah, 2) Melakukan identifikasi permasalahan sesuai dengan hasil penelitian 3) Menetapkan materi penyuluhan, 4) Menganalisis karakteristik inovasi, 5) Mencari sumber informasi mengenai materi terkait.

Menurut Roger (1983), karakteristik inovasi dibagi menjadi lima karakteristik yaitu: (a) Keunggulan relatif (*relative advantage*) yaitu derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik/unggul dari yang pernah ada sebelumnya, (b) kompatibilitas (*compatibility*) yaitu derajat dimana suatu inovasi

tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi, (c) kerumitan (*complexity*) yaitu derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan, (d) kemampuan diuji cobakan (*trialability*) yaitu derajat dimana suatu inovasi dapat diujicoba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diuji cobakan dalam tempat sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi, (e) kemampuan diamati (*observability*) yaitu derajat dimana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain.

3.5.4 Penetapan Media Penyuluhan

Media penyuluhan yang dipilih berdasarkan pertimbangan pada sasaran penyuluhan, kondisi lingkungan, materi penyuluhan serta metode penyuluhan yang digunakan. Pemilihan media penyuluhan ini agar mempermudah penyampaian materi penyuluhan, adapun matriks pengambilan keputusan penentuan jenis media yang dipakai, antara lain (1) melakukan IPW, (2) menganalisis karakteristik kelompok tani, (3) menganalisis karakteristik inovasi materi yang akan diberikan, dan (4) menetapkan metode penyuluhan. Penetapan metode penyuluhan pertanian bertujuan untuk menentukan teknik penyampaian pesan penyuluhan pertanian kepada sasaran penyuluhan pertanian.

3.5.5 Metode Evaluasi

Model evaluasi penyuluhan yang digunakan pada penelitian adalah dengan evaluasi hasil (sumatif). Evaluasi sumatif dilakukan dengan alur menetapkan tujuan evaluasi, menetapkan skala pengukuran, menetapkan instrumen evaluasi dan analisis data evaluasi. Tujuan evaluasi yang ditetapkan adalah mengetahui pengetahuan dan sikap kelompok tani di Kecamatan Wongsorejo terhadap. Skala pengukuran yang akan digunakan adalah skala likert karena untuk menilai pengetahuan dan sikap. Penetapan instrumen evaluasi dilakukan dengan menguji instrumen melalui uji validitas dan

reliabilitas. Analisis data evaluasi dilakukan dengan statistika deskriptif dengan persebaran garis kontinum. Berikut tahapan- tahapan evaluasi hasil yang dilaksanakan :

1. Pelaksanaan wawancara terstruktur untuk mengetahui pengetahuan dan sikap yang sudah valid serta reliabel.
2. Data yang diperoleh dari hasil wawancara di tabulasikan lalu dianalisis dan dideskripsikan untuk kemudian disimpulkan. Adapun Hasil dari evaluasi digunakan bertujuan untuk mengetahui pengetahuan dan sikap kelompok tani di Desa Alasrejo

3.5.6 Metode Pelaksanaan Penyuluhan

Penyuluhan dilaksanakan di Kecamatan Wongsorejo dengan waktu atau jadwal penyuluhannya disepakati bersama sasaran, dengan membahas materi yang telah disiapkan guna mengatasi masalah yang ada. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk melaksanakan penyuluhan:

1. Menyiapkan segala hal yang diperlukan (media, materi, lokasi, waktu, undangan, berita acara, daftar hadir, dll) yang menunjang kegiatan penyuluhan.
2. Melakukan koordinasi dengan pembimbing eksternal terkait pelaksanaan penyuluhan yang akan dilakukan.
3. Melakukan penyuluhan yang diselaraskan dengan format yang tertera dalam LPM (lembar Persiapan Menyuluh).

3.6 Metode Implemetasi/ Uji Coba Rancangan Penyuluhan

3.6.1 Persiapan Penyuluhan Pertanian

Kegiatan persiapan dalam penyuluhan pertanian dilakukan dengan 1) melakukan koordinasi perizinan dengan *stakeholders* terkait, 2) menetapkan lokasi dan waktu pelaksanaan penyuluhan, dan 3) menyiapkan dan menyusun Lembar Persiapan Menyuluh (LPM), sinopsis, daftar hadir dan berita acara

penyuluhan. Kegiatan tersebut guna memudahkan dalam kegiatan yang sedang atau akan berlangsung di Desa Alasrejo.

3.6.2 Pelaksanaan Penyuluhan Pertanian

Kegiatan penyuluhan pertanian dilaksanakan berdasarkan rancangan penyuluhan yang sudah dibuat. Pelaksanaan penyuluhan dilaksanakan dengan beberapa cara seperti: 1) memberikan arahan kepada peserta penyuluhan, 2) memberikan daftar hadir yang sudah dibuat kepada sasaran penyuluhan 3) menyampaikan materi yang sudah ditetapkan secara sistematis sesuai dengan LPM. Kegiatan tersebut guna memudahkan dalam kegiatan yang sedang atau akan berlangsung di Desa Alasrejo.

3.6.3 Evaluasi Penyuluhan Pertanian

Pelaksanaan evaluasi penyuluhan dilaksanakan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dilakukan. Evaluasi penyuluhan ditujukan kepada seluruh responden yang telah menerima materi penyuluhan. Implementasi evaluasi penyuluhan pertanian dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut 1) memberikan pengarahannya pengisian kuisisioner, 2) melakukan penyebaran kuisisioner yang telah valid dan reliabel, 3) melakukan pengumpulan dan tabulasi data hasil dari pengisian kuisisioner, 4) melakukan analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas 5) penetapan hasil evaluasi.

3.7 Batasan Istilah

1. Tingkatan penjualan adalah untuk mengukur keberhasilan dalam penjualan jagung pipil
2. Jagung pipil kering adalah jagung yang telah dipisahkan dari tongkolnya setelah melakukan pengeringan
3. *Facebook* dimanfaatkan sebagai penjualan jagung pipil dapat dijangkau oleh orang banyak dan bisa menjual langsung kepada konsumen

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Identifikasi Potensi Wilayah

4.1.1 Gambaran Geografis

Secara geografis pada gambar peta di lampiran 1 dari hasil observasi sumber profit desa dan peta desa dengan pengamatan langsung, Desa Alasrejo terdiri dari dua Dusun Alasmalang dan Dusun Kebunrejo yang mana masuk dalam Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi dengan batasan-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Sumber Anyar dan Desa Sumber Kencono

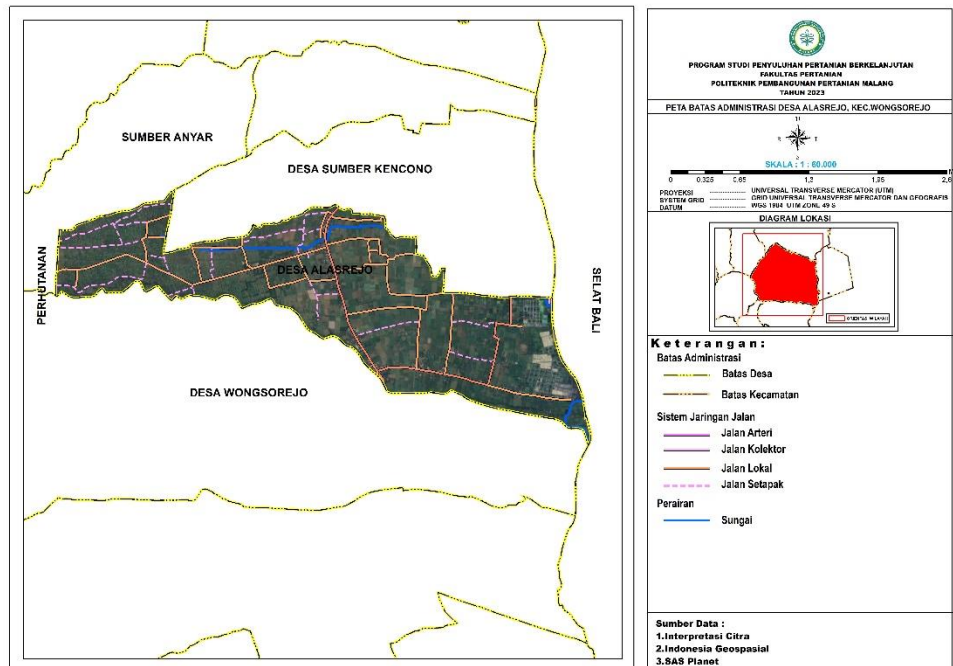
Sebelah Barat : Perhutatan

Sebelah Selatan : Desa Alasrejo

Sebelah Timur : Selat Bali

Luas Wilayah desa Alasrejo adalah 1026 Ha yang terdiri dari lahan tagal 672 Ha, pekarangan 73, lain-lain 281 Ha. Desa Alasrejo memiliki dua Dusun yaitu Dusun Alasmalang dan Dusun Kebunrejo, berdasarkan letak georgafis, wilayah Desa Alasrejo merupakan daerah dataran rendah. Sedangkan ketinggian rata-rata dari permukiman air laut \pm 400 mdpl, dengan keadaan suhu rata-rata berkisar 23-33 °C. Curah hujan rata-rata debit tiap tahun berkisar 184 mm (satuan gelas ukur), dengan demikian kondisi alam Desa Alasrejo adalah daerah kering terutama di musim kemarau. Kondisi tanah wilayah di Desa Alasrejo aluvial berpasir yakni lempung berpasir dengan kandungan pasir berkisar kurang lebih 20%. Desa Alasrejo terletak di pesisir pantai yang mana ada sebagian wilayah timur desa digunakan sebagai tambak IBM yang didominasi tambak udang dan mayoritas penduduk Desa Alasrejo adalah Petani, Petani Desa Alasrejo budidaya pangan yaitu tanaman jagung adalah budidaya paling unggul yang mana banyak petani jagung. Berikut merupakan letak Desa Alasrejo pada

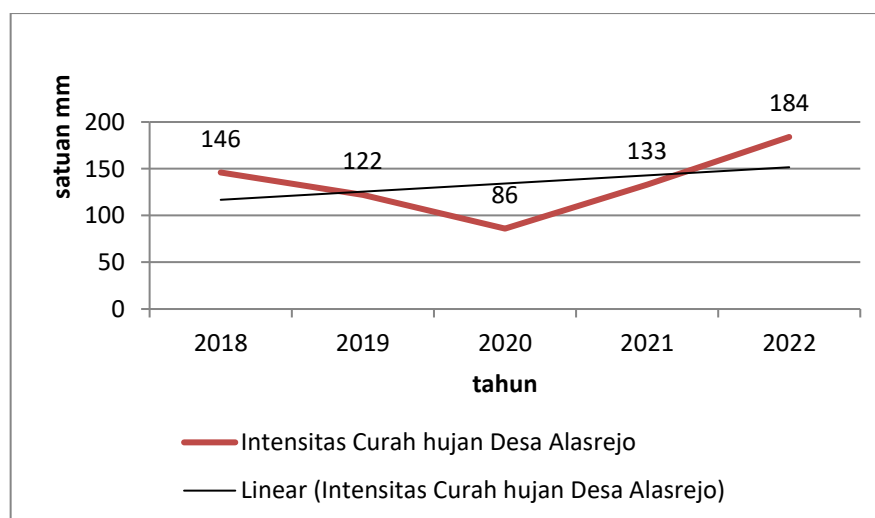
Gambar 4.1 dibawah ini :



Gambar 4.1 Batas Administrasi Desa Alasrejo

4.1.2 Curah Hujan

Hujan adalah sumber utama air tawar disebagian besar daerah Indonesia bahkan dunia yang dimana memberikan pengaruh besar terhadap sebuah ekosistem khususnya ekosistem alam pertanian. Intensitas curah hujan dalam setiap tahun di wilayah Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi yang di sajikan dalam gambar 4.2 di bawah ini:

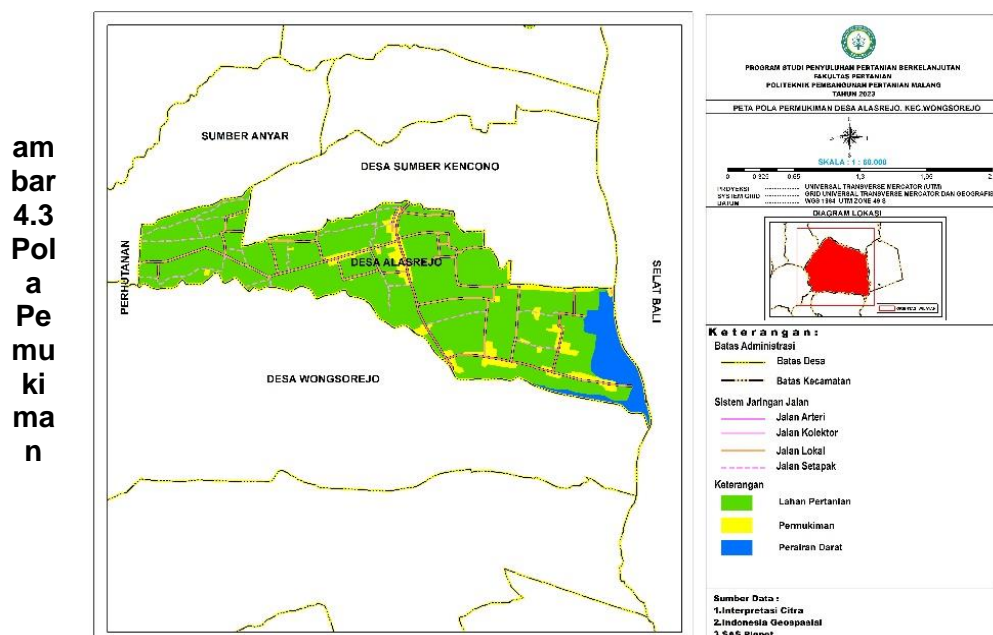


Gambar 4.2 Data Curah Hujan Tahun 2022

Dari data tersebut diatas dapat kita lihat pada tahun terakhir ini jumlah curah hujan rata-rata 184.7 mm semakin tinggi. Hal ini sangat mendukung kegiatan usaha budidaya pertanian tanaman jagung di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. Menurut Suhatono (2008) air juga berfungsi sebagai stabilisator suhu tanaman, mengingat pentingnya peran air pada tanaman jagung Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo, maka untuk tanaman yang mengalami kekurangan air dapat berakibat pada terganggunya proses metabolisme tanaman, yang akhirnya berpengaruh pada laju pertumbuhan dan perkembangan tanaman khususnya pada fase vegetatif tanaman jagung.

4.1.3 Pola Pemukiman

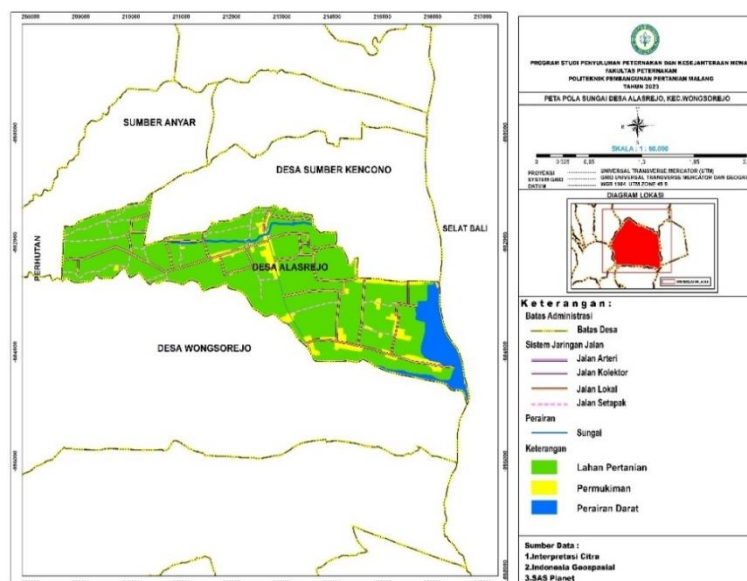
Pemukiman adalah tempat bermukim manusia yang telah disiapkan secara matang dan menunjukkan suatu tujuan yang jelas , sehingga memeberi kepada penghuninya. Pola persebaran pemukiman penduduk dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu pola pemukiman menyebar, memusat dan memanjang. Berikut merupakan pola pemukiman di Desa Alasrejo pada gambar 4.3 :



Menurut Sadana (2014) perbedaan nyata antara permukiman dan perumahan terletak pada fungsinya. Pada kawasan permukiman, lingkungan memiliki fungsi ganda yaitu sebagai tempat tinggal dan sekaligus tempat mencari nafkah bagi sebagian penghuniannya. Pada perumahan, lingkungan hanya berupa sekumpulan rumah yang berfungsi sebagai tempat tinggal bagi para penghuninya. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa wilayah Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo dengan pola pemukiman seperti itu merupakan bentuk potensi dalam melakukan budidaya tanaman jagung, mengingat bahwa kemampuan intelektual, kepribadian, gaya hidup dan akses jalan pun merata disetiap petani hampir sama, hal tersebut memudahkan untuk petani dalam proses adopsi inovasi percepatan produktivitas tanaman jagung.

4.1.4 Pola Sungai

Sungai adalah saluran terbuka yang terbentuk secara alami atas permukaan, tidak hanya menampung air tetapi juga mengalirkannya dari bagian hulu menuju kebagian hilir dan muara. Berikut pola dan panjang sungai di Desa Alasrejo pada Gambar 4.4 sebagai berikut :



Gambar 4.4 Pola Sungai Alasrejo

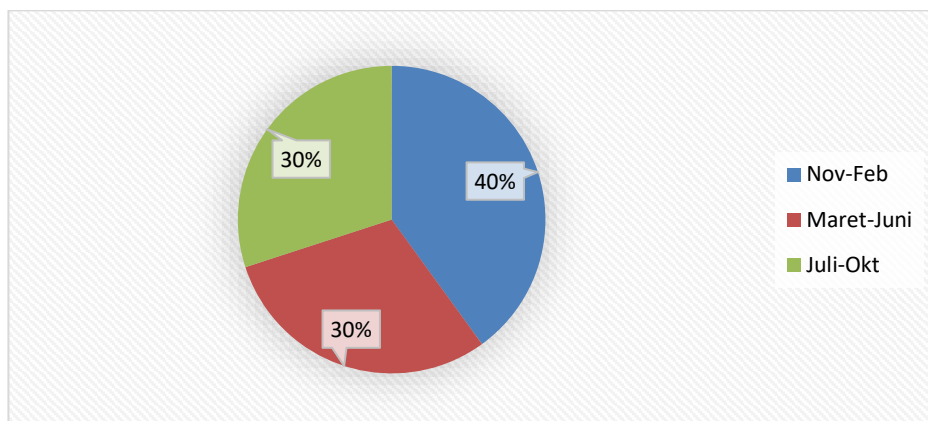
Menurut Kodoatie dan Sugiyanto (2002) mendefinisikan daerah aliran sungai (DAS) sebagai suatu kesatuan daerah/wilayah/kawasan tata air yang terbentuk secara alamiah dimana air tertangkap (berasal dari curah hujan), dan akan mengalir dari daerah/wilayah/kawasan tersebut menuju ke arah sungai dan sungai yang bersangkutan disebut juga Daerah Pengaliran Sungai (DPS) atau Daerah Tangkapan Air (DTA). Pada gambar 4.3 tersebut bahwa wilayah Desa Alasrejo memiliki pola aliran sungai dendrik dan pola trellis, dimana dalam geografis pertanian pola aliran sungai seperti ini berada mengikuti aliran sungai induk.

Pada gambar diatas menyesuaikan kondisi di lapangan yang dimana sebagai budidaya tanaman pangan membutuhkan aliran sungai yang selalu ada debitnya dengan kondisi alam dan lingkungannya. Petani Desa Alasrejo sebagian besar selalu mengandalkan aliran air irigasi untuk proses pengolahan lahan, penanaman, hingga masa vegetatif tanaman jagung baik secara proses konvensional maupun secara modern.

