



KEMENTERIAN PERTANIAN
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN (POLBANGTAN) MALANG

Jl. Dr. Cipto 144 A Bedali, Lawang - Malang 65200 Kotak Pos 144

Telp. 0341 - 427771, 427772, 427379, Fax. 427774

website : www.polbangtanmalang.ac.id

e-mail : official@polbangtanmalang.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI
NOMOR: B - 5322 /SM.220/I.9.2/07/2023

Menerangkan bahwa nama berikut dibawah ini :

Nama : Robiyatul Adawiyah
Nirm : 04.01.19.350
Prodi : Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan
Jurusan : Pertanian
Judul Tugas Akhir : Rancangan Penyuluhan Pemanfaatan Facebook Sebagai Alternatif Pemasaran Jagung Pipil Di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi


benar dan telah diperiksa Tugas Akhir yang bersangkutan melalui proses deteksi plagiasi menggunakan aplikasi Turnitin dengan prosentase tingkat kemiripan naskah tersebut sebesar 30% (maksimal kemiripan 30% berdasarkan pedoman penulisan Tugas Akhir Tahun 2022).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


Malang, 28 Juli 2023



Mengetahui,
Koordinator Bidang Administrasi
Akademik Kemahasiswaan


Ugik Romadi, SST, M.Si, IPM)
19820713 200604 1 002

Pemeriksa,


(Muhamad Ilham, SST, M.St)
19820217 200910 1 004

Rancangan Penyuluhan Pemanfaatan Facebook Sebagai Alternatif Pemasaran Jagung Pipil Di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi

by Robiyatul Adawiyah

Submission date: 30-Jul-2023 11:46PM (UTC+0700)

Submission ID: 2138866623

File name: REV_2_TA