4.1.5 Jadwal Tanam

Tanaman jagung tumbuh di dataran rendah yang tingginya mencapai sekitar 1200 meter dpl. Tanaman jagung memerlukan media tanah lempung, lempung berpasir, tanah vulkanik yang subur, gembur, kaya bahan organik, serta perlu sinar matahari minimal 8 jam per hari, suhu udara 20-33 derajat celsius, curah hujan sedang, ph tanah 5,5-7 dan memiliki drainase yang baik. Di Desa Alasrejo didominasi dengan budidaya tanaman jagung yang memiliki jadwal tanam 3 kali dalam satu tahun. Jadwal tanam merupakan kegiatan pengaturan penggunaan lahan pertanaman dalam kurun waktu tertentu, jadwal tanam memiliki tujuan untuk memanfaatkan persediaan air irigasi seefektif agar tanaman dapat tumbuh dengan baik. Adanya jadwal tanam memudahkan petani dalam kegiatan menanam khususnya menanam atau budidaya tanaman jagung yang

menjadi tanaman unggul yang banyak di budidayakan oleh masyarakat Desa Alasrejo. Adapun Jadwal tanam Desa Alasrejo disajikan pada gambar 4.5 berikut:

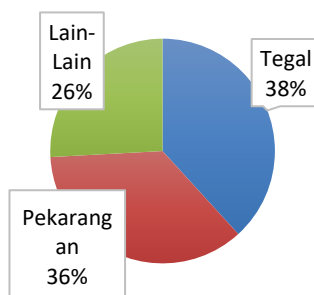


Gambar 4.5 Jadwal Tanam Jagung Desa Alasrejo

Desa Alasrejo dalam budidaya tanaman di beberapa kelompok masih mengandalkan sistem irigasi tadah hujan, jadi kebanyakan usaha taninya adalah tanaman jagung. Pada gambar 4.4 menunjukkan bahwa ada 3 jadwal tanam yang dilaksanakan yaitu bulan november-februari adalah musim tanam pertama, bulan maret-juni musim tanam kedua dan bulan juli-oktober musim tanam ketiga.

4.1.6 Luas Lahan Menurut Ekosistem dan Penggunaanya

Tanah merupakan satu faktor utama di kehidupan yang berguna untuk tempat tumbuhnya tanaman dan kegiatan berusahatani secara keseluruhan. Salah satu wilayah di Kecamatan Wongsorejo yang memiliki tata guna lahan pertanian yaitu Desa Alasrejo. Secara umum pengguna tanah yang ada di wilayah Desa Alasrejo untuk bisa dilihat pada gambar 4.6:



Gambar 4.6 Penggunaan Luas Lahan

Penggunaan lahan sebagai area pertanian lebih luas jika dibandingkan dengan area lain dikarenakan rata-rata penduduk di wilayah Desa Alasrejo bermata pencaharian sebagai petani, sehingga sebagian besar lahan tersebut diolah dan dijadikan sebagai tempat untuk melakukan budidaya berbagai komoditas pertanian. Tegal dan Pekarangan masih sangat banyak di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo, maka dari itu banyak para petani memanfaatkan SDA tersebut untuk bertani khususnya tanaman jagung.

4.1.7 Kelembagaan Desa Alasrejo

Kondisi kelembagaan perlu dikaji untuk mengetahui sejauh mana potensi yang bisa dikembangkan pada setiap kelembagaan untuk bersinergi dan bekerja sama untuk meningkatkan kesejahteraan Desa Alasrejo. Maka dari itu diperlukan peran kelembagaan yang aktif dan bisa menyelesaikan permasalahan dengan baik. Berikut tabel 4.1 dibawah ini merupakan peran kelembagaan yang aktif dalam mendukung kegiatan Desa Alasrejo:

Tabel 4.1 Kelembagaan Desa Alasrejo

Lembaga	Potensi	Kegiatan
Pos Penyuluhan Desa (Posluhdes) Alasrejo	Bisa menjangkau untuk kegiatan penyuluhan pertanian mengatasi masalah dalam bertani	Mengadakan kegiatan penyuluhan
Kelompok Tani (Poktan)	Mewujudkan kegiatan penyuluhan tingkat dusun Sarana untuk belajar bertani	Melakukan fungsi kelompok (wahana kerjasama, kelas belajar, unit produksi)
Toko PUPUK	Distribusi pupuk menjadi mudah Menjadikan harga pupuk menjadi terjangkau oleh petani.	Berkaitan dengan penjualan pupuk, obat dan vitamin tanaman

Sumber: Pemdes Desa Alasrejo & Programa Penyuluhan BPP Wongsorejo, 2023

Dari tabel diatas merupakan bentuk kelembagaan Desa Alasrejo yang mampu menunjang petani dalam melakukan usaha taninya khususnya dalam peningkatan produktivitas dalam budidaya tanaman jagung yang mampu

memfasilitasi atau menjembatani keperluan yang dibutuhkan oleh petani. Organisasi kelembagaan adalah kesatuan yang memungkinkan para petani mencapai satu atau beberapa tujuan yang tidak dapat dicapai individu secara perorangan (Zakaria, 2009).

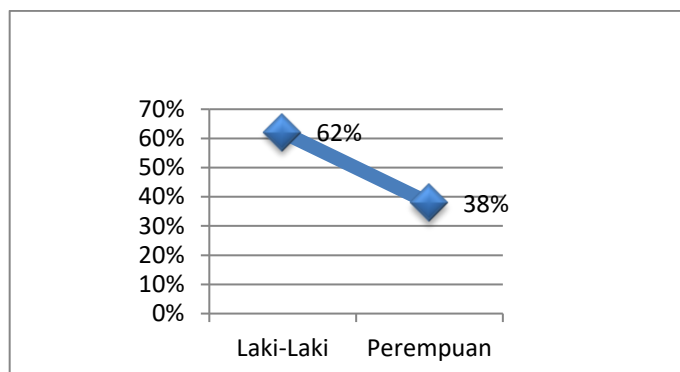
Peran lembaga sangat diperlukan petani dalam setiap tahapan melaksanakan usaha tani khususnya pada pola usaha tani (Jagung-jagung) setiap tahunnya, menjawab permasalahan yang ada dan menjadi tolak ukur petani dalam menentukan kegiatan kedepannya adalah tujuan dari setiap elemen lembaga. Menurut Sawitri (2019) kelompok tani, himpunan dan asosiasi petani dalam mengakses bantuan baik dari pemerintah maupun swasta merupakan indikator pertama atau paling kuat yang sangat berpengaruh dalam merefleksikan perubahan kemampuan dalam memecahkan masalah dan dapat memberikan informasi yang sangat dibutuhkan petani.

4.1.8 Jumlah Penduduk

A. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Sebagai kehidupan bersosial, perempuan dan laki-laki mempunyai identitasnya sendiri sesuai dengan tuntutan atau bagaimana suatu masyarakat memandang jenis kelamin tertentu, dalam sosiologi juga dikenal dengan feminitas dan maskulinitas. Feminitas merupakan bagaimana masyarakat memandang perempuan, sedangkan maskulinitas yaitu bagaimana masyarakat memandang laki-laki. Eksistensi perempuan dalam sosial masyarakat menempati posisi sentral. Terutama, menjadi aktor yang bertanggung jawab dalam pengelolaan ekonomi keluarga. Dalam realita kehidupan modern saat ini, perempuan tidak hanya sekedar memiliki peran pasif terhadap pengelolaan perekonomian keluarga. Adanya Penduduk setiap wilayah memiliki jumlah bahkan jenis yang berbeda-beda. Berdasarkan data profil desa Alaserjo, jumlah

penduduk Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo berdasarkan jenis kelamin pada tahun 2022 pada gambar 4.7 berikut :



Gambar 4.7 Jumlah penduduk menurut Jenis Kelamin tahun 2022

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa jumlah penduduk 5755 jiwa dengan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan ada perbedaan nyata, hal ini cukup mendukung kegiatan pertanian di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo karena hal ini sesuai kondisi di lapangan yang dimana dalam budidaya laki-laki berperan peting dalam budidaya tanaman jagung, namun para wanita juga ikut terjun langsung dalam melaksanakan usaha taninya dari awal menanam hingga panen tiba, semua dilakukan secara bersamaan tidak memandang gender lagi, namun dari sini yang membedakan adalah hasil upah yang didapatkan setiap masing-masing jenis kelamin berbeda dalam hasil observasi didapat bahwa upah harian kerja setara pria di Desa Alasrejo untuk perempuan 80 ribu sedangkan laki-laki 110 ribu per maret 2023, tentunya laki-laki mengambil upah lebih banyak dari pada perempuan.

Menurut Listiani (2002) untuk memberikan kesetaraan tenaga kerja perempuan dalam konsep kerja bukan masalah mengejar kepentingan dari segi ekonomis atau peningkatan penjualan, tetapi bertujuan untuk meningkatkan partisipasi atau peranan perempuan dalam masyarakat Desa Alasrejo dengan penerapan pemilik lahan mengambil tenaga perempuan sebagai bentuk gotong royong dengan prinsip semua mengambil peran masing-masing dalam

melaksanakan usaha tani tanaman jagung di Desa Alasrejo sesuai dengan tupoksinya.

B. Penduduk Berdasarkan Umur

Umur merupakan lama waktu semenjak seseorang dilahirkan dan dinyatakan dengan satuan tahun. Adapun distribusi data karakteristik umur penduduk Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo bisa dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Data penduduk berdasarkan umur di Desa Alasrejo

No	Umur (Tahun)	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1	0 – 1 (bayi)	282	60
2	2 – 10 (anak-anak)	563	186
3	11 – 19 (remaja)	834	402
4	20 – 60 (dewasa)	1.154	966
5	>60 (lansia)	734	567
Total		3.574	2.181

Sumber Data: Profil Desa Alasrejo, 2022

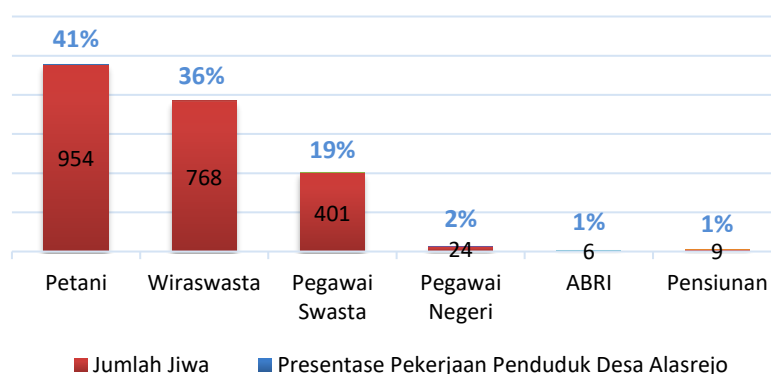
Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa umur penduduk di Desa Alasrejo termasuk dalam kategori dewasa dengan rentang umur 20-60 tahun atau 40% dari total populasi penduduk di Desa Alasrejo. Pada kategori tersebut termasuk kategori umur yang produktif, dalam ketegori umur produktif merupakan kategori yang berpotensi dalam menerima inovasi baru serta menandakan adanya kematangan dalam berpikir serta mengambil keputusan serta mampu untuk menerima serta melakukan hal baru sehingga bisa menghasilkan sesuatu.

Umur berkaitan dengan pengalaman dan kematangan petani dalam melakukan usahatani. Umur juga akan mempengaruhi kemampuan fisik dan respon terhadap hal-hal baru dalam melakukan usahatani. Adanya kecenderungan bahwa petani muda lebih cepat mengadopsi suatu inovasi karena petani muda mempunyai semangat untuk mengetahui dan mencari tahu apa yang belum diketahuinya. Semakin tua umur petani juga semakin menurunkan kemampuan fisik petani dalam melakukan usahatani.

Salah satu indikator dalam menentukan produktivitas kerja dalam melakukan pengembangan usaha adalah tingkat umur, dimana umur petani yang berusia relatif muda lebih kuat bekerja, cekatan, mudah menerima inovasi baru, tanggap terhadap lingkungan sekitar bila dibandingkan tenaga kerja yang sudah memiliki usia yang relatif tua sering menolak inovasi baru (Soekartawi, 2001). Berdasarkan uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa petani di Desa Alasrejo di dominasi oleh usia produktif baik pada penduduk laki-laki ataupun perempuan sehingga mudah dalam menerima inovasi baru terkait analisis usahatani serta penggunaan sistem budidaya tanaman jagung dalam rangka meningkatkan penjualan petani di Desa Alasrejo.

C. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata pencaharian merupakan kegiatan bekerja yang dilakukan oleh penduduk yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Mata pencaharian penduduk Desa Alasrejo didominasi dengan pekerjaan di bidang pertanian, kemudian diikuti dengan pekerjaan sebagai pedagang. Adapun distribusi karakteristik penduduk Desa Alasrejo berdasarkan mata pencaharian bisa dilihat pada gambar 4.8.



Gambar 4.8 Sebaran Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

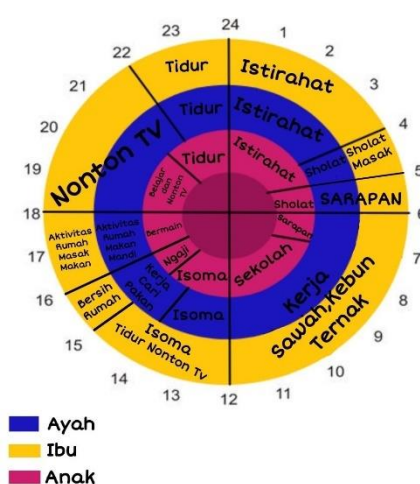
Berdasarkan gambar 4.8, bisa diketahui bahwa sebagian besar penduduk wilayah Desa Alasrejo bermata pencaharian sebagai petani yaitu sebesar 41%.

Hal ini dibuktikan dengan adanya kondisi wilayah Desa Alasrejo yang 65% luas wilayahnya digunakan sebagai lahan pertanian, sehingga mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dan menghasilkan komoditas utama yaitu tanaman jagung.

Mata pencaharian penduduk di Desa Alasrejo yang mayoritas merupakan petani dilatar belakangi oleh ketersediaan lahan tempat tinggalnya yang masih luas, penggunaan lahan di Desa Alasrejo yang digunakan untuk tanaman jagung seluas 672 Ha, sehingga mata pencaharian penduduk setempat menjadi petani, selain itu juga keahlian yang dimiliki, kebanyakan petani di Desa Alasrejo dalam melakukan usahatani karena lahan keluarga yang dikelola secara turun temurun.

4.1.9 Gambar Aktifitas Keluarga Petani

Gambar aktivitas keluarga petani dilakukan kegiatan wawancara untuk mengkaji berbagai aspek kehidupan maupun kegiatan keluarga petani. Beberapa informasi yang diperoleh akan menggambarkan keadaan keluarga petani. Kegiatan wawancara dilakuakn secara individu maupun secara kelompok dengan petani yang ada di Desa Alasrejo. Berikut merupakan gambar kegiatan aktivitas keluarga petani yang disajikan pada gambar 4.9:



Gambar 4.9 Aktivitas Keluarga Petani Desa Alasrejo

Gambar 4.9 diatas menjelaskan terkait akvitas keluarga petani di Desa Alasrejo mulai dari anak, ibu, bapak yang memiliki jadwal kegiatan masing-masing. Pada dasarnya kegiatan bapak dan ibu tidak jauh berbeda, hal ini karnakan lahan yang mereka miliki dikelola secara bersama. Umumnya lahan pertanian yang dimiliki oleh keluarga petani membuat mereka berusaha untuk pekerjaan guna memenuhi kebutuhan pokoknya terutama kebutuhan pangan. Kegiatan anak sangat jauh berbeda dikarnakan masih tahap belajar dan mengenal kehidupan kegiatan yang dilakuan tidak jauh dari bangun tidur, sarapan, sekolah, ngaji dan bermain dan lain-lain.

4.2 Karateristik Responden

4.2.1 Umur

Umur merupakan lama waktu semenjak dilahirkan dengan satuan tahun. Pada penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan umur petani responden meliputi 32 sampai dengan 80 tahun. Pengkategorian umur responden pada penelitian ini sesuai dengan Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), penduduk dikategorikan tidak produktif ketika berumur <15 tahun dan >65 tahun. Sedangkan penduduk dengan usia produktif yakni berumur 15 sampai 64 tahun. Distribusi responden berdasarkan umur responden disajikan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Umur

No	Umur Petani (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	38 – 50	9	20
2	51 – 63	23	51
3	64 – 76	13	29
Total		45	100
Modus (62)			

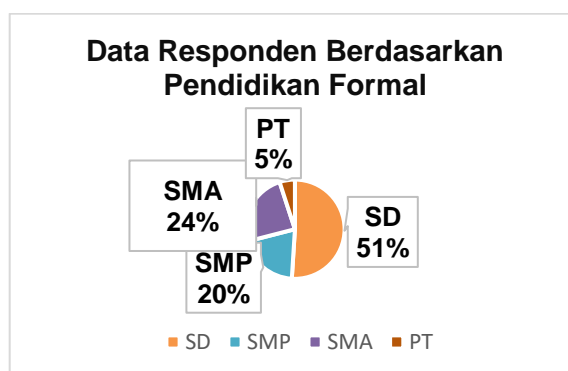
Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki umur pada rentang 38 - 76 tahun. Mayoritas umur petani di

Desa Alasrejo termasuk dalam kategori produktif. Pada kategori umur produktif, petani berpotensi untuk menerima suatu inovasi yang baru dan partisipasi terhadap suatu kegiatan dalam usaha taninya sangat besar. Menurut (Hasyim, 2003) mengenai umur petani dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja, dimana petani dengan kondisi umur yang produktif dapat bekerja dengan baik dan maksimal.

4.2.2 Pendidikan Formal

Pendidikan adalah sarana pembelajaran dalam mencapai suatu pemahaman yang baik tentang perkembangan yang ada mengenai salah satunya yaitu praktik pertanian yang lebih modern (Lubis, 2000). Ditinjau menurut tingkat pendidikan, petani responden memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Tingkat pendidikan petani responden mulai dari SD, SMP, SMA dan perguruan tinggi. Pada penelitian tingkat pendidikan formal petani responden ditinjau dari ijazah yang digunakan responden dalam menempuh pendidikan formal. Distribusi responden menurut pendidikan formal dapat dilihat pada gambar 4.9 berikut:



Gambar 4.9 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Formal

Berdasarkan data hasil penelitian, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan mayoritas responden adalah SD. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mempunyai kemampuan untuk membaca dan menulis. Hal ini tidak sejalan dengan penjualan (Lubis, 2000) menyatakan dengan tingkat

pendidikan yang tinggi, seseorang akan relatif cepat dalam menerapkan suatu inovasi mengenai penjualan pipil jagung menggunakan sosial media *facebook*.

Merujuk pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden petani jagung merupakan lulusan SD dengan persentase sebesar 51%. Tingkat pendidikan petani baik formal maupun informal yang cenderung rendah akan sangat berpengaruh terhadap cara berpikir, penerimaan, proses pengambilan keputusan serta penerapan terhadap inovasi-inovasi baru yang diberikan, hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kegiatan usaha tani yang dijalankan. Melihat keadaan tersebut responden petani anorganik di Desa Pakis masih berpotensi dalam menerima informasi terkait analisis usahatani karena petani di Desa Alasrejo sudah memiliki kemampuan membaca sekaligus menerima informasi terkait analisis usahatani. Petani dengan tingkat pendidikan lulusan SD dalam kegiatan penerapan atau adopsi inovasi akan kurang optimal. Untuk itu diperlukan penyuluhan yang tepat dan secara bertahap dapat memberikan sebuah solusi terkait permasalahan yang dihadapi namun tetap disesuaikan dengan karakteristik sasaran yang ada.

4.2.3 Pengalaman Usahatani

Lama usahatani responden yaitu lamanya petani responden dalam melakukan usahatani jagung dalam satuan tahun. Lama usahatani petani jagung di Desa Alasrejo berkisar mulai dengan 4 tahun sampai dengan 39 tahun. Data sebaran responden menurut lama usahanya dipaparkan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Lama Bertani

No	Lama Bertani (Tahun)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	4 – 15	21	46
2	16 – 27	15	34
3	28 – 39	9	20
	Total	45	100
	Mean (21)		

Sumber: Data responden, 2023

Dari tabel 4.4 tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar lama usaha bertaninya kisaran 4 – 15 tahun dengan jumlah 21 responden dan persentase 46%, sisanya merupakan responden dengan lama bertani lebih 15 tahun. Pengalaman bertani ini bisa membantu petani dalam pengambilan keputusan bertani, semakin lama pengalaman yang dimiliki maka tingkat keterampilan yang dimiliki responden akan semakin meningkat, hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap hasil usahatani Jagung yang dijalankan di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo terlebih dalam penjualan hasil pasca panennya melalui media sosial *facebook*. Hal ini tentunya harus direspon dengan kegiatan penyuluhan yang dapat menambah wawasan bertani. Sehingga diperlukan materi, media, dan metode yang tepat dalam melakukan sebuah penyuluhan yang dapat memberikan wawasan responden dalam dunia pertanian karena pertanian merupakan potensi yang cukup besar dalam menunjang kehidupan, dimana semakin baik ketersediaan informasi bagi petani akan membuka wawasan mereka mengenai informasi dan memotivasi mereka untuk menerapkan teknologi yang diperkenalkan pada mereka (Wahyuni, 2019).

4.2.4 Luas Lahan

Luas lahan merupakan luas lahan yang diusahakan atau dikelola oleh petani responden ketika penelitian yang dilakukan dinyatakan dalam satuan hektar (Ha). Tegal dan pekarangan mendominasi dalam luasan lahan Desa Alasrejo, sekitar 80% bagian luasan tegal dan pekarangan dari total keseluruhan, sehingga dalam luasan tersebut digunakan petani dalam menjalankan usahataniya budidaya tanaman jagung. Data Luasan lahan yang digunakan dalam usahatani oleh petani jagung di Desa Alasrejo nilai terendah adalah 0,14 Ha, dengan nilai luasan lahan tertinggi adalah 2 Ha. Data distribusi responden menurut luas lahan Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi disajikan pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	0,14 – 0,75	35	78
2	0,76 – 1,37	3	5
3	1,38 – 2	8	17
Total		45	100
Mean (0,58)			

Sumber: Pengolahan Data Responden, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa luasan lahan sebagian besar petani jagung di Desa Alasrejo adalah seluas 0,14 sampai dengan 2 Ha. Berdasarkan keadaan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar lahan yang digunakan para petani responden merupakan lahan keluarga yang dikelola secara turun temurun. Lahan merupakan unsur produksi yang tahan lama yang dapat diwariskan dari generasi ke generasi. Lahan keluarga yang dikelola secara turun temurun akan berangsur berkurang jumlah luasannya karena dilakukannya pembagian luasan lahan pada setiap generasinya yang akan diwariskan.

Petani yang memiliki lahan luas maka petani dapat mencoba suatu inovasi tersebut pada sebagian lahannya dan jika berhasil petani akan melakukan penerapan inovasi pada keseluruhan lahan yang mereka miliki. Namun, bagi petani yang memiliki lahan sempit dan sewa, sulit untuk menerima inovasi karena petani takut jika inovasi tersebut mengalami kegagalan, menurut (Kartasapoetra, 1991) menyatakan bahwa petani dengan lahan pertanian yang sempit yakni rata-rata dibawah 0,5 hektar, mereka selalu berbuat dengan waspada lebih hati-hati karena takut mengalami kegagalan dan akan berdampak dalam keputusan penjualan hasil pasca panennya melalui sosial media *facebook*.

4.2.5 Biaya Produksi

Biaya produksi dilakukan bertujuan agar bisa mengetahui besarnya penjualan yang diterima oleh petani di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo

Kabupaten Banyuwangi. Hasil data yang telah diperoleh kemudian diolah dan ditabulasikan menurut kebutuhan analisis.

Salah satu faktor yang penting dalam usahatani adalah biaya produksi, dalam perhitungan biaya produksi mempengaruhi besarnya penjualan dan keuntungan yang akan diterima oleh pihak petani. Biaya produksi yang harus dibayarkan adalah seluruh biaya atau pengeluaran yang dibayarkan dalam satu kali musim. Perhitungan biaya produksi disesuaikan dengan harga-harga yang berlaku di daerah penelitian. Adapun perincian dari total pengeluaran biaya tetap bisa dilihat pada tabel 4.6.

1. Biaya Tetap

Tabel 4. 6 Total Biaya Tetap per Hektar per Satu Periode Tanam

No	Biaya Tetap	Satuan (Rp)
1	Sewa lahan	5.000.000
2	Penyusutan Alat	635.304
	Total Biaya Tetap	5.635.304

Sumber: Data primer diolah, 2023

2. Biaya Variabel

Tabel 4.7 Total Biaya Variabel per Hektar per Satu Periode Tanam

No	Jenis Biaya	Satuan (Rp)
1	Benih	638.500
2	Pupuk	1.378.111
3	Pestisida	616.667
4	Tenaga Kerja	1.378.111
	Total VC	4.011.389

Sumber: Data primer diolah, 2023

Total biaya produksi yang dikeluarkan pada responden petani jagung bisa diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 TC &= TFC + TVC \\
 &= \text{Rp}5.635.304 + \text{Rp}4.011.389 \\
 &= \text{Rp} 9.646.693
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut total biaya yang dikeluarkan dalam

satu kali produksi pada petani jagung Desa Alasrejo adalah Rp 9.646.693.

4.2.6 Penerima Harga jual

Penerimaan merupakan hasil perkalian antara hasil produksi (Q) yang telah dihasilkan dalam proses produksi dengan harga jual (P) dari produk tersebut. Semakin tinggi jumlah produksi yang dihasilkan dan semakin tinggi harga jual maka tingkat penerimaan yang didapatkan petani akan semakin tinggi pula. Tinggi rendahnya penerimaan usahatani di lokasi penelitian sangatlah beragam karena dipengaruhi oleh banyaknya produksi serta harga jual yang saat itu sedang berlaku. Untuk harga jual yang berlaku merupakan harga pipil jagung per bulan maret 2023. Jumlah rata-rata penerimaan yang diterima oleh petani pada satu kali musim bisa dilihat pada tabel 4.9:

Tabel 4. 9 Rata-rata jumlah penerimaan responden (Per Ha/ 1 periode tanam)

Uraian	Petani Jagung	
	P. Konvensional	P. Online
Harga Jual (Rp)	5.200	5.500
Total Penerimaan (Rp)	21.678.222	22.928.889

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari harga jual petani jagung pipil di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi adalah harga penjualan konvensional Rp5.200 sedangkan penjualan online bisa mencapai Rp5.500, Selisih antara harga jual jagung pipil antara konvensional dengan media sosial *facebook* yaitu Rp300.

4.2.7 Penjualan Jagung

Kegiatan dalam usaha tentunya akan terjadi penjualan. Penjualan usahatani merupakan selisih penerimaan usahatani dikurangi dengan total biaya produksi yang digunakan selama proses produksi. Adapun rata-rata penjualan respondent jagung pipil menggunakan konvensional dan *facebook* yang diperoleh dalam satu kali produksi pertanian tanaman jagung di Desa Alarejo

Kecamatan Wongsorejo bisa dilihat pada tabel 4.10:

Tabel 4. 10 Rata-rata jumlah penjualan responden Penjualan Konvensional dan Online

No	Pemasaran Jagung Pipil	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Penjualan (Rp)
1	Konvensional	21.678.222	9.646.693	12.031.529
2	Online	22.928.889	9.646.693	13.282.196

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.9 dapat diketahui penjualan petani dalam pemasaran jagung yang konvensional sebesar Rp12.031.529 lebih rendah dibandingkan petani menggunakan sistem pemasaran secara online melalui media *facebook* sebesar Rp13.282.196, selisih antara kedua penjualan tersebut yaitu Rp1.250.667.

4.3 Analisis Uji T Berpasangan

Untuk mengetahui perbedaan nyata antara rata-rata penjualan pada petani Online dan Konvensional, maka dilakukan uji T berpasangan karena membandingkan dua sampel dari populasi yang berbeda. Adapun hasil analisis uji beda pada petani Online dan Konvensional bisa dilihat pada tabel 4.11:

Tabel 4. 11 Hasil Uji T Pemasaran jagung Online dan Konvensional

	<i>Variabel 1</i>	<i>Variabel 2</i>
Mean	12132473	13389745.43
Variance	1.07E+14	1.25402E+14
Observations	44	44
Df	43	43
F	0.855257	
P(F<=f) one-tail	0.305233	
F Critical one-tail	0.60214	

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 nilai t hitung Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa signifikansi 0.06 hasil dari uji T berpasangan tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa tidak ada perbedaan nyata antara petani jagung pipil dalam pemasaran melalui konvensional dan *online*. Penjualan petani dalam pemasaran jagung yang konvensional sebesar Rp12.031.529 lebih rendah

dibandingkan petani menggunakan sistem pemasaran secara online melalui media *facebook* sebesar Rp13.282.196, selisih antara kedua penjualan tersebut yaitu Rp1.250.667 membuat terjadinya perbedaan yang tidak signifikan di karenakan petani Desa Alasrejo tidak berani mematok harga lebih tinggi dalam memasarkan jagung pipil melalui sosial media *facebook*.

4.4 Relevansi Penelitian Terhadap Rancangan Penyuluhan

Hasil penelitian yang sudah dilaksanakan bisa membantu dalam perumusan rancangan penyuluhan yang akan dilaksanakan. Karakteristik petani jagung Desa Alasrejo yang berhubungan dengan penjualan pada usahatani jagung yaitu umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, penjualan dan luas lahan. Maka dapat di jadikan dasar membuat rancangan penyuluhan kelompok tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

BAB V

PERANCANGAN DAN UJI COBA RANCANGAN PENYULUHAN

5.1 Perancangan Penyuluhan

Rancangan penyuluhan adalah sebuah kegiatan yang dilaksanakan dalam proses pelaksanaan penyuluhan. Rancangan penyuluhan meliputi tujuan penyuluhan, sasaran penyuluhan, materi penyuluhan, metode penyuluhan, media penyuluhan, dan pelaksanaan evaluasi penyuluhan.

5.1.1 Penetapan Tujuan Penyuluhan

Penetapan tujuan penyuluhan pertanian untuk menetapkan target yang akan dicapai dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang dilakukan. Berdasarkan hasil identifikasi potensi wilayah yang telah dilakukan, didapatkan bahwa komoditas utama yang diusahakan di Desa Alasrejo adalah tanaman Jagung. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, dapat diketahui bahwa karakteristik petani Jagung di Desa Alasrejo yakni mayoritas berumur 59 tahun, mayoritas tingkat pendidikan yakni SD, pendidikan nonformal yang diikuti rata-rata 2 kali dalam waktu masa periode tanam, lama usahatani rata-rata 21 tahun, luas lahan rata-rata 1.6 hektar baik berupa milik sendiri dan sewa, dan penjualan rata-rata Rp12.000.000 – Rp13.000.000 dalam 1 periode musim jagung yang sudah dikurangi dengan biaya produksi. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa adanya selisih harga dalam penjualan jagung pipil melalui konvensional dan sosial media *facebook*. Petani di Desa Alasrejo belum memahami manfaat secara utuh media sosial *facebook*. Sehingga perlunya suatu kegiatan penyuluhan yang dapat meningkatkan pengetahuan petani jagung di Desa Alasrejo terhadap penggunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Penetapan tujuan penyuluhan yang akan dilakukan mengacu pada kaidah SMART maka

dapat disimpulkan tujuan dilaksanakan untuk melihat hasil evaluasi dari segi peningkatan dan sikap petani budidaya tanaman jagung.

Specific penyuluhan adalah memberikan pemahaman kepada anggota kelompok tani mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai upaya dalam percepatan pembangunan pertanian yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan rumah tangga petani Desa Alasrejo dalam pemasaran jagung pipil. *Measurable* yang akan dicapai pada hasil penyuluhan ini yaitu mengukur peningkatan aspek pengetahuan petani dan mengukur aspek keterampilan.

Actionary dalam penyuluhan mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai upaya dalam percepatan pembangunan pertanian yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan rumah tangga petani Desa Alasrejo dalam pemasaran jagung pipil melalui metode ceramah, diskusi dengan pendekatan kelompok diharapkan dapat menjawab materi penyuluhan dengan dibantu media ppt. *Realistic* yang akan disampaikan pada penyuluhan kepada petani bahwa fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sangat bermanfaat bagi usaha tani tanaman jagung. *Time frame* pada tujuan penyuluhan pertanian ini sejak dilaksanakan penelitian tugas akhir sampai ditetapkan pelaksanaan penyuluhan pada tanggal 25 Maret 2023 dan 11 Mei 2023 dengan hasil yang diharapkan dapat dicapai. Berdasarkan data program tahun 2022 dapat diketahui bahwa petani yang menggunakan penjualan konvensional sebanyak 75%.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan umum dari penyuluhan pertanian adalah 75% yang akan dilaksanakan adalah agar mampu meningkatkan pengetahuan dan sikap petani terhadap inovasi secara utuh terhadap pemahaman fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* untuk pemasaran jagung pipil sebagai prioritas dalam usaha tani budidaya tanaman jagung jagung pipil, petani masih tahap

menganalisis suatu inovasi penjualan jagung pipil melalui dan perubahan sikap petani terhadap suatu inovasi setelah dilaksanakan penyuluhan mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dalam memanfaatkan dan paham akan pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil, harapannya mampu memanfaatkan secara berkelanjutan. Dalam mencapai 75% tersebut diperlukan adanya tujuan khusus dimana tujuan khusus ini merupakan tujuan secara signifikan untuk mencapai tujuan umum penyuluhan. Peningkatan presentase dari 75% ke 85% ini membutuhkan 10% tujuan khusus yang akan dicapai. Berikut tujuan khusus penyuluhan yang akan di tuangkan dalam uraian dibawah ini.

Berdasarkan analisa, tujuan penyuluhan yang akan dilaksanakan adalah agar mampu meningkatkan pengetahuan petani menjadi evaluasi terhadap inovasi secara utuh terhadap pemahaman fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* untuk pemasaran jagung pipil sebagai prioritas dalam usaha tani budidaya tanaman jagung yang sebelumnya petani masih tahap menganalisis suatu inovasi penjualan jagung pipil melalui dan perubahan pengetahuan petani terhadap suatu inovasi setelah dilaksanakan penyuluhan mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil meningkat sebesar 84% yang sebelumnya 60% aspek pengetahuan anggota tani dalam memanfaatkan dan paham akan pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil, harapannya mampu memanfaatkan secara berkelanjutan. Sedangkan aspek sikap sebelum dilakukan penyuluhan 55% petani budidaya tanaman jagung tidak mengetahui tentang pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil setelah dilakukan penyuluhan mengalami peningkatan sebesar 85% anggota tani dalam memanfaatkan dan paham akan pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung

pipil. Maka dari itu sikap dan pengetahuan terjadi peningkatan setelah dilakukan penyuluhan di kelompok tani budidaya tanaman jagung.

5.1.2 Penetapan Sasaran Penyuluhan

Potensi secara geografis Desa Alasrejo di dominasi lahan tegal dengan luas 672 hektar dan budidaya yang di kerjakan petani yaitu tanaman jagung 3 periode musim. Hal ini dapat di simpulkan bahwa sasaran penyuluhan ditetapkan sesuai hasil observasi dilapangan bahwa pegetahuan petani jagung Di Desa Alasrejo mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil masih rendah. Memperhatikan latar belakang sasaran penyuluhan. Desa Alasrejo dihuni oleh mayoritas suku Jawa, budaya pada Desa Alasrejo yakni gotong royong dalam melakukan suatu kegiatan dan selalu mengedapankan nilai-nilai leluhur dari pendahulunya yang masih sangat kental. Saling menghargai dan menghormati keputusan ketua atau yang menjadi petua adalah bentuk kebiasaan dari petani Desa Alasrejo.

Berdasarkan hal tersebut, maka sasaran penyuluhan adalah anggota kelompok tani Desa Alasrejo, namun adanya jadwal yang bertabrakan pada masing-masing dari kelompok tani yang tidak bisa di satukan dalam pertemuan satu waktu yang sudah ditetapkan, maka penulis menggunakan sampel dalam menentukan sasaran penyuluhan dengan metode *purposive sampling* atau sengaja dipilih yaitu anggota kelompok tani yang berkenan hadir dengan pertimbangan diatas maka jumlah sasaran penyuluhan yaitu sejumlah 45 orang. Maka dari itu sasaran penyuluhan yang ditetapkan adalah anggota kelompok tani Desa Alasrejo yang diundang untuk mengikuti kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan dan sudah mengisi daftar hadir yang disediakan.

5.1.3 Penetapan Materi Penyuluhan

Berdasarkan hasil identifikasi potensi wilayah, dapat diketahui bahwa di Desa Alasrejo memiliki potensi yang begitu banyak. Namun, potensi tersebut

belum dimanfaatkan, petani masih belum mengoptimalkan kelembagaan sebagai proses belajar dalam budidaya pertanian, penyuluh kurang dalam melaksanakan penyuluhan dikarenakan terbatasnya pemahaman tentang metode penyuluhan, dalam melaksanakan budidaya tanaman jagung sebagian besar petani masih secara konvensional dalam pemasaran jagung pipil dan belum mengetahui fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil.

Pertimbangan pemilihan materi tersebut karena materi tersebut bersifat *lowrisk* yakni resiko kegagalan yang rendah dalam penyampaian fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dipaparkan menggunakan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi cara, *compatibility* kesesuaian materi didasarkan lokasi penelitian sasaran yang mayoritas anggotanya dalam usaha tani memerlukan fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil, *helpful* materi tersebut dapat membantu petani dalam meminimalisir pengeluaran usaha taninya dan keefektifan dalam menjalankan budidaya tanaman jagung, *simplicity* materi tersebut sudah disusun secara ringkas dan jelas sehingga mudah dipahami dan dilakukan oleh sasaran, serta *availability* dimana media dan alat peraga tersedia di lokasi penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, sehingga materi penyuluhan yang ditetapkan berhubungan dengan penelitian dan permasalahan yang dihadapi di lapangan. Materi penyuluhan yang ditetapkan adalah fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Materi penyuluhan yang akan disampaikan berdasarkan hasil dari prioritas permasalahan yang ada disusun dengan mencari referensi di internet dan di buku mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil Materi yang akan di

sampaikan pada proses penyuluhan disajikan pada lembar persiapan penyuluhan yang terdapat di halaman 115.

5.1.4 Penetapan Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan ditetapkan dengan memperhatikan karakteristik petani Jagung pipil di Desa Alasrejo yakni mayoritas berumur 59 tahun, mayoritas tingkat pendidikan yakni SD, pendidikan nonformal yang diikuti rata-rata 2 kali dalam waktu masa periode tanam, lama usahatani rata-rata 21 tahun. Strategi untuk mengatasi masalah budaya yang ada dimasyarakat petani dengan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pendidikan yakni melakukan pendekatan kelompok, melakukan metode ceramah, diskusi dan pendekatan kelompok tani serta menggunakan media penyuluhan yang menarik dan mudah dipahami oleh sasaran dalam melakukan penyuluhan yang akan dilakukan oleh pemateri (Muditha, 2021).

Dari kesimpulan diatas, maka pendekatan penyuluhan yang ditetapkan yakni pendekatan secara kelompok dan metode yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan yang akan dilaksanakan adalah metode ceramah dan diskusi. Karena usia sasaran rentang usia tua maka ceramah merupakan metode yang tepat karena usia dewasa suka dengan hal dengan berbagi pengalaman. Tahapan yang selanjutnya disesuaikan dengan pendekatan dalam penyuluhan. Karena pendekatan penyuluhan menggunakan pendekatan kelompok maka dibutuhkan metode untuk memahamkan isi dari materi tersebut. Maka dari itu metode yang lain yakni metode ceramah dan diskusi. Metode ini bisa memberikan pemahaman lebih dalam akan materi penyuluhan yang akan disampaikan.

5.1.5 Penetapan Media Penyuluhan

Media penyuluhan ditetapkan dengan memperhatikan karakteristik petani Jagung di Desa Alasrejo yakni mayoritas berumur 59 tahun, mayoritas tingkat

pendidikan yakni SD, pendidikan nonformal yang diikuti rata-rata 2 kali dalam waktu masa periode tanam, lama usahatani rata-rata 21 tahun serta mempertimbangkan kondisi keadaan di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas petani di Desa Alasrejo telah memiliki kemampuan untuk menulis dan membaca dalam kesehariannya, hal ini dapat dijadikan pertimbangan dalam pembuatan media penyuluhan yang akan digunakan.

Media yang digunakan juga memperhatikan tujuan dilakukannya penyuluhan dimana tujuan penyuluhan agar bisa mudah di pahami oleh penerima materi dan menarik, tujuan penetapan media dalam penyuluhan adalah agar petani mampu mengetahui peningkatan pengetahuan petani sasaran dan mengetahui peningkatan sikap petani dalam implementasi usaha tani jagung pipil dalam menggunakan media sosial *facebook* sebagai *alternative* pemasaran jagung pipil dengan media yang digunakan pada penyuluhan berupa ppt.

Terdapat pada halaman 106

5.1.6 Evaluasi Penyuluhan Pertanian

A. Penentuan Lokasi dan Waktu

Kegiatan evaluasi penyuluhan mengenai memahami manfaat secara utuh fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dapat menjadi pengalaman baru terhadap usaha taninya bagi anggota kelompok tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo. Waktu pelaksanaan kegiatan evaluasi penyuluhan yakni pada tanggal yang direncanakan dengan batas sampai tanggal 17 Mei 2023.

B. Penentuan Sasaran Evaluasi

Sampel yang digunakan pada penentuan sasaran evaluasi ini menggunakan metode sensus dengan teknik pengambilan sampel dengan sampling jenuh. Dimana seluruh anggota populasi penyuluhan dijadikan sampel,

sehingga seluruh responden di jadikan sampel 15 orang dalam pelaksanaan evaluasi penyuluhan.

Petani sasaran kegiatan evaluasi penyuluhan pertanian yang dilakukan adalah petani yang terlibat dalam kegiatan penyuluhan pertanian yang telah dilaksanakan mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dengan pertimbangan dimana sasaran evaluasi penyuluhan tersebut telah mengikuti kegiatan penyuluhan, sehingga memudahkan untuk diukur peningkatan pengetahuan petani mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil.

C. Penentuan Tujuan Evaluasi

Tujuan evaluasi penyuluhan pertanian yang hendak dicapai adalah mengetahui dan mendeskripsikan 20% peningkatan petani anggota kelompok tani budidaya tanaman jagung pipil di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi tentang manfaat dari fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai alternative pemasaran penjualan jagung pipil yang dapat memudahkan dalam kegiatan pemasaran jagung pipil.

D. Penentuan Instrumen Evaluasi

a Evaluasi Peningkatan Pengetahuan Petani

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial dan pada dasarnya untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Dalam hal ini menjabarkan mengenai devinisi variabel secara operasional, parameter, pengukuran, dan kisi-kisi pertanyaan. Pengukuran jawaban dari responden melalui pengisian kuesioner dilakukan agar peneliti dapat melakukan observasi atau pengukuran dengan cermat terhadap penelitian yang dilakukan.

Pengujian Instrumen merupakan tahap yang paling penting sebelum intrumen tersebut disebarkan pada petani. Instrumen yang telah dibuat akan di uji kelayakan agar instrumen yang akan didistribusikan memiliki kekuatan yang

tinggi. Instrumen penyuluhan akan dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Uji kusioner validitas dan reabilitas dapat menggunakan aplikasi SPSS dengan menguji 2 aspek kusioner yaitu aspek pengetahuan sebanyak 22 soal dan aspek sikap sebanyak 20 soal. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrumen pernyataan berdasarkan uji signifikan 0,5 adalah valid. Instrumen evaluasi yang digunakan pada kegiatan ini adalah kusioner.

Instrumen evaluasi yang digunakan pada kegiatan ini adalah kusioner. Skoring instrumen kusioner yang digunakan menggunakan guttman, adapun tabel 5.1 definisi oprasional berikut:

Tabel 5.1 Definisi Operasional Evaluasi Penyuluhan Pengetahuan Petani

Varia bel	Aspe k	Tingkat	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Kisi- Kisi
	Kogni tif	Menget ahui	Mendefinisikan, menyusun daftar, menjelaskan, mengingat, mengenali, menemukan kembali, menyatakan, mengulang, mengurutkan, menamai, menempatkan, menyebutkan.	Kemampuan petani dalam mengingat kembali materi fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil yang telah disampaikan	<i>Multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 3 kategori rendah, sedang tinggi	C 1-4
		Pemah aman	Menerangkan, menjelaskan, menterjemahkan, menguraikan, mengartikan, menyatakan kembali, menafsirkan, menginterpretasik an, mendiskusikan, menyeleksi, mendeteksi, melaporkan, menduga, mengelompokkan.	Kemampuan petani dalam memahami materi fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung disampaikan	<i>Multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 3 kategori rendah, sedang tinggi	C 5-8

Varia bel	Aspe k	Tingkat	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Kisi- Kisi
		Penera pan	Memilih, menerapkan, melaksanakan, mengubah, menggunakan, mendemonstrasik an, memodifikasi, memulai menginterpretasik an	Petani menerapkan materi fungsi dan kegunaan media sosial	<i>Multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 3 kategori rendah, sedang tinggi	C 9- 12
		Analisis	Mengkaji ulang, membedakan, membandingkan, mengkontraskan, memisahkan menghubungkan, menunjukkan hubungan antara variabel	Petani dapat membedakan materi fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil pada usaha tani budidaya tanaman jagung	<i>Multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 3 kategori rendah, sedang tinggi	C 12- 15
		Mengev aluasi	Memecah menjadi beberapa bagian, menyisihkan, struktur, menduga, mempertimbangka n mempertentangka n, menata ulang, mencirikan, mengubah	Petani dapat membedakan materi fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil pada usaha tani budidaya tanaman jagung	<i>Multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 3 kategori rendah, sedang tinggi	C 16- 19
		Mencipt akan	Mengatur, merancang, meningkatkan, meperjelaskan, menyiapkan, membatas, memdukan, membentuk, mengumpulkan	Fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil pada usaha tani budidaya tanaman jagung	<i>Multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 3 kategori rendah, sedang tinggi	C 20- 22

Sumber: Data diolah, 2023

Kuesioner evaluasi berisi 22 pernyataan. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner evaluasi penyuluhan pertanian, dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner evaluasi penyuluhan pertanian di Kelompok tani lain di Desa Alaasrejo yang memiliki karakteristik sama dengan sasaran penyuluhan.

b Evaluasi Peningkatan Sikap Petani

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor penjudalan dan emosi yang bersangkutan dengan menetapkan indikator-indikator untuk mengukur evaluasi sikap petani sebagai berikut, Indikator yang ditetapkan disusun dan dilampirkan (lampiran) dalam bentuk definisi operasional sebagai berikut :

Tabel 5.2 Definisi Operasional Evaluasi Penyuluhan Sikap Petani

Variabel	Tingkatan	Definisi Operasional	Skala Pengukuran	Kisi-Kisi
Sikap Petani	Menerima	merupakan seseorang atau subjek yang mau menerima dan memperhatikan stimulus yang diberikan terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil	Menggunakan skala likert dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori	D 1-10
	Merespon	Merespon dapat diartikan memberikan sebuah jawaban atau tanggapan terhadap pertanyaan yang diberikan terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil.	Menggunakan skala likert dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori	D 11-14
	Menghargai	Menghargai merupakan	Menggunakan skala likert	D 15-18

Variabel	Tingkatan	Definisi Operasional	Skala Pengukuran	Kisi-Kisi
		seseorang (subjek) yang memberikan nilai yang positif terhadap stimulus atau objek tertentu terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil.	dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori	
	Bertanggung jawab	Bertanggung jawab dapat diartikan segala sesuatu yang telah dipilih berdasarkan keyakinan dan harus berani mengambil resiko terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media sosial <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil	Menggunakan skala likert dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori	D119-20

Sumber: Data diolah, 2023

Dari data diatas dapat kita simpulkan kuesioner evaluasi berisi 20 pernyataan yang berbeda-beda. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner evaluasi penyuluhan pertanian, dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner evaluasi penyuluhan pertanian yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan atau tidak.

c Analisis data

Analisis data kegiatan evaluasi penyuluhan pertanian menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku petani di anggota kelompok tani budidaya tanaman jagung di Desa Alasrejo mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil.

5.3 Implementasi Rancangan Penyuluhan.

5.3.1 Persiapan Penyuluhan

Persiapan penyuluhan meliputi segala administrasi yang diperlukan dalam kegiatan penyuluhan. Persiapan ini dilakukan agar memudahkan dalam melakukan kegiatan secara terstruktur dan sistematis. Adapun persiapan penyuluhan seperti berikut :

1. Kegiatan koordinasi ke Dinas pertanian Kabupaten Banyuwangi dan koordinasi ke BPP Wongsorejo. Hal tersebut dilakukan karena untuk memudahkan dalam melakukan persiapan penyuluhan.
2. Persyaratan administrasi seperti 1) menyusun persiapan penyuluhan yang didampingi oleh PPL di Desa Alasrejo yang mana nantinya akan menjadi acuan dalam kegiatan penyuluhan yang meliputi judul, tujuan, materi, metode dan uraian kegiatan penyuluhan yang telah disetujui oleh penyuluh, 2) sinopsis yang dibuat dapat memudahkan dalam penyampaian materi sehingga memiliki batas dalam penyampaian yang akan disampaikan ke kelompok tani di Desa Alasrejo yaitu tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil, 3) media penyuluhan PPT mempermudah dalam penyampaian materi dan petani mudah dalam mendapatkan suatu informasi, 4) berita acara yang mana memuat jalannya kegiatan penyuluhan sebagai bukti bahwa penyuluhan telah dilaksanakan yang telah ditandatangani oleh pendamping PPL dan mahasiswa, 5) daftar hadir yang mana untuk mengetahui jumlah peserta yang mengikuti penyuluhan. Daftar hadir yang memuat seperti nama beserta tandatangan oleh peserta yang telah menjadi sasaran atau yang mengikuti kegiatan penyuluhan di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi dengan judul rancangan penyuluhan pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil, dan 6) Evaluasi yang mana untuk

mengetahui karakteristik petani apakah berhasil atau tidak, maka akan dianalisis dan akan menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan yang dilakukan tergolong berhasil atau tidak. Hasil kegiatan evaluasi ini digunakan untuk menentukan rencana tidak lanjut dimana penyuluhan diharapkan bisa menjadi inovasi dalam kegiatan pertanian.

5.3.2 Pelaksanaa Kegiatan Penyuluhan

A. Lokasi dan Waktu

Kegiatan penyuluhan mengenai pemahaman fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dapat menjadi pengalaman baru terhadap usaha taninya. Penyuluhan dilaksanakan di BPP Wongsorejo dan untuk penyuluhan kedua dilaksanakan di Desa Alasrejo. Waktu pelaksanaan kegiatan penyuluhan pada tanggal 23 maret 2023 dan 11 Mei 2023 jam 08.00-09.30 wib.

B. Peserta Kegiatan Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan pertanian yang telah dilakukan, diikuti oleh 45 orang petani yang merupakan anggota kelompok tani jagung pipil di Desa Alasrejo. Dimana kegiatan penyuluhan tersebut juga didampingi oleh PPL BPP Wongsorejo.

C. Penyampaian Materi

Keterlibatan seluruh pihak dalam kegiatan ini sangat membantu dalam kegiatan penyuluhan yang telah dilaksanakan. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan dengan menggunakan metode pertemuan kelompok, dimana mahasiswa mendatangi Kantor Balai Desa Alasrejo dan BPP Wongsorejo.

Sebelum melakukan penyampaian materi, para petani mengisi daftar hadir terlebih pada pukul 08.15 dahulu sambil menunggu anggota yang belum datang. Pada pukul 08.45 selaku penyuluh Desa Alasrejo membuka acara pertemuan pada pagi hari itu dengan penyampaian yang pertama yaitu pembahasan

mengenai obat wereng dan kegiatan penyemprotan masal yang akan dilakukan dalam dekat ini, penyampaian kedua diberikan kepada mahasiswa yang akan memberikan materi terkait fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Mahasiswa melakukan perkenalan serta menjelaskan maksud dan tujuan kepada sasaran, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan penyampaian materi. Materi yang disampaikan adalah fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Materi yang ditentukan pada kegiatan penyuluhan disusun berdasarkan hasil identifikasi potensi wilayah Desa Alasrejo. Setelah mahasiswa melaksanakan pemaparan materi penyuluhan, acara selanjutnya yaitu penutupan sekaligus diskusi santai sambil mahasiswa memberikan kuisioner evaluasi penyuluhan kepada petani untuk diisi sesuai dengan petunjuk pengisian.

Kegiatan penyuluhan ini bertujuan agar sasaran mengetahui dan memahami fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Dimana pengukuran peningkatan pengetahuan petani dan aspek sikap.

5.3.3 Evaluasi Penyuluhan

Evaluasi penyuluhan pertanian dilakukan setelah kegiatan penyuluhan pertanian. Evaluasi penyuluhan pertanian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan peningkatan pengetahuan dan sikap petani mengenai materi yang telah disampaikan. Materi penyuluhan pertanian yang disampaikan adalah fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Instrumen pada kegiatan evaluasi yang dilakukan adalah kuesioner. Dilakukan dengan interval waktu 30 menit untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan.

Evaluasi penyuluhan pertanian dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner tertutup. Pada kuesioner tersebut, telah terdapat pilihan jawaban yang

dapat dipilih oleh petani evaluasi. Skoring kuesioner evaluasi penyuluhan pertanian mulai dari 1 sampai dengan 4. Evaluasi penyuluhan pertanian diikuti sebanyak 15 petani, dimana petani merupakan anggota Kelompok Tani Desa Alasrejo yang telah mengikuti kegiatan penyuluhan mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh petani, data ditabulasi dan dianalisis menggunakan bantuan *software* SPSS dan *excel*.

5.4 Pembahasan Hasil Implementasi dan Evaluasi

5.4.1 Karakteristik Sasaran Penyuluhan

A. Umur

Umur merupakan lama waktu semenjak dilahirkan dengan satuan tahun. Pada penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan umur petani responden meliputi 32 sampai dengan 80 tahun. Pengkategorian umur responden pada penelitian sesuai dengan Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), penduduk dikategorikan tidak produktif ketika berumur <15 tahun dan >65 tahun. Sedangkan penduduk dengan usia produktif yakni berumur 15 sampai 64 tahun. Distribusi responden berdasarkan umur responden disajikan pada tabel 5.1 berikut:

Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Umur

No	Umur Petani (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	38 – 50	9	20
2	51 – 63	23	51
3	64 – 76	13	29
	Total	45	100
	Modus (62)		

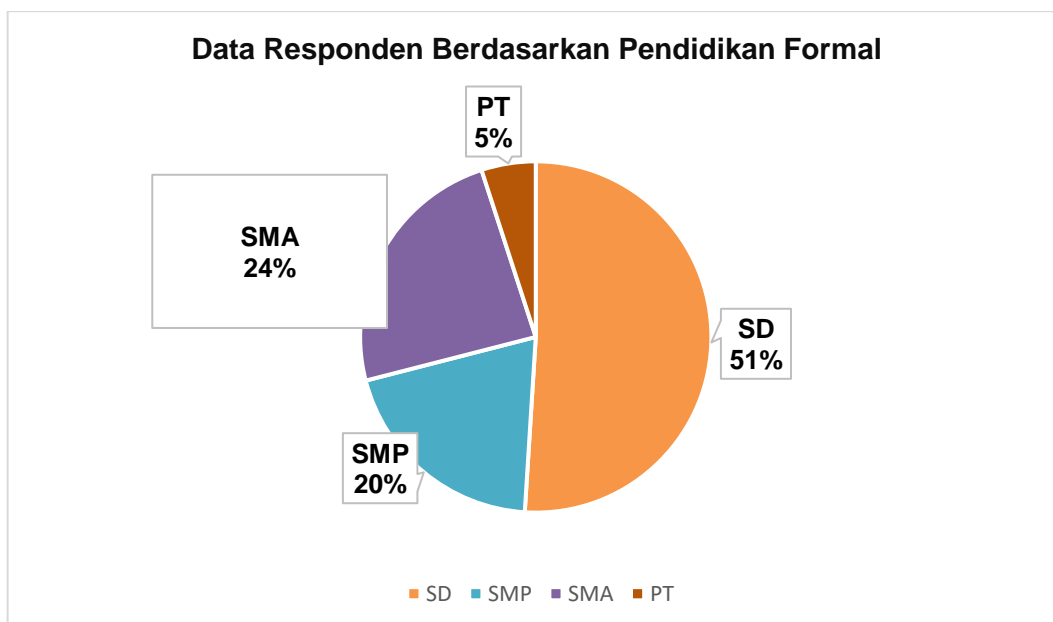
Sumber: Pengolahan Data Responden, 2023

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki umur pada rentang 38 - 76 tahun. Mayoritas umur petani di Desa Alasrejo termasuk dalam kategori produktif. Pada kategori umur produktif,

petani berpotensi untuk menerima suatu inovasi yang baru dan partisipasi terhadap suatu kegiatan dalam usaha taninya sangat besar. Menurut (Hasyim, 2003) mengenai umur petani dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja, dimana petani dengan kondisi umur yang produktif dapat bekerja dengan baik dan maksimal.

B. Pendidikan

Pendidikan adalah sarana pembelajaran dalam mencapai suatu pemahaman yang baik tentang perkembangan yang ada mengenai salah satunya yaitu praktik pertanian yang lebih modern (Lubis, 2000). Ditinjau menurut tingkat pendidikan, petani responden memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Tingkat pendidikan petani responden mulai dari SD, SMP, SMA dan perguruan tinggi. Pada penelitian tingkat pendidikan formal petani responden ditinjau dari ijazah yang digunakan responden dalam menempuh pendidikan formal. Distribusi responden menurut pendidikan formal dapat dilihat pada gambar 5.1 berikut:



Gambar 5.1 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Formal

Berdasarkan data hasil penelitian, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan mayoritas responden adalah SD. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mempunyai kemampuan untuk membaca dan menulis. Hal ini tidak sejalan dengan penjualan (Lubis, 2000) menyatakan dengan tingkat pendidikan yang tinggi, seseorang akan relatif cepat dalam menerapkan suatu inovasi mengenai penjualan pipil jagung menggunakan sosial media *facebook*.

Merujuk pada tabel 5.1 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden petani jagung merupakan lulusan SD dengan persentase sebesar 51%. Tingkat pendidikan petani baik formal maupun informal yang cenderung rendah akan sangat berpengaruh terhadap cara berpikir, penerimaan, proses pengambilan keputusan serta penerapan terhadap inovasi-inovasi baru yang diberikan, hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kegiatan usaha tani yang dijalankan. Melihat keadaan tersebut responden petani jagung di Desa Alasrejo masih berpotensi dalam menerima informasi terkait analisis usahatani karena petani di Desa Alasrejo sudah memiliki kemampuan membaca sekaligus menerima informasi terkait analisis usahatani. Petani dengan tingkat pendidikan lulusan SD dalam kegiatan penerapan atau adopsi inovasi akan kurang optimal. Untuk itu diperlukan penyuluhan yang tepat dan secara bertahap dapat memberikan sebuah solusi terkait permasalahan yang dihadapi namun tetap disesuaikan dengan karakteristik sasaran yang ada.

C. Luas lahan

Luas lahan merupakan luasan lahan yang diusahakan oleh petani responden ketika penelitian dilakukan yang dinyatakan dalam satuan hektar (Ha). Data Luasan lahan yang digunakan dalam usahatani oleh petani jagung di Desa Alasrejo nilai terendah adalah 0,14 Ha, dengan nilai luasan lahan tertinggi adalah 2 Ha. Berdasarkan luas lahan yang ada ada di Desa Alasrejo Kecamatan

Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi terdapat Data distribusi responden menurut luas lahan disajikan pada tabel 5.4 berikut:

Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	0,14 – 0,75	35	78
2	0,76 – 1,37	3	5
3	1,38 – 2	8	17
Total		45	100
Rata-rata (0,58)			

Sumber: Pengolahan Data Responden, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa luasan lahan sebagian besar petani jagung di Desa Alasrejo adalah seluas 0,14 sampai dengan 2 Ha. Berdasarkan keadaan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar lahan yang digunakan para petani responden merupakan lahan keluarga yang dikelola secara turun temurun. Lahan merupakan unsur produksi yang tahan lama yang dapat diwariskan dari generasi ke generasi. Lahan keluarga yang dikelola secara turun temurun akan berangsur berkurang jumlah luasannya karena dilakukannya pembagian luasan lahan pada setiap generasinya yang akan diwariskan.

Petani yang memiliki lahan luas maka petani dapat mencoba suatu inovasi tersebut pada sebagian lahannya dan jika berhasil petani akan melakukan penerapan inovasi pada keseluruhan lahan yang mereka miliki. Namun, bagi petani yang memiliki lahan sempit dan sewa, sulit untuk menerima inovasi karena petani takut jika inovasi tersebut mengalami kegagalan, menurut (Kartasapoetra, 1991) menyatakan bahwa petani dengan lahan pertanian yang sempit yakni rata-rata dibawah 0,5 hektar, mereka selalu berbuat dengan waspada lebih hati-hati karena takut mengalami kegagalan dan akan berdampak dalam keputusan penjualan hasil pasca panennya melalui sosial media *facebook*. Keseluruhan wilayah yang menjadi tempat penanaman atau mengerjakan proses penanaman budidaya jagung, luas lahan menjadi jumlah atau hasil yang akan diperoleh

5.4.2 Hasil Evaluasi Penyuluhan

A. Evaluasi Pengetahuan Petani

Pre-test aspek pengetahuan untuk mengukur peningkatan pengetahuan sasaran dilakukan dengan analisa skoring kuisioner evaluasi pengetahuan yang diberikan sebanyak 22 butir pertanyaan yang berkaitan dengan materi penyuluhan yaitu fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Berdasarkan dari jawaban responden, maka perhitungan hasil pre-test dapat dilihat analisa skoring, sebagai berikut :

Skor Maksimum = 2 x 22 (pertanyaan) x 15 (responden) = 660

Skor Minimum = 1 x 22 (pertanyaan) x 15 (responden) = 330

Skor yang didapat = 395

Tabel 5.5 Kelas Interval Aspek Kognitif (*Pre-Test*)

Aspek	Kategori	N =15	Presentase %
Mengetahui Mean: 4,8	Rendah (4-4,6)	5	33
	Sedang (4,7- 5,3)	7	47
	Tinggi (5,4-6)	3	20
Memahami Mean: 4,8	Rendah (4-5,3)	6	40
	Sedang (5,4-6,7)	7	47
	Tinggi (6,8-8)	2	13
Aplikasi Mean : 3,5	Rendah (3-4)	8	53
	Sedang (4-5)	6	40
	Tinggi (5-6)	1	7
Analisis mean :4,6	Rendah (4-5,3)	8	53
	Sedang (5,4-6,7)	5	33
	Tinggi (6,8-8)	2	13
Sintesis Mean : 4,6	Rendah (4-5,3)	7	47
	Sedang (5,4-6,7)	7	47
	Tinggi (6,8-8)	1	7
Evaluasi Mean : 3,8	Rendah (3-4)	5	33
	Sedang (4-5)	5	33
	Tinggi (5-6)	5	33

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa beberapa kriteria penilaian antara lain mengetahui, memahami, aplikasi, analisis, sistesis, dan evaluasi yang

sudah tergolong dengan kategori rendah, sedang dan tinggi. Total skor yang diperoleh total skor berjumlah 395. Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut : . Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Total Skor / Skor Maks} \times 100\% = 395 / 660 \times 100\% = 60\%$$

Berdasarkan analisis data diatas menunjukkan hasil dari nilai atau skor *pre-test* menunjukkan presentase 60% tingkat pengetahuan dengan kategori analisis. Sedangkan untuk melihat perubahannya, maka dilakukan analisis data *post-test* atau setelah dilaksanakannya penyuluhan, kuesioner diberikan langsung selesai dilaksanakannya penyuluhan. Berdasarkan jawaban responden yang telah ditabulasikan, berikut adalah analisis data menggunakan analisa skoring :

$$\text{Skor Maksimum} = 2 \times 22 (\text{pertanyaan}) \times 15 (\text{responden}) = 660$$

$$\text{Skor Minimum} = 1 \times 22 (\text{pertanyaan}) \times 15 (\text{responden}) = 330$$

$$\text{Skor yang didapat} = 556$$

Tabel 5.6 Kelas Interval Aspek Kognitif (*Post-Test*)

Aspek	Kategori	N=15	Presentase%
Mengetahui Mean: 7,1	Rendah (4-5,3)	1	7
	Sedang (5,4-6,7)	1	7
	Tinggi (6,8-8)	13	87
Memahami Mean: 6,7	Rendah (4-5,3)	1	7
	Sedang (5,4-6,7)	3	20
	Tinggi (6,8-8)	11	73
Aplikasi Mean : 5,3	Rendah (3-4)	1	7
	Sedang (4-5)	6	40
	Tinggi (5-6)	13	87
Analisis mean :6,2	Rendah (4-5,3)	2	13
	Sedang (5,4-6,7)	2	13
	Tinggi (6,8-8)	11	73
Sintesis mean ; 6,4	Rendah (4-5,3)	4	27
	Sedang (5,4-6,7)	7	47
	Tinggi (6,8-8)	4	27
Evaluasi mean : 2	Rendah (3-4)	2	13
	Sedang (4-5)	4	27
	Tinggi (5-6)	8	53

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa beberapa kriteria penilaian antara lain mengetahui, memahami, aplikasi, analisis, sistesis, dan evaluasi yang sudah tergolong dengan kategori rendah, sedang dan tinggi. Total skor yang diperoleh total skor berjumlah 556. Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Total Skor / Skor Maks} \times 100\% = 556 / 660 \times 100\% = 84\%$$

Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan prosentase skor jawaban post-test sebesar 84% dan dalam kategori evaluasi. Jika kita lihat dari peningkatan pengetahuan, didapatkan perhitungan peningkatan sebagai berikut :

$$\text{Peningkatan Pengetahuan} = \text{Nilai Post test} - \text{Nilai Pre test}$$

$$= 84\% - 60\%$$

$$= 24\%$$

Dari hasil tersebut diketahui bahwa terjadinya peningkatan pengetahuan pengelola mengenai materi pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil hasil penelitian yakni nilai post test dikurangi nilai pretest menunjukkan hasil sebesar 24%. Adapun hasil uji t dari hasil evaluasi pengetahuan bisa kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.6 Uji T Berpasangan Hasil Pengetahuan

Paired Samples Test										
Paired Differences										
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)	
					Lower	Upper				
Pair 1	PRE TEST - POST	10,733	3,95450	1,02105	-12,92326	-8,54340	10,512	14	,000	
		33								

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 5.6 diatas menunjukkan bahwa nilai sig < 0,005 dimana $0,00 < 0,05$ hal tersebut manandakan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara hasil kusioner pengetahuan pada data pretest dan posttest. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penyuluhan yang telah dilakukan terdapat peningkatan dalam pengetahuan yang signifikan pada anggota budidaya petani jagung di Desa Aalsrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. Hal ini sejalan dengan Armiaton (2021) bahwa pretest dan posttest setelah diberikan menggunakan metode diskusi dan ceramah mendapati peningkatan pengetahuan.

B. Evaluasi Sikap Petani Terhadap Penyuluhan

Analisis data sikap pengelola dilakukan dengan analisis data kuantitatif menggunakan kuisisioner skala likert. Hasil kuisisioner ditabulasi dengan berdasarkan data yang dibutuhkan dalam penelitian dan berdasarkan dari jawaban responden, maka perhitungan analisa dapat dilihat dari garis kontinum menggunakan analisa skoring, sebagai berikut :

Skor Maksimum = 5×20 (pertanyaan) $\times 15$ (responden) = 1.500

Skor Minimum = 1×20 (pertanyaan) $\times 15$ (responden) = 300

Skor yang didapat = 830

Tabel 5.7 Kelas Interval Aspek Kognitif (Pre-Test)

Aspek	Kategori	N =15	Presentase%
Menerima mean : 29	rendah (24 - 27,3)	2	13
	sedang (28,3-31,3)	11	73
	tinggi (32,3-34)	2	13
Merespon mean : 10	rendah (6 - 8)	4	27
	sedang (9-11)	5	33
	tinggi (12-14)	11	73
Menghargai mean : 10	rendah (9 - 10)	8	53
	sedang (11-12)	6	40
	tinggi (13-14)	1	7
Bertanggung jawab mean : 5	rendah (3-4)	4	27
	sedang (5-6)	8	53
	tinggi (7-8)	3	20

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa beberapa kriteria penilaian antara lain merespond, menghargai, dan bertanggung jawab yang sudah tergolong dengan kategori rendah, sedang dan tinggi. Total skor yang diperoleh total skor berjumlah 830. Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Total Skor} / \text{Skor Maks} \times 100\% = 830 / 1500 \times 100\% = 55\%$$

Berdasarkan analisis data diatas menunjukkan hasil dari nilai atau skor *pre-test* menunjukkan presentase 55% tingkat pengetahuan dengan kategori analisis. Sedangkan untuk melihat perubahannya, maka dilakukan analisis data *post-test* atau setelah dilaksanakannya penyuluhan, kuesioner diberikan langsung selesai dilaksanakannya penyuluhan. Berdasarkan jawaban responden yang telah ditabulasikan, berikut adalah analisis data menggunakan analisa skoring :

$$\text{Skor Maksimum} = 5 \times 20 \text{ (pertanyaan)} \times 15 \text{ (responden)} = 1.500$$

$$\text{Skor Minimum} = 1 \times 20 \text{ (pertanyaan)} \times 15 \text{ (responden)} = 300$$

$$\text{Skor yang didapat} = 1277$$

Tabel 5.8 Kelas Interval Aspek Kognitif (*Post-Test*)

Aspek	Kategori	N =15	Presentase%
Menerima mean : 40	rendah (30 - 31)	1	7
	sedang (32-33)	2	13
	tinggi (34-40)	13	87
Merespon mean : 16	rendah (12 - 13)	3	20
	sedang (14-16)	4	27
	tinggi (17-20)	8	53
Menghargai mean : 16	rendah (12 - 13)	2	13
	sedang (14-16)	9	60
	tinggi (17-20)	4	27
Bertanggung jawab mean : 8	rendah (5-6)	3	20
	sedang (7-8)	6	40
	tinggi (9-10)	11	73

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa beberapa kriteria penilaian antara lain merespond, menghargai, dan bertanggung jawab yang sudah

tergolong dengan kategori rendah, sedang dan tinggi. Adapun Total skor yang diperoleh total skor berjumlah 1277. Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Total Skor / Skor Maks} \times 100\% = 1277 / 1500 \times 100\% = 85\%$$

Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan prosentase skor jawaban post-test sebesar 84% dan dalam kategori evaluasi. Jika kita lihat dari peningkatan pengetahuan, didapatkan perhitungan peningkatan sebagai berikut :

$$\text{Peningkatan Pengetahuan} = \text{Nilai Post test} - \text{Nilai Pre test}$$

$$= 85\% - 55\%$$

$$= 30\%$$

Dari hasil tersebut diketahui bahwa terjadinya peningkatan pengetahuan pengelola mengenai materi pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran jagung pipil di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi khususnya petani budidaya jagung di kelompok tani Desa Alasrejo hasil penelitian yakni nilai post test dikurangi nilai pretest menunjukkan hasil sebesar 30% . Adapun hasil uji t dari hasil evaluasi sikap bisa kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.10 Uji T Berpasangan Hasil Sikap

		Paired Differences					t	df
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
					Lower	Upper		
Pai	PRE TEST	-	12,7383		-	-		
r 1	- POST	24,8667	9	3,28904	31,92095	17,81238	7,560	14,000

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 5.6 diatas menunjukkan bahwa nilai sig < 0,05 dimana $0,00 < 0,05$ hal tersebut manandakan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara hasil kusioner pengetahuan pada data pretest dan posttest. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penyuluhan yang telah dilakukan terdapat peningkatan dalam pengetahuan yang signifikan pada anggota budidaya petani jagung di Desa Aalsrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. Hal ini sejalan dengan Armiaton (2021) bahwa pretest dan posttest setelah diberikan menggunakan metode diskusi dan cerama mendapati peningkatan pengetahuan.

5.5 Pembahasan Umum

Hasil kegiatan penelitian dan implementasi rancangan penyuluhan pertanian yang sudah dilakukan di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo dibandingkan dengan keadaan yang diharapkan yang sudah disusun di kerangka pikir. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai keadaan yang diharapkan. Ketercapaian keadaan yang diharapkan adalah sejauh mana keadaan yang diharapkan bisa direalisasikan berdasarkan hasil penelitian dan implementasi rancangan penyuluhan yang dilakukan yaitu (1) Dapat melakukan penjualan secara online, (2) Masyarakat dapat memanfaatkan media *Facebook* sebagai pemasaran.

Keadaan yang pertama petani jagung dapat melakukan penjualan secara mandiri tanpa mengendalikan pengepul, hal tersebut diketahui berdasarkan hasil evaluasi penyuluhan yang sudah dilaksanakan, yaitu terjadi peningkatan pengetahuan petani mengenai fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil pengetahuan sebanyak 24% dari sikap 30% petani hanya pada tingkat menganalisis menjadi ke tahap evaluasi.

Keadaan yang kedua diharapkan pada penelitian yaitu petani Desa Alasrejo memahami fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil sehingga tidak terjadi perbedaan harga. Hal ini dikatakan

belum tercapai, Penjualan petani dalam pemasaran jagung konvensional sebesar Rp12.031.529 lebih rendah dibandingkan petani menggunakan sistem pemasaran secara online melalui media *facebook* sebesar Rp13.282.196, namun selisih antara kedua penjualan tersebut yaitu Rp1.250.667 membuat terjadinya perbedaan yang tidak signifikan di karenakan petani Desa Alasrejo tidak berani mematok harga lebih tinggi dalam memasarkan jagung pipil melalui sosial media *facebook*.

Pada keadaan yang diharapkan berikutnya yaitu, petani dapat memanfaatkan media *facebook* sebagai pemasaran sudah tercapai, hal tersebut diketahui berdasarkan hasil evaluasi penyuluhan yang sudah dilaksanakan, yaitu peningkatan sikap dan pengetahuan petani sudah berada pada katagori berhasil dalam memutuskan pemasaran online melalui media sosial *facebook* di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa keadaan yang diharapkan dalam penelitian yang dilakukan masih belum terealisasi. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu rencana kegiatan yang bisa digunakan untuk memperbaiki kegiatan penyuluhan kedepannya sehingga keadaan yang diharapkan bisa dicapai.

5.6 Rencana Tindak Lanjut

Rencana tindak lanjut direncanakan untuk perbaikan kegiatan penyuluhan berikutnya berdasarkan hasil dari kegiatan penyuluhan dan evaluasi penyuluhan yang sudah dilakukan. Rencana tindak lanjut yang direncanakan antara lain :

1. Adanya pendampingan kelompok tani dan melakukan monitoring yang dilakukan secara berkala untuk meninjau bahwa materi tentang *facebook* sebagai alternative pemasaran jagung pipil.
2. Menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai pihak yang terlibat yakni kelompok tani Alasrejo, masyarakat, pemerintah desa, dan dinas terkait

mengenai pengembangan pemanfaatan *facebook* sebagai alternative pemasaran jagung pipil sehingga terjadi titik temu dan kesamaan arah antar pihak-pihak tersebut yang mampu memberikan manfaat demi kesejahteraan masyarakat desa.

3. Mengajak masyarakat kelompok lain di kelompok tani Desa Alasrejo untuk ikut serta dalam kegiatan pemanfaatan *facebook* sebagai alternatif pemasaran sehingga kegiatan ini dapat meluas di seluruh kelompok tani Desa Alasrejo.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil jual jagung pipil secara *facebook* dan konvensional menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan nyata. Akan tetapi *facebook* mempengaruhi cara penjualan jagung pipil di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.
2. Rancangan penyuluhan tentang pemanfaatan media *facebook* ini sebagai media pemasaran di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi adalah (1) Tujuan penyuluhan adalah pengetahuan yang mencapai 20% meningkat dan sikap petani 80% bertanggung jawab tentang pemanfaatan media *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil ; (2) Sasaran penyuluhan ditetapkan pada kelompok tani yang berjumlah 45 dengan kriteria seperti usia, pendidikan, luas lahan, dan lama berusahatani, di anggota kelompok tani Desa Alasrejo; 3) Materi penyuluhan yang disampaikan 1) tentang pemanfaatan jagung pipil sebagai pemasaran, 2) menganalisis tingkat penjualan jagung pipil secara online dan konvensional (4) Metode penyuluhan yang digunakan pada penyuluhan pertama dan kedua adalah metode pendekatan kelompok dan pendekatan individu (5) Media penyuluhan yang digunakan pada penyuluhan pertama dan kedua adalah powerpoint (PPT) (6) Evaluasi penyuluhan mengenai pertama untuk mengetahui aspek pengetahuan dan evaluasi kedua dilakukan untuk mengetahui aspek sikap.
3. Hasil evaluasi penyuluhan aspek pengetahuan sebesar 60% (*pretest*) dalam kategori cukup, dan hasil sebesar 84% (*posttest*) dalam kategori baik, terjadi peningkatan 24% pengetahuan secara signifikan. Pada aspek sikap menunjukkan 55% (*pretest*) dalam kategori cukup, dan hasil sebesar 85%

(*posttest*) dalam baik, terjadi peningkatan 30% sikap secara signifikan.

6.2 Saran

1. Keaktifan dari penyuluh juga dibutuhkan guna membantu permasalahan petani mengenai usahataniya.
2. Peneliti , penulis mengharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi petani dan instansi terkait untuk dapat meningkatkan motivasi petani dalam menerapkan pemupukan pada tanaman jagung sehingga produksi yang dihasilkan baik, dan dapat menambah penjualan yang cukup menunjang kebutuhan sehari-hari.
3. Bagi BPP Kecamatan Wongsorejo perlu dilakukannya kegiatan penyuluhan mengenai pentingnya penerapan perhitungan analisis usahatani sebelum dilakukannya kegiatan usahatani, agar petani Desa Alasrejo mampu menerapkan analisis usahatani.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawati, P., Dea, I.A, Gede.S, Togar. M.S. (2016). *Pengembangan Potensi Lokal Di Desa Panawangan Sebagai Model Desa Vokasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Peningkatan Ketahanan Pangan Nasional*. Jurnal Socioteknologi, 15(1), 59-67.
- Aisi, O. K. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sektor Promosi Usaha Kecil di Era Pandemi. *At-Tasyri': Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 70-84.
- Al Furqon, M. F. (2018). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian. *Studi Pustaka*, 6(2), 167-182.
- Aljawiy, A. Y., & Muklason, A. (2011). Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya.
- Asngari, P.S. (1984). *Persepsi Direktur Penyuluhan Tingkat —Karesidena dan Kepala Penyuluh Pertanian terhadap Peranan dan Fungsi Lembaga Penyuluhan Pertanian di Negara Bagian Texas Amerika Serikat*. Media Peternakan 9(2):1–43.
- Bachriani, R. S. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian. *Jurnal Ilmiah Adbis (Administrasi Bisnis)*, 1(2), 167-182.
- Bestina, Supriyanto, Hartono S, Syam A. (2005). *Kinerja Penyuluh Pertanian dalam Pengembangan Agribisnis Nenas di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar*. Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian; 8 (2): 218- 231.
- [BPS]. (2022). Badan Pusat Statistik. Hal 4 tabel 1. BPS- Statistic Indonesia.
- Dahlia, A. B., & Tahir, R. (2021). Strategi Pemasaran Jagung Hibrida Sebagai Program Unggulan Daerah Di Kecamatan Cina, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 4(1), 106-115
- Daniel, Moehar. (2004). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dayana., Sinurat F.K. (2011). *Komunikasi Penyuluhan dan Adopsi Inovasi*. Ojs.uma.ac.id. Vol 1(2). Dapat diakses pada: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/view/87/57>. *Pertanian*. Yogyakarta: Pintar.
- Febriyanti, Elis Et Al. (2017). "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk." *Conference On Information Technology, Information System And Electrical Engineering (Citisee)*: 254–57.
- Feryanto F. (2015). *Pengaruh Institusi Terhadap Kinerja Gabungan Kelompok Tani Dalam Upaya Menggerakkan Ekonomi Perdesaan di Jawa Barat*. Jurnal.utu.ac.id. Vol 01(1) halaman 34-35. Dapat diakses pada:

<http://jurnal.utu.ac.id/jbtani/article/view/579>. For The Net's Future, 2002,H2.

Fuady I., Lubis D.P., Lumintang R.W.E., (2015). *Perilaku Komunikasi Petani Dalam Pencarian Informasi Pertanian organic (Kasus Petani Bawang Merah di Desa Srigading Kabupaten Bantul)*. Jurnal.ipb.ac.id. Dapat diakses: <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/9065>.

Ginting M.C. (2018). *Peranan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas*. Ejournal.lmiimedan.net. Dapat diakses pada: <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/41/39>.

Hafidah N., Zulaecha M., Ariyani L. (2017). *Dampak Alih Fungsi Lahan Pertanian Terhadap Perlindungan Hak Masyarakat Atas Pangan Studi di Kabupaten Banjar*. Ppjp.ilm.ac.id. Vol 02(01) halaman 174-175. Tersedia pada: <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/blj/article/view/4064>.

Hanafi, M., & Yasir, Y. (2016). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau* (Doctoral dissertation, Riau University).

Hanafi, M. (2016). Belajar, M., Fisip, M., Riau, U.,). Untuk Variable Media Sosial Facebook Sebesar 3,900 (Lebih Besar Dari T. 3(2), 1– 12.Carolina Ratri, Sukses Membangun Toko Online, (Jakarta: Informatika (2016), H.7

Haryadi A., Yulida R., Rosnita R. (2015). *Peran Penyuluh Dalam Pemberdayaan Petani Kelapa Sawit Pola Swadaya di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis*. Media.neliti.com. Vol 02(01) halaman 6-7. Dapat diakses pada: <https://media.neliti.com/media/publications/202226-peran-penyuluhan-dalam-pemberdayaan-peta.pdf>.

Hasyim, H. (2003). *Analisis Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian*. Universitas Sumatera Utara Medan : Laporan Hasil Penelitian tidak diterbitkan.

Hidayati, P. I. (2014). *Buku Ajar Penyuluhan dan Komunikasi*. Fakultas Peternakan Universitas Kanjuruhan Malang : Buku Ajar tidak diterbitkan.

Horrigan, J. B. (2000). *New Internet users: What they do online, what they don't, and implications for the net's future*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.

Indraningsih, K. S. (2011). Pengaruh penyuluhan terhadap keputusan petani dalam adopsi inovasi teknologi usahatani terpadu. *Jurnal Agro Ekonomi*, 29(1), 1-24.

Isbandi R A. (2007). *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: dari Pemikiran Menuju Penerapan*. Depok: FISIP UI Press. <https://staff.ui.ac.id/user/1358/publications>. (diakses 20 Desember 2021).Journal. Www. Unipdu. Ac. Id, 1(1).

Karim, Z. (2017). Strategi Pemasaran Bank Syariah.

- Keller, K. L., Apéria, T., & Georgson, M. (2008). *Strategic Brand Management: A European Perspective*. Pearson Education.
- Kodoatie, R.J. & Sugiyanto, (2002). *Banjir, Beberapa Penyebab dan Metode Pengendaliannya dalam Perspektif Lingkungan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta Konvensional Dan Digital. *Probank: Jurnal Ekonomi Danperbankan*, 5(2), 176-192.
- Landa, R. (2006). *Creating Powerful Integrated Brand Solutions*. Cengagelearning.
- Leilani A., Nurmalia N., Patekkai M. (2015). *Efektivitas Penggunaan Media Penyuluhan (Kasus pada Kelompok Ranca Kembang Desa Luhur Jaya Kecamatan Cipanas Kabupaten Lebak Provinsi Banten)*. Jppik.id. Dapat diakses pada: <http://jppik.id/index.php/jppik/article/view/79>.
- Lippitt, G. (1969). *Selective Perspective for Community Resources Developments*. Raleigh, North California: Agricultural Policy Institutions.
- Listiani. (2002). *Gender dan Komunitas Perempuan Pedesaan*. Medan (ID): Bitra Indonesia
- Luanmasar, M., Timisela, N. R., & Damanik, I. P. (2022). *Produksi Dan Pemasaran jagung Di Kabupaten Maluku Barat Daya*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 18(2), 103-116.
- Lubis, S. N. (2000). *Adopsi Teknologi dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya*. Medan: USU Press.
- Managanta A.A., Ridwan R., Arsita H. (2020). *Hubungan Karakteristik Petani dan Dukungan Penyuluh Pertanian Dengan Keputusan Inovasi Varietas Santana Pada Budidaya Padi Sawah*. Researchgate.ne.
- Mandang, M., Sondakh, M. M. F., Laoh, O. E. H. (2020). *Karakteristik Petani Berlahan Sempit Di Desa Tolok Kecamatan Tompasso*. Ejournal.unsrat.ac.id. Dapat diakses pada: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jisep/article/view/27131>.
- Mardikanto, T. (2009). *Sistem penyuluhan pertanian*. Diterbitkan atas Kerja sama Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) dan UPT Penerbitan dan Pencetakan UNS (UNS Press), Universitas Sebelas Maret.
- Margono., Afrianto E. (2019). *Evaluasi Kinerja Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) di Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo*. Ojs.umb.ac.id. Dapat diakses pada: <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JAS/article/view/263>.
- Mariana B. (2014). *Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Pemebelajaran IPA Menggunakan Model Panca Indra*. Dapat diakses pada: <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/8193/pdf>.

- Mariati T. (2018). Dukungan Suami Dengan Pemilihan Penggunaan Kontrasepsi Intra Uterine Device (Iud). *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan R.S. Dr. Soetomo*, Issn: 2581-219x, Vol.4, No.2, Oktober 2018: 98-109.
- Mariati, E. Y., Syeilendra, S., & Kadir, T. H. (2018). Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas Vii. 6 Dalam Praktek Vokal Melalui Metode Tutor Sebaya Di Smp Negeri 1 Padang Gelugur. *Jurnal Sendratasik*, 7(4), 74- 80.
- Maris, P. (2013). *Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Petani Dengan Tingkat Adopsi Teknologi Pht Pasca Slpht Padi Di Desa Metuk Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali*. Universitas Negeri Surakarta : Skripsi tidak diterbitkan.
- Maryati, S. (2015). *Dinamika Pengangguran Terdidik: Tantangan Menuju Bonus Demografi di Indonesia*. *Journal of Economic and Economic Education. Media Sosial Facebook* Sebesar 3,900 (Lebih Besardari T.” 3(2): 1 12.
- Mikkelsen B. (1999). *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan: sebuah buku pegangan bagi para praktisi lapangan*. Jakarta: Yayasan obor Indonesia.
- Mosher, A. T. (1987). *Menggerakkan dan membangun pertanian: syarat-syarat pokok pembangunan dan modernisasi*. Jakarta: CV. Yasaguna.
- Mulyaningsih A., Hubies A.V.S., Sadono D., Susanto D., (2018). *Partisipasi Petani pada Usahatani Padi, Padi, dan Kedelai Perspektif Gender*. *Jurnal Penyuluhan*. [Journal.ipb.ac.id](http://journal.ipb.ac.id). Dapat diakses pada: <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jupe/article/view/18546>.
- Muryadi, A. D. (2017). Model Evaluasi Program Dalam Penelitian Evaluasi. *Jurnal Ilmiah Penjas*. Vol 3 (1)
- Nasrullah, R. (2016). Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah. Universitas Muhammadiyah Malang, 2008, 7–24.
- Nawari, N., & Ulfa, L. A. (2020). Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Pemasaran Konvensional Dan Digital. *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 5(2), 176-192.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. PT. Rineka Cipta.
- Nuraeni,. (2014). *Strategi Pembelajaran Untuk Anak Usia Dini*. [Ejournal.undikma.ac.id](http://ejournal.undikma.ac.id). Pandemi. *At-Tasyri': Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 70- 84. Pengembangan Pendidikan Uns Dan Uns Press.
- Indonesia, U. U. R. (2006). Nomor 16 tahun 2006 tentang sistem penyuluhan pertanian, perikanan, dan kehutanan. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Penyuluhan Pembangunan Pertanian (1993) . Surakarta : UNS Press.
- Puttileihat PM. (2007). *Hubungan perilaku komunikasi dengan perilaku usahatani petani minyak kayu putih*. Tesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Qasim, M., & Maskiah, M. (2016). *Perencanaan Pengajaran dalam Kegiatan Pembelajaran*. Jurnal Diskursus Islam, 4(3), 484–492.
- Rachmah, A.D. (2019). *Deskripsi dan Faktor Penentu Tren Peralihan Usahatani Mangga ke Padi di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat*. Jatinangor: Universitas Padjajaran
- Roslioni, S. M. (2017). *Pengaruh Pemberian Reward and Punishment Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas X Pada Mata Pelajaran PKN di SMA Pasundan 3 Bandung*. FKIP Unpas. Dapat diakses pada: <http://repository.unpas.ac.id/30307/>.
- Sadana, Agus. (2014). *Perencanaan Kawasan Permukiman*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sadono, D., Sumardjo, Gani, D. S., dan Amanah, S. (2014). *Farmer Empowerment in The Management of Rice Farming in Two Districts*. Journal of Rural Indonesia. 2 (1): 105 – 126.
- Sawitri, B., Nurtilawati. (2019). *Kapasitas Petani Padi Dalam Penerapan Teknologi Pengolahan Tanaman Terpadu (PTT) di Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor Jawa Barat*. Jurnal.polbangtanmalang.ac.id
- Shinta, Agustina. (2011). *Ilmu Usahatani*. Universitas Brawijaya Press, Malang
- Sholahuddin, Setyawan AA. (2017). *Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Niat Mengadopsi Solopos Epaper*. Seminar Nasional Riset Manajemen Bisnis
- Slamet, Y. (1993). *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Soedijanto, P. (1996). *Evaluasi Penyuluhan Pertanian*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Soekartawi S,. (2007). *E-agribisnis teori dan aplikasinya*. Journal.uui.ac.i. Dapat diakses pada: <https://journal.uui.ac.id/Snati/article/viewFile/1760/1540>.
- Suhartono. 2008). *Pengaruh Interval Pemberian Air Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kedelai (Glycine max (L) Merril) Pada Berbagai Jenis Tanah*. Jurnal Embryo.
- Sumampouw M. (2004). *Perencanaan Darat-Laut yang Terintegrasi dengan Menggunakan Informasi Spasial yang Partisipatif*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Suryapermana, N. (2017). *Manajemen Perencanaan Pembelajaran*. Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan, 3(02), 183–193.
- Susilawati M., Yusra A.H., Sudrajat J. (2021). *Peran Penyuluh Terhadap Peningkatan Partisipasi Anggota Kelompok Tani Padi Dalam Adopsi Teknologi Pertanian di Kabupeten Kubu Raya*. Tersedia pada: <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jsp/article/view/43101>.

- Utina R. (2011). *Kecerdasan Ekologis Dalam Kearifan Lokal Masyarakat Bajo Desa Torosiaje Provinsi Gorontalo*. Repository.ung.ac.id. Halaman 15-16.
- [UU No. 20/2003]. (2003). Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. <http://simkeu.kemdikbud.go.id/index.php/peraturan1/8-uu-undang-undang/12-uu-no-20-tahun-2003-tentang-sistem-pendidikan-nasional>. (Diakses 20 Desember 2022).
- [UU SP3K.16/2006]. (2006). Undang-Undang Nomor 16 tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan. Menteri Pertanian Republik Indonesia. <https://bilapertanian.blogspot.com/2010/06/undang-undang-no-16-tahun-2006-sp3k.html>. (Diakses 20 Desember 2022).
- [UUD 1945/26 ayat 2]. (1945). Undang-Undang Dasar 1945 Nomer 26 Ayat 2 tentang Penduduk Indonesia adalah Warga Negara Indonesia dan Warga Negara Asing yang bertempat tinggal di Indonesia.
- Wibowo, H. S. (2015). *Metode Evaluasi Pembelajaran Inklusif bagi Peserta Didik Difabel Netra*. INKLUSI Journal of Disability Studies, 2(1), 87–108
- Yulida R., (2012). *Persepsi Petani Terhadap Usahatani Lahan Pekarangan (Studi Kasus Usahatani Lahan Pekarangan Di Kecamatan Kerinci Kabupaten Pelalawan)*. Ijae.ejournal.unri.ac.id. Dapat diakses pada: <https://ijae.ejournal.unri.ac.id/index.php/IJAE/article/view/1552>.
- Zakaria, W. A. (2009). *Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Kunci Kesejahteraan Petani*. Lampung: Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

Lampiran 1. Kuisisioner

**LAMPIRAN
KUISIONER PENYULUHAN
DI DESA ALASREJO KECAMATAN WONGSOREJOKABUPATEN
BANYUWANGI**

No. Responden	
Tanggal Pengisian	

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Umur :
5. Pendidikan :
6. Pengalaman Usahatani jagung :
7. Kelompok Tani :

B. DATA USAHATANI JAGUNG

1. Luas Lahan :
2. Hasil Produksi :
3. Harga Jual online/offline :

C. ASPEK PENGETAHUAN

No	Pernyataan	Jawaban	
		BENAR	SALAH
MENGETAHUI			
1	Facebook adalah media untuk berkomunikasi		
2	Media ini dapat digunakan untuk bertukar informasi		
3	Teknologi baru dalam media sosial dapat memudahkan Berkomunikasi		
4	Facebook merupakan jenis metode berkomunikasi		
MEMAHAMI			
5	Facebook lebih banyak digunakan untuk berkomunikasi		

6	Penggunaan media sosial yang tidak baik akan menghasilkan feedback yang baik		
7	Media sosial <i>facebook</i> dapat berbagi foto dan video		
8	Media sosial <i>facebook</i> dapat berbagi informasi yang jelas.		
MENERAPKAN			
9	Saya dapat mengoperasikan <i>facebook</i>		
10	Saya dapat mengajari anggota lain dalam mengoperasikan <i>facebook</i>		
11	Penerapan media sosial <i>facebook</i> tidak boleh sembarangan		
ANALISIS			
12	Media sosial <i>facebook</i> untuk sebagai informasi penjualan		
13	Dalam mengenalkan sebuah produk melewati <i>facebook</i>		
14	Penggunaan media sosial yang baik akan memberikan dampak yang baik.		
15	<i>Facebook</i> digunakan setiap hari untuk updating informasi		
EVALUASI/SINTESIS			
16	<i>Facebook</i> tidak dapat digunakan sebagai alternative promosi		
17	<i>Facebook</i> sebaiknya digunakan dengan bijak		
18	Pengelelolaan profil <i>facebook</i> dapat membantu penyebaran informasi yang efektif		
19	Sebagai wadah untuk bertukar pikiran dan informasi untuk masyarakat luas		
MENCIPTA			
20	Saya dapat merakit materi untuk sebuah informasi		
21	Saya dapat mengembangkan materi yang sudah ada agar lebih menarik		
22	Melengkapi desain yang kurang dalam media sosial <i>facebook</i>		

D. ASPEK SIKAP

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
MENERIMA					
1	Media sosial adalah hal positif dari sudut pandang kanan (positif)				
2	Media sosial adalah hal negative dari sudut pandang kiri (negative)				
3	Saya suka menggunakan media sosial <i>facebook</i>				
4	Saya menyukai media sosial facebook dalam menyebarkan informasi karena efektif dan efisien				
5	Saya dan keluarga tidak terlalu bergantung pada media sosial				
6	Selagi bagus untuk konten dan tidak menyinggung adat maupun agama sangat baik				
7	Kelompok tani harus membantu dalam mengembangkan media sosial sebagai media sosial media penjualan				
8	Ppl harus membantu dalam mengembangkan media sosial sebagai media sosial media penjualan				
9	Jika kelompok tani mengoptimalkan fungsi media sosial untuk keperluan sosial media penjualan maka saya juga melakukannya				
10	Jika kelompok mengoptimalkan fungsi media sosial untuk keperluan sosial media penjualan maka saya juga melakukannya				
MERESPON					
11	Kelompok tani harus melakukan dalam menyebarkan informasi terkait pemasaran maka saya akan melakukannya				
12	Dalam mempromosikan jagung pipil saya akan melakukannya di media sosial facebook agar lebih efektif dan efisien dalam penyebaran informasinya.				
13	Media tidak memiliki peran penting baik pemasarn online				
14	Menambah angka kerugian pada saat menggunakan pemasaran online				
MENGHARGAI					
15	Dengan pemasaran online dapat menarik minat petani untuk lebih produktif lagi				
16	Partisipasi petani dapat meningkat dengan adanya inovasi metode dan teknik pemasaran online				
17	Pemasaran online akan lebih baik jika dilakukan oleh setiap anggota kelompok tani				

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
18	Alangkah baiknya jika dalam pemasaran online jagung pipil di kemas dengan baik				
TANGGUNG JAWAB					
19	Meskipun pemasaran online peluangnya tinggi, harus tetap ada kualitas yang harus tetap dijaga				
20	Pemasaran online tidak maksimal apabila masih ada permainan harga				

Lampiran 2. Data Responden

No	Nama Petani	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Usahatani (Tahun)	Luas Lahan (Ha)
1	Sudibyو	L	57	SD	22	0,42
2	Sucipto	L	59	SMP	24	0,14
3	Agusyanto	L	74	SD	39	0,28
4	Atmaye	L	69	SMP	34	0,21
5	Suwandi	L	60	SD	35	0,14
6	Imam	L	62	SD	25	0,14
7	Anis	L	56	SD	26	0,14
8	Jasuli	L	39	SMA	4	0,175
9	Elham	L	44	S1	15	1
10	David	L	66	SMA	30	1
11	Ngatiman	L	52	SMA	29	1,5
12	Sulihan	L	74	SD	32	0,35
13	Husnan	L	72	SD	24	0,28
14	Sofia	P	50	SMP	8	0,28
15	Suhawi	L	51	SMA	10	0,21
16	Misto	L	76	SD	35	0,42
17	Mulyono	L	67	SMP	17	0,14
18	Romlah	L	47	SD	23	0,21
19	Siti khotijah	P	53	SMP	21	0,28
20	Mahfud	L	65	SMP	19	0,28
21	Zainal hasan	L	62	SD	27	2
22	Dyah	L	73	SD	32	0,28
23	Niwati	L	60	S1	5	0,56
24	Halim	L	62	SMA	26	0,7

No	Nama Petani	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Usahatani (Tahun)	Luas Lahan (Ha)
25	Glendang	L	54	SMA	18	0,21
26	Sutikma	L	63	SD	32	0,14
27	Gotok	L	46	SD	7	2
28	Andi	L	69	SD	23	0,49
29	Cahyono	L	38	SMA	4	0,63
30	Hamid	L	72	SMA	26	0,28
31	Riyanto	L	58	SMP	27	0,56
32	Hilmiyah	P	42	SMA	7	0,35
33	Dani	L	48	SD	5	2
34	Busana	L	61	SD	15	1,5
35	Jibto	L	68	SD	19	0,28
36	Giman	L	63	SMA	10	0,28
37	Kamsi	L	61	SMP	11	1,5
38	Niyanto	L	51	SD	15	1,5
39	Rosidah	P	58	SD	28	0,56
40	Halimah	P	62	SD	24	0,21
41	Matsaini	L	60	SD	19	0,28
42	Diso	L	43	SD	10	0,7
43	Muksin	L	63	SMP	20	0,56
44	Kastin	L	60	SD	29	0,21
45	Suto	L	66	SMA	35	0,28

Lampiran 3. Data Penjualan Konvensional dan Facebook

NO	NAMA	KONVENSIONAL			FACEBOOK		
		Harga Jual	Hasil Panen (Kg)	Hasil Penjualan	Harga Jual	Hasil Panen (Kg)	Hasil Penjualan
1	Sudibyo	5200	3200	16,640,000	5500	3200	17,600,000
2	Sucipto	5200	1800	9,360,000	5500	1800	9,900,000
3	Agusyanto	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
4	Atmaye	5200	2400	12,480,000	5500	2400	13,200,000
5	Suwandi	5200	1800	9,360,000	5500	1800	9,900,000
6	Imam	5200	1800	9,360,000	5500	1800	9,900,000
7	Anis	5200	1800	9,360,000	5500	1800	9,900,000
8	Jasuli	5200	1900	9,880,000	5500	1900	10,450,000
9	Elham	5200	6000	31,200,000	5500	6000	33,000,000
10	David	5200	6000	31,200,000	5500	6000	33,000,000
11	Ngatiman	5200	8000	41,600,000	5500	8000	44,000,000
12	Sulihan	5200	3000	15,600,000	5500	3000	16,500,000
13	Husnan	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
14	Sofia	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
15	Suhawi	5200	2400	12,480,000	5500	2400	13,200,000
16	Misto	5200	3200	16,640,000	5500	3200	17,600,000
17	Mulyono	5200	1800	9,360,000	5500	1800	9,900,000
18	Romlah	5200	2400	12,480,000	5500	2400	13,200,000
19	Siti khotijah	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
20	Mahfud	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
21	Zainal hasan	5200	12000	62,400,000	5500	12000	66,000,000
22	Dyah	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
23	Niwati	5200	3500	18,200,000	5500	3500	19,250,000
24	Halim	5200	4500	23,400,000	5500	4500	24,750,000

NO	NAMA	KONVENSIONAL			FACEBOOK		
		Harga Jual	Hasil Panen (Kg)	Hasil Penjualan	Harga Jual	Hasil Panen (Kg)	Hasil Penjualan
25	Glendang	5200	2400	12,480,000	5500	2400	13,200,000
26	Sutikma	5200	1800	9,360,000	5500	1800	9,900,000
27	Gotok	5200	12000	62,400,000	5500	12000	66,000,000
28	Andi	5200	4200	21,840,000	5500	4200	23,100,000
29	Cahyono	5200	5500	28,600,000	5500	5500	30,250,000
30	Hamid	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
31	Riyanto	5200	6500	33,800,000	5500	6500	35,750,000
32	Hilmiyah	5200	4000	20,800,000	5500	4000	22,000,000
33	Dani	5200	12000	62,400,000	5500	12000	66,000,000
34	Busana	5200	8000	41,600,000	5500	8000	44,000,000
35	Jibto	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
36	Giman	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
37	Kamsi	5200	8000	41,600,000	5500	8000	44,000,000
38	Niyanto	5200	8000	41,600,000	5500	8000	44,000,000
39	Rosidah	5200	5200	27,040,000	5500	5200	28,600,000
40	Halimah	5200	2400	12,480,000	5500	2400	13,200,000
41	Matsaini	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000
42	Diso	5200	4500	23,400,000	5500	4500	24,750,000
43	Muksin	5200	3500	18,200,000	5500	3500	19,250,000
44	Kastin	5200	2400	12,480,000	5500	2400	13,200,000
45	Suto	5200	2700	14,040,000	5500	2700	14,850,000

Lampiran 4. Hasil Tabulasi Data

No	Nama Petani	Luas Lahan (Ha)	Biaya Tetap		Total Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel				Total Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)	Hasil Panen (Kg)	Harga Jual Konvensional (Rp)	Harga Jual online (Rp)	Penerimaan Konvensional (Rp)	Penerimaan Online (Rp)	Penjualan Konvensional (Rp)	Penjualan Online (Rp)	Kelayakan Usahatani		
			Sewa Lahan (Rp)	Penyusutan Alat (Rp)		Benih (Rp)	Pupuk (Rp)	Pestisida (Rp)	Tenaga Kerja (Rp)										R/C	BEP produksi (Kg)	BEP Harga (Rp)
1	Sudibyo	0,42	5,000,000	225,000	5,225,000	325,000	1,600,000	300,000	1,600,000	3,825,000	9,050,000	320	5,200	5,500	16,640,000	17,600,000	7,590,000	8,550,000	1.83867	1,740	2,828
2	Sucipto	0,14	5,000,000	72,500	5,072,500	85,000	360,000	300,000	360,000	1,105,000	6,177,500	180	5,200	5,500	9,360,000	9,900,000	3,182,500	3,722,500	1.51518	1,188	3,432
3	Agusyanto	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	270	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2.00285	1,348	2,596
4	Atmaye	0,21	5,000,000	120,667	5,120,667	150,000	445,000	300,000	445,000	1,340,000	6,460,667	240	5,200	5,500	12,480,000	13,200,000	6,019,333	6,739,333	1.93169	1,242	2,692
5	Suwandi	0,14	5,000,000	72,500	5,072,500	85,000	360,000	300,000	360,000	1,105,000	6,177,500	180	5,200	5,500	9,360,000	9,900,000	3,182,500	3,722,500	1.51518	1,188	3,432
6	Imam	0,14	5,000,000	72,500	5,072,500	85,000	360,000	300,000	360,000	1,105,000	6,177,500	180	5,200	5,500	9,360,000	9,900,000	3,182,500	3,722,500	1.51518	1,188	3,432
7	Anis	0,14	5,000,000	72,500	5,072,500	85,000	360,000	300,000	360,000	1,105,000	6,177,500	180	5,200	5,500	9,360,000	9,900,000	3,182,500	3,722,500	1.51518	1,188	3,432
8	Jasuli	0,17	5,000,000	80,000	5,080,000	100,000	380,000	300,000	380,000	1,160,000	6,240,000	190	5,200	5,500	9,880,000	10,450,000	3,640,000	4,210,000	1.58333	1,200	3,284
9	Elham	1	5,000,000	2,445,893	7,445,893	1,600,000	2,400,000	1,000,000	2,400,000	7,400,000	14,845,893	600	5,200	5,500	31,200,000	33,000,000	16,354,107	18,154,107	2.10159	2,855	2,474
10	David	1	5,000,000	2,445,893	7,445,893	1,600,000	2,400,000	1,000,000	2,400,000	7,400,000	14,845,893	600	5,200	5,500	31,200,000	33,000,000	16,354,107	18,154,107	2.10159	2,855	2,474
11	Ngatiman	1,5	5,000,000	2,590,833	7,590,833	2,000,000	3,000,000	1,600,000	3,000,000	9,600,000	17,190,833	800	5,200	5,500	41,600,000	44,000,000	24,409,167	26,809,167	2.41989	3,306	2,149
12	Sulihan	0,35	5,000,000	191,667	5,191,667	300,000	730,000	300,000	730,000	2,060,000	7,251,667	300	5,200	5,500	15,600,000	16,500,000	8,348,333	9,248,333	2.15123	1,395	2,417
13	Husnan	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	270	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2.00285	1,348	2,596
14	Suhawi	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	270	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2.00285	1,348	2,596
15	Sofia	0,21	5,000,000	120,667	5,120,667	120,000	445,000	300,000	445,000	1,310,000	6,430,667	240	5,200	5,500	12,480,000	13,200,000	6,049,333	6,769,333	1.9407	1,237	2,679
16	Misto	0,42	5,000,000	225,000	5,225,000	325,000	1,600,000	300,000	1,600,000	3,825,000	9,050,000	320	5,200	5,500	16,640,000	17,600,000	7,590,000	8,550,000	1.83867	1,740	2,828
17	Mulyono	0,14	5,000,000	72,500	5,072,500	85,000	360,000	300,000	360,000	1,105,000	6,177,500	180	5,200	5,500	9,360,000	9,900,000	3,182,500	3,722,500	1.51518	1,188	3,432
18	Siti Khotijah	0,21	5,000,000	120,667	5,120,667	120,000	445,000	300,000	445,000	1,310,000	6,430,667	240	5,200	5,500	12,480,000	13,200,000	6,049,333	6,769,333	1.9407	1,237	2,679
19	Isromlah	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	270	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2.00285	1,348	2,596
20	Kastin	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	270	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2.00285	1,348	2,596

2 1	Mahfud	2	5,000,000	2,590,833	7,590,833	3,000,000	4,000,000	2,000,000	4,000,000	13,000,000	20,590,833	12000	5,200	5,500	62,400,000	66,000,000	41,809,167	45,409,167	3,03047	3,960	1,716
2 2	Zainal hasan	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	2700	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2,00285	1,348	2,596
2 3	Dyah	0,56	5,000,000	290,000	5,290,000	520,000	1,960,000	600,000	1,960,000	5,040,000	10,330,000	3500	5,200	5,500	18,200,000	19,250,000	7,870,000	8,920,000	1,76186	1,987	2,951
2 4	Niwati	0,7	5,000,000	217,500	5,217,500	600,000	2,000,000	800,000	2,000,000	5,400,000	10,617,500	4500	5,200	5,500	23,400,000	24,750,000	12,782,500	14,132,500	2,20391	2,042	2,359
2 5	Halimah	0,21	5,000,000	120,667	5,120,667	120,000	445,000	300,000	445,000	1,310,000	6,430,667	2400	5,200	5,500	12,480,000	13,200,000	6,049,333	6,769,333	1,9407	1,237	2,679
2 6	Glendang	0,14	5,000,000	72,500	5,072,500	85,000	360,000	300,000	360,000	1,105,000	6,177,500	1800	5,200	5,500	9,360,000	9,900,000	3,182,500	3,722,500	1,51518	1,188	3,432
2 7	Sutikma	2	5,000,000	2,590,833	7,590,833	3,000,000	4,000,000	2,000,000	4,000,000	13,000,000	20,590,833	12000	5,200	5,500	62,400,000	66,000,000	41,809,167	45,409,167	3,03047	3,960	1,716
2 8	G0tok	0,49	5,000,000	189,583	5,189,583	325,000	1,600,000	300,000	1,600,000	3,825,000	9,014,583	4200	5,200	5,500	21,840,000	23,100,000	12,825,417	14,085,417	2,42274	1,734	2,146
2 9	Andi	0,63	5,000,000	217,500	5,217,500	585,000	1,960,000	650,000	1,960,000	5,155,000	10,372,500	5500	5,200	5,500	28,600,000	30,250,000	18,227,500	19,877,500	2,75729	1,995	1,886
3 0	Cahyono	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	2700	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2,00285	1,348	2,596
3 1	Hamid	0,56	5,000,000	168,333	5,168,333	520,000	1,960,000	600,000	1,960,000	5,040,000	10,208,333	6500	5,200	5,500	33,800,000	35,750,000	23,591,667	25,541,667	3,31102	1,963	1,571
3 2	Riyanto	0,35	5,000,000	225,000	5,225,000	300,000	720,000	300,000	720,000	2,040,000	7,265,000	4000	5,200	5,500	20,800,000	22,000,000	13,535,000	14,735,000	2,86304	1,397	1,816
3 3	Dani	2	5,000,000	2,590,833	7,590,833	3,000,000	4,000,000	2,000,000	4,000,000	13,000,000	20,590,833	12000	5,200	5,500	62,400,000	66,000,000	41,809,167	45,409,167	3,03047	3,960	1,716
3 4	Busana	1,5	5,000,000	2,590,833	7,590,833	2,000,000	3,000,000	1,600,000	3,000,000	9,600,000	17,190,833	8000	5,200	5,500	41,600,000	44,000,000	24,409,167	26,809,167	2,41989	3,306	2,149
3 5	Jibto	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	2700	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2,00285	1,348	2,596
3 6	Giman	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	2700	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2,00285	1,348	2,596
3 7	Jibto	1,5	5,000,000	2,590,833	7,590,833	2,000,000	3,000,000	1,600,000	3,000,000	9,600,000	17,190,833	8000	5,200	5,500	41,600,000	44,000,000	24,409,167	26,809,167	2,41989	3,306	2,149
3 8	Hilmiyah	1,5	5,000,000	2,590,833	7,590,833	2,000,000	3,000,000	1,600,000	3,000,000	9,600,000	17,190,833	8000	5,200	5,500	41,600,000	44,000,000	24,409,167	26,809,167	2,41989	3,306	2,149
3 9	Paijan	0,56	5,000,000	263,333	5,263,333	520,000	1,960,000	600,000	1,960,000	5,040,000	10,303,333	5200	5,200	5,500	27,040,000	28,600,000	16,736,667	18,296,667	2,62439	1,981	1,981
4 0	Rosida	0,21	5,000,000	120,667	5,120,667	120,000	445,000	300,000	445,000	1,310,000	6,430,667	2400	5,200	5,500	12,480,000	13,200,000	6,049,333	6,769,333	1,9407	1,237	2,679
4 1	Niyanto	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	2700	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2,00285	1,348	2,596
4 2	Suto	0,7	5,000,000	263,333	5,263,333	600,000	2,000,000	800,000	2,000,000	5,400,000	10,663,333	4500	5,200	5,500	23,400,000	24,750,000	12,736,667	14,086,667	2,19444	2,051	2,370
4 3	Matsaini	0,56	5,000,000	168,333	5,168,333	520,000	1,960,000	600,000	1,960,000	5,040,000	10,208,333	3500	5,200	5,500	18,200,000	19,250,000	7,991,667	9,041,667	1,78286	1,963	2,917
4 4	Diso	0,21	5,000,000	120,667	5,120,667	120,000	445,000	300,000	445,000	1,310,000	6,430,667	2400	5,200	5,500	12,480,000	13,200,000	6,049,333	6,769,333	1,9407	1,237	2,679
4 5	Muksin	0,28	5,000,000	152,500	5,152,500	157,500	700,000	300,000	700,000	1,857,500	7,010,000	2700	5,200	5,500	14,040,000	14,850,000	7,030,000	7,840,000	2,00285	1,348	2,596

Lampiran 5. Matriks Pengambilan Keputusan Materi Penyuluhan

Matrik Analisa Penetapan Metode Penyuluhan Pertanian

Kegiatan penyuluhan : Melaksanakan Kegiatan Penyuluhan.

Tujuan penyuluhan : Tingkat Pengetahuan dan Sikap Anggota Kelompok Tani Terhadap Pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil.

Materi penyuluhan : Pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil

No.	Materi Penyuluhan	Pertimbangan Penetapan Materi Penyuluhan												Prioritas	Keputusan		
		a	b	c	d	e	f	g	h	l	j	k	l	m	n	Peringkat	
1	Pemanfaatan media facebook	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	Materi prioritas: Pemenfaatan media Facebook sebagai pemasaran dan analisis tingkat penjualan jagung pipil
2	Perhitungan Analisis tingkat penjualan	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	2		

Keterangan:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| a. <i>Profitable</i> | : Menguntungkan bagi sasaran |
| b. <i>Complementer</i> | : Melengkapi kegiatan usahatani petani/wisata |
| c. <i>Competability</i> | : Tidak bertentangan dengan kebiasaan/adat istiadat/budaya masyarakat |
| d. <i>Simplicity</i> | : Bersifat sederhana dan mudah dilaksanakan |
| e. <i>Availability</i> | : Sarana dan prasarananya dapat disediakan oleh sasaran |
| f. <i>Immediate Applicability</i> | : Dapat dimanfaatkan dengan baik oleh sasaran |
| g. <i>In Expesiveness</i> | : Biaya yang dibutuhkan tidak terlalu mahal |
| h. <i>Low Risk</i> | : Resiko yang dikeluarkan tidak terlalu besar |
| i. <i>Spectacular Impact</i> | : Dampak penerapannya menarik |
| j. <i>Expandible</i> | : Bersifat fleksible terhadap keadaan |
| k. <i>Vital</i> | : Sangat penting dalam mendukung kegiatan sasaran |
| l. <i>Importance</i> | : Penting dalam peningkatan usahatani |
| m. <i>Helpful</i> | : Bermanfaat bagi sasaran |
| n. <i>Super Focus</i> | : Sangat fokus dalam memenuhi kebutuhan sasaran |

Lampiran 7. Matriks Penetapan Media Penyuluhan

MATRIK ANALISA PENETAPAN MEDIA PENYULUHAN PERTANIAN

Kegiatan Penyuluhan : Melaksanakan Rancangan Penyuluhan

Tujuan Penyuluhan : Mengetahui Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap petani.

Materi Penyuluhan : Pemanfaatan media fecebook sebagai pemasaran jagung pipil dan analisis tingkat penjualan jagung pipil

Mater dan Teknk PP	Analisis penetapan metode penyuluhan pertanian							priortas	Keputusan pemilihan metode
	Karakteristik Sasaran	Tujuan Penyuluhan (P/S)	Materi penyuluhan	Media yang digunakan	Pendekatan psiko-sosial	Tingkat adopsi	Kondisi		
Bagan	-	-	-	-	-	-	-		Power Point
Diagram	-	-	-	-	-	-	-		
Grafik	-	-	-	-	-	-	-		
Poster	-	-	-	-	-	-	--		
Brosur	-	-	-	-	-	-	-		
Folder	-	-	-	-	-	-	-		
Leaflet	-	-	-	-	-	-	-		
Power Point	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	I	

P15	Pearson Correlation	,080	,183	,183	,431**	,365**	-,068	,277	,386**	-,183	,280	,431**	,085	,167	,433**	1	,354**	,080	-,089	,444**	,181	,028	,585**	,561**
	Sig. (2-tailed)	,543	,163	,163	,001	,004	,605	,032	,002	,163	,030	,001	,520	,203	,001		,006	,543	,498	,000	,165	,833	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P16	Pearson Correlation	,015	,176	,176	,202	,388**	,315	,202	,189	,176	,015	,380**	,071	,032	,111	,354**	1	,247	,327	,032	,604**	,354**	,380**	,540**
	Sig. (2-tailed)	,907	,178	,178	,122	,002	,014	,122	,148	,178	,907	,003	,591	,807	,397	,006		,057	,011	,807	,000	,006	,003	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P17	Pearson Correlation	,423**	,351**	,088	,429**	,351**	,049	-,015	-,171	,351**	,135	,429**	,312	,280	,139	,080	,247	1	-,043	,080	,523**	,080	,207	,469**
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,505	,001	,006	,710	,911	,191	,006	,305	,001	,015	,030	,291	,543	,057		,745	,543	,000	,543	,113	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P18	Pearson Correlation	-,043	,488**	,293	-,066	-,098	,582**	-,066	,111	,293	,171	-,066	,106	-,089	,000	-,089	,327	-,043	1	,059	,267	,208	-,066	,301**
	Sig. (2-tailed)	,745	,000	,023	,617	,458	,000	,617	,398	,023	,191	,617	,422	,498	1,000	,498	,011	,745		,652	,039	,111	,617	,019
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P19	Pearson Correlation	,080	,183	,183	,585**	,183	-,068	,431**	,089	,000	,280	-,031	,226	,306	,577**	,444**	,032	,080	,059	1	-,045	-,111	,123	,468**
	Sig. (2-tailed)	,543	,163	,163	,000	,163	,605	,001	,498	1,000	,030	,815	,083	,018	,000	,000	,807	,543	,652		,731	,398	,349	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P20	Pearson Correlation	,196	,447**	,447**	,302	,149	,389**	,050	-,024	,149	,196	,302	,208	,181	,000	,181	,604**	,523**	,267	-,045	1	,408**	,302	,556**
	Sig. (2-tailed)	,133	,000	,000	,019	,256	,002	,703	,854	,256	,133	,019	,112	,165	1,000	,165	,000	,000	,039	,731		,001	,019	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P21	Pearson Correlation	,080	,183	,183	,277	,183	,442**	,277	,238	,183	,080	-,031	,226	,306	-,144	,028	,354**	,080	,208	-,111	,408**	1	,123	,438**
	Sig. (2-tailed)	,543	,163	,163	,032	,163	,000	,032	,068	,163	,543	,815	,083	,018	,271	,833	,006	,543	,111	,398	,001		,349	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
P22	Pearson Correlation	,207	,135	,539**	,489**	,539**	,075	,148	,395**	,135	-,015	,318	,480**	,123	,533**	,585**	,380**	,207	-,066	,123	,302	,123	1	,653**
	Sig. (2-tailed)	,113	,304	,000	,000	,000	,567	,260	,002	,304	,911	,013	,000	,349	,000	,000	,003	,113	,617	,349	,019	,349		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	,380**	,408**	,591**	,670**	,550**	,400**	,465**	,374**	,388**	,358**	,397**	,507**	,468**	,550**	,561**	,540**	,469**	,301	,468**	,556**	,438**	,653**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,000	,000	,000	,002	,000	,003	,002	,005	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,019	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	22

	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
S13	Pearson Correlation	,086	-,046	,404**	-,009	-,171	,060	,304*	,442**	,031	,473**	,219	-,078	1	,293*	,367**	,397**	,363**	-,037	,308*	,035	,414**
	Sig. (2-tailed)	,513	,728	,001	,947	,191	,648	,018	,000	,816	,000	,093	,551		,023	,004	,002	,004	,778	,017	,790	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S14	Pearson Correlation	,206	-,004	,342**	,407**	-,047	,158	,432**	,257	,111	,443**	,453**	,228	,293*	1	,153	,596**	,574**	,083	,370**	,380**	,628**
	Sig. (2-tailed)	,114	,979	,007	,001	,722	,227	,001	,047	,397	,000	,000	,079	,023		,242	,000	,000	,530	,004	,003	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S15	Pearson Correlation	,125	,548**	,170	,009	,301*	,174	,249	,268*	-,004	,208	-,118	-,077	,367**	,153	1	,287*	,255*	,284*	,380**	,109	,472**
	Sig. (2-tailed)	,341	,000	,193	,946	,019	,183	,055	,039	,973	,111	,369	,557	,004	,242		,026	,049	,028	,003	,405	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S16	Pearson Correlation	,069	,044	,408**	,254	,079	,000	,396**	,387**	,258*	,442**	,622**	,491**	,397**	,596**	,287*	1	,598**	,215	,153	,338**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,599	,738	,001	,050	,551	1,000	,002	,002	,047	,000	,000	,000	,002	,000	,026		,000	,099	,242	,008	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S17	Pearson Correlation	,210	-,003	,290*	,474**	,119	,061	,326*	,365**	,281*	,479**	,287*	,270*	,363**	,574**	,255*	,598**	1	,288*	,159	,194	,660**
	Sig. (2-tailed)	,107	,982	,024	,000	,364	,643	,011	,004	,030	,000	,026	,037	,004	,000	,049	,000		,026	,225	,138	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S18	Pearson Correlation	,273*	,604**	-,315*	,121	,635**	,495**	,149	-,117	,031	-,124	-,080	,093	-,037	,083	,284*	,215	,288*	1	-,136	,202	,412**
	Sig. (2-tailed)	,035	,000	,014	,356	,000	,000	,256	,374	,814	,345	,541	,478	,778	,530	,028	,099	,026		,301	,121	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S19	Pearson Correlation	,428**	,081	,144	,017	-,022	,027	,278*	,167	,080	,139	-,100	,037	,308*	,370**	,380**	,153	,159	-,136	1	,520**	,389**
	Sig. (2-tailed)	,001	,538	,271	,895	,867	,837	,032	,203	,542	,290	,445	,780	,017	,004	,003	,242	,225	,301		,000	,002
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
S20	Pearson Correlation	,354**	,003	,070	,037	,109	-,056	,326*	,069	-,053	-,124	,003	,138	,035	,380**	,109	,338**	,194	,202	,520**	1	,361**
	Sig. (2-tailed)	,006	,983	,594	,781	,405	,670	,011	,601	,690	,344	,982	,293	,790	,003	,405	,008	,138	,121	,000		,005
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	,384**	,436**	,443**	,543**	,432**	,468**	,572**	,509**	,395**	,616**	,409**	,534**	,414**	,628**	,472**	,695**	,660**	,412**	,389**	,361**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,001	,000	,001	,000	,000	,000	,001	,002	,005	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,826	20

Lampiran 9. Hasil Pengisian Kuisisioner Penyuluhan Pertanian

1. Aspek Pengetahuan

No	Nama	MENGETAHUI				MEMAHAMI				APLIKASI		ANALISIS				SINTESIS				EVALUASI			
		P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22
1	Saudibyo	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2
2	Agusyanto	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2
3	Imam	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	Jasuli	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2
5	David	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
6	husnan	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1
7	Suhawi	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
8	Zainal hasan	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2
9	Halim	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1
10	Dani	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
11	Giman	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	Matsaini	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
13	Muksin	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2
14	Cahyono	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
15	gotok	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2

Keterangan :

1 = Salah

2 = Benar

2. Aspek Sikap

No	Nama	MENERIMA										MERESPON				MENGHARGAI				TANGGUNG JAWAB	
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
1	Sadibyoy	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	
2	Agusyanto	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4
3	Imam	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	Jasuli	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4
5	David	5	4	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5
6	Husnan	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
7	Suhawi	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	Zainal hasa	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
9	Halim	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	Dani	2	4	5	5	4	2	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
11	Giman	1	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
12	Matsaini	5	2	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5
13	Muksin	4	4	5	1	3	3	1	5	5	1	4	3	5	3	5	4	3	3	5	4
14	Cahyono	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2
15	Gotok	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4

Keterangan :

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Ragu-ragu

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

No	Nama	Nilai Pengetahuan			Nilai Sikap		
		Pre-Test	Post-Test	Kategori	Pre-Test	Post-Test	katagori
1	Sadibyو	27	40	Evaluasi	48	98	Evaluasi
2	Agusyanto	26	37	Evaluasi	53	74	Evaluasi
3	Imam	28	43	Evaluasi	55	100	Evaluasi
4	Jasuli	28	40	Evaluasi	55	83	Evaluasi
5	David	25	38	Evaluasi	54	75	Evaluasi
6	Husnan	27	33	Evaluasi	59	88	Evaluasi
7	Suhawi	29	42	Evaluasi	60	78	Evaluasi
8	Zainal hasan	25	38	Evaluasi	57	78	Evaluasi
9	Halim	28	38	Evaluasi	61	60	Evaluasi
10	Dani	26	39	Evaluasi	56	83	Evaluasi
11	Giman	23	22	Evaluasi	56	77	Evaluasi
12	Matsaini	24	32	Sintesis	46	85	Evaluasi
13	Muksin	26	37	Evaluasi	54	71	Evaluasi
14	Cahyono	27	40	Evaluasi	54	79	Evaluasi
15	Gotok	26	37	Evaluasi	62	74	Evaluasi
Total		395	556	Evaluasi	830	1277	Evaluasi

Teori Bloom (1964) dalam (Mardikanto, 1993)

1. Mengetahui (0 - 16,7%)
2. Memahami (16,8 - 33,4%)
3. Aplikasi (33,5 - 50,1%)
4. Analisis (50,2 - 66,8%)
5. Sintesis (66,9 - 83,5%)
6. Evaluasi (83,6 - 100%)

Teori Notoadmodjo (2012)

1. Menerima (0 - 25%)
2. Merespon (26 - 50%)
3. Menghargai (51 - 75%)
4. Tanggung jawab (76 - 100%)

Lampiran 11. Lembar Persiapan Menyuluh (LPM)

LEMBAR PERSIAPAN MENYULUH (LPM)

Judul Penyuluhan	: Penyuluhan tentang pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil
Tujuan Intruksional	: Untuk mengetahui pengetahuan dan sikap dalam pemanfaatan media facebook sebagai media pemasaran jagung pipil
Tujuan Pengiring	: Agar petani mampu menerima, memahami dan dapat menerapkan media facebook sebagai pemasaran
Metode Penyuluhan	: Ceramah dan diskusi,
Sasaran (Pelaku)	: Kelompok Tani Alasrejo Kecamatan Wongsorejo
Media Penyuluhan	: PTT
Lokasi/ Tempat	:
Waktu (Menit)	: 45 menit
Kegiatan Penyuluhan	:

No	Uraian Kegiatan	Waktu	Catatan
1	Pendahuluan a. Pembukaan b. Tujuan	5 menit	- Pembukaan - Perkenalan - Menjelaskan maksud dan tujuan - Pengisian kuisisioner pretest
2	Pelaksanaan a. Penjelasan Materi b. Demonstrasi Cara	35 menit	- Tahapan tentang pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran - Tanya jawab/ diskusi
3	Penutup a. Kesimpulan	5 menit	- Pengisian kuisisioner post test - Menyampaikan kesimpulan dan salam penutup

Mengetahui,

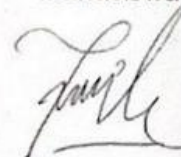
Penyuluh Desa Alasrejo



Desy Risa Amalia, SP

Banyuwangi, 25 Maret 2023

Mahasiswa


Robiyatul Adawiyah.
NIRM. 04.01.19.350

Lampiran 12. Lembar Persiapan Menyuluh (LPM)

LEMBAR PERSIAPAN MENYULUH (LPM)

Judul Penyuluhan	: Penyuluhan tentang analisis tingkat penjualan jagung pipil jagung
Tujuan Intruksional	: Untuk mengetahui pengetahuan dan sikap dalam pemanfaatan media facebook sebagai media pemasaran jagung pipil
Tujuan Pengiring	: Agar petani mampu menerima, memahami dan dapat menerapkan media facebook sebagai pemasaran
Metode Penyuluhan	: Ceramah dan diskusi,
Sasaran (Pelaku)	: Kelompok Tani Alasrejo Kecamatan Wongsorejo
Media Penyuluhan	: PTT
Lokasi/ Tempat	:
Waktu (Menit)	: 45 menit
Kegiatan Penyuluhan	:

No	Uraian Kegiatan	Waktu	Catatan
1	Pendahuluan a. Pembukaan b. Tujuan	5 menit	- Pembukaan - Perkenalan - Menjelaskan maksud dan tujuan - Pengisian kuisisioner pretest
2	Pelaksanaan a. Penjelasan Materi b. Demonstrasi Cara	35 menit	- Tahapan tentang pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran - Tanya jawab/ diskusi
3	Penutup a. Kesimpulan	5 menit	- Pengisian kuisisioner post test - Menyampaikan kesimpulan dan salam penutup

Mengetahui,

Penyuluh Desa Alasrejo

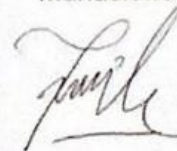




Desy Risa Amalia, SP

Banyuwangi, 11 Mei 2023

Mahasiswa


Robiyatul Adawiyah.
NIRM. 04.01.19.350

Lampiran 13. Sinopsis Penyuluhan Pertanian

SINOPSIS

Penyuluhan tentang pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil

Media social Facebook merupakan media yang akan dimanfaatkan sebagai media pemasaran jagung pipil yang mana untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian khususnya jagung pipil. Adanya media facebook merupakan dampak nyata dari berkembangnya teknologi yang mana mampu membawa perubahan dari segi komunikasi bahkan penjualan yang terjadi menjadi lebih efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi.

Proses pemberian penyuluhan ini dilakukan dengan memberikan media materi kepada anggota Kelompok Tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo dengan cara pemberian penyuluhan dan pendampingan untuk mengetahui pengetahuan dan sikap petani dalam memanfaatkan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil. Oleh sebab itu, proses penyuluhan yang diberikan tentang pemanfaatan media facebook ini yang membantu petani kedepannya dalam melakukan penjualan pertanian khususnya jagung pipil.

Mengetahui,
Penyuluh Desa Alasrejo



Desy Risa Amalia, SP.

Banyuwangi, 25 Maret 2023
Mahasiswa

Robiyatul Adawiyah.
NIRM. 04.01.19.350

Lampiran 14. Sinopsis Penyuluhan Pertanian

SINOPSIS

Penyuluhan tentang analisis tingkat penjualan jagung pipil

Media social Facebook merupakan media yang akan dimanfaatkan sebagai media pemasaran jagung pipil yang mana untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian khususnya jagung pipil. Adanya media facebook merupakan dampak nyata dari berkembangnya teknologi yang mana mampu membawa perubahan dari segi komunikasi bahkan penjualan yang terjadi menjadi lebih efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi.

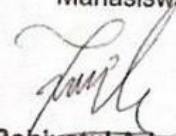
Proses pemberian penyuluhan ini dilakukan dengan memberikan media materi kepada anggota Kelompok Tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo dengan cara pemberian penyuluhan dan pendampingan untuk mengetahui pengetahuan dan sikap petani dalam memanfaatkan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil. Oleh sebab itu, proses penyuluhan yang diberikan tentang analisis tingkat penjualan jagung pipil agar petani mengetahui bahwa media facebook mempengaruhi cara jual jagung pipil.

Mengetahui,
Penyuluh Desa Alasrejo

Desy Risa Amalia, SP.



Banyuwangi, 11 Mei 2023
Mahasiswa

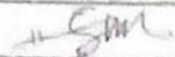
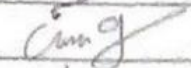
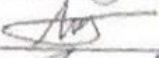
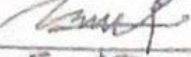
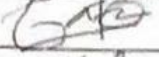
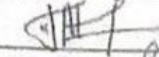
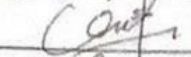
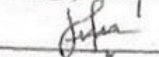
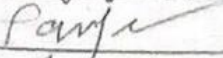
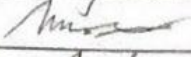

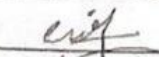
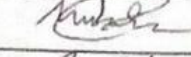
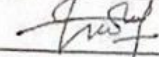
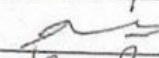
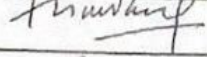
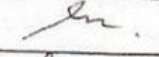

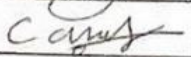
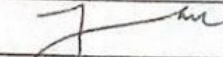
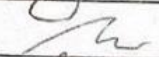
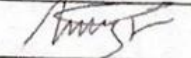



Robiyatul Adawiyah.
NIRM. 04.01.19.350

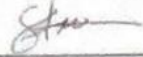
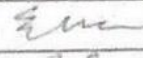
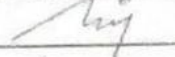
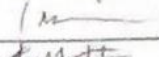


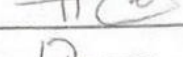
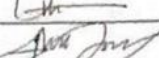
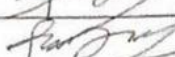
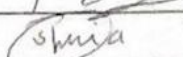
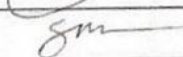
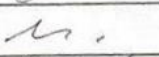
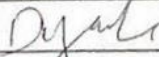

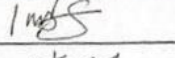
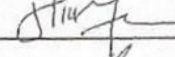
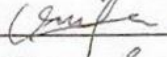
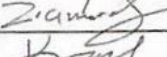

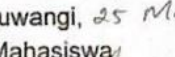
Lampiran 15. Daftar Hadir Penyuluhan Pertanian

DAFTAR HADIR KEGIATAN PENYULUHAN PERTANIAN

LOKASI : Balai Desa Amrojo

HARI/TANGGAL : 25 Maret 2023

NO	NAMA	ALAMAT	TANDA TANGAN
1	Suud		
2	GLENDANG		
3	SUTIKMA		
4	Hijanto		
5	gotok		
6	Hurinal		
7	Andi		
8	Dani		
9	Paijan		
10	Mukson		
11	Rosida		
12	Arisu		
13	Matsah		
14	Suto		
15	Giman		
16	Himiyah		
17	Kamsi		
18	Busana		
19	Cahyono		
20	Jibto		
22	Sudibyo		
23	Hadimath		
24	Agustu		
25	Suaptu		


26	Suwardo		
27	JASULI		
28	AtMan		
29	Iman		
30	Elham		
31	anis		
32	Mgalman		
33	David		
34	Husnan		
35	Sulihar		
36	SOFIA		
37	Suhani		
38	RIWATI		
39	Dyah		
40	Mistu		
41	Siti Khotijah		
42	ISTOMAH		
43	MahFud		
44	Zainul Hasan		
45	Kastim		

Mengetahui,
Penyuluh Desa Alasrejo




Desy Risa Amalia, SP.

Banyuwangi, 25 Maret 2023
Mahasiswa



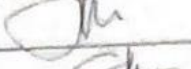

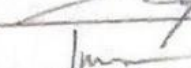
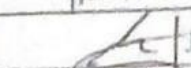



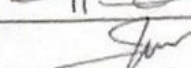
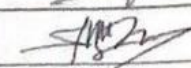
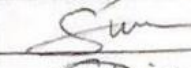
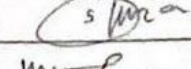
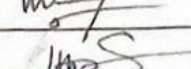
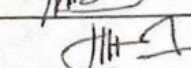
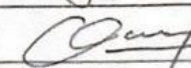
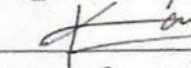
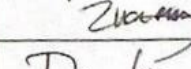

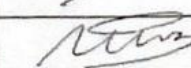
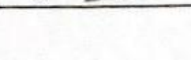





Robiyatul Adawiyah.
NIRM. 04.01.19.350

Lampiran 16. Daftar Hadir Penyuluhan Pertanian

DAFTAR HADIR KEGIATAN PENYULUHAN PERTANIAN

LOKASI : BPP NongSoreJO
 HARI/TANGGAL : Kamis, 11 Mei 2023

NO	NAMA	ALAMAT	TANDA TANGAN
1	Sudibyo		
2	Sucipto		
3	Agusto		
4	Suwanto		
5	ATMAN		
6	Iwan		
7	anis		
8	Jasili		
9	Elham		
10	David		
11	Agatman		
12	Suher		
13	Husnan		
14	Suhani		
15	Sofia		
16	misto		
17	Siti Khotimah		
18	Isromiah		
19	MahFud		
20	Kastin		
22	Zainal Hasan		
23	Dyah		
24	NIVATI		
25	Hollimadh		

26	MLENDAMIS		Cing
27	Satikma		Jat
28	gotok		Gato
29	Andi		Andi
30	Carhyonu		Carhyu
31	Dani		Dani
32	Besma		Wian
33	Kamsi		Kamsi
34	Hirnyar		Hirnyar
35	Jato		Jato
36	Giman		Giman
37	Suto		Suto
38	Ronda		Ronda
39	Paijan		Paijan
40	Matsam -		Matsam
41	o go		o go
42	krubsu		krubsu
43	Haulmah		Haulmah
44	Nuyanto		Nuyanto
45	sudu		sudu

Mengetahui,
Penyuluh Desa Alasrejo



Desy Risa Amalia, SP.



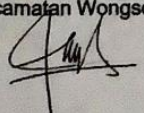
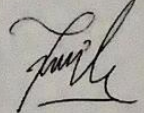


Banyuwangi, 11 Mei 2023
Mahasiswa

Robiyatul Adawiyah,
NIRM. 04.01.19.350

Lampiran 17. Berita Acara Penyuluhan Pertanian

	<p>KEMENTERIAN PERTANIAN BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN Jl. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang Telp. (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774</p>	
<p>BERITA ACARA PELAKSANAAN KEGIATAN PENYULUHAN</p>		
<p>Pada hari <i>Rabu</i> Tanggal <i>25</i> Bulan <i>Mei</i> 2023, pukul s/d Telah dilaksanakan kegiatan sebagai berikut:</p>		
Kegiatan	:	Pelaksanaan Penyuluhan
Lokasi Pelaksanaan	:	Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo
Materi Kegiatan	:	Penyuluhan tentang pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil
Tujuan Kegiatan	:	Untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap dalam pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil
Output	:	Agar petani mampu menerima, memahami dan dapat menerapkan dalam pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran
Pihak yang terlibat	:	Penyuluh, Mahasiswa, Anggota Kelompok Tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo
<p>Demikian berita acara ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya dan agar dapat dijadikan administratif kegiatan penyuluhan pertanian dalam rangka Penyuluhan Mahasiswa Polbangtan Malang</p>		
<p>Ketua kelompok tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Ahmad Dani Efendi</p>	<p>Banyuwangi, Mahasiswa</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Robiyatul Adawiyah NIRM. 04.01.19.350</p>	
<p>Mengetahui, Penyuluh Desa Alasrejo</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Risa Amalla, SP</p>		
<p></p>		

Lampiran 18. Berita Acara Penyuluhan Pertanian

	<p>KEMENTERIAN PERTANIAN BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN JL. Dr. Cipto 144 A Kotak Pos 144 Bedali-Lawang-Malang Telp. (0341) 427771, 427772, 427773 Fax. (0341) 427774</p>	
<p>BERITA ACARA</p> <p>PELAKSANAAN KEGIATAN PENYULUHAN</p>		
<p>Pada hari <u>Senin</u> Tanggal <u>18</u> Bulan <u>Mei</u> 2023, pukul s/d Telah dilaksanakan kegiatan sebagai berikut:</p>		
Kegiatan	:	Pelaksanaan Penyuluhan
Lokasi Pelaksanaan	:	Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo
Materi Kegiatan	:	Penyuluhan tentang analisis tingkat penjualan jagung pipil
Tujuan Kegiatan	:	Untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap dalam pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran jagung pipil
Output	:	Agar petani mampu menerima, memahami dan dapat menerapkan dalam pemanfaatan media facebook sebagai pemasaran
Pihak yang terlibat	:	Penyuluh, Mahasiswa, Anggota Kelompok Tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo
<p>Demikian berita acara ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya dan agar dapat dijadikan administratif kegiatan penyuluhan pertanian dalam rangka Penyuluhan Mahasiswa Polbangtan Malang</p>		
<p>Ketua kelompok tani Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Ahmad Dani Efendi</p>	<p>Banyuwangi, 01Mahasiswa</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Robiyatul Adawiyah NIRM. 04.01.19.350</p>	
<p>Mengetahui,</p> <p style="text-align: center;">Penyuluh Desa Alasrejo</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Risa Amalia. SP</p>		
		

Lampiran 19. Dokumentasi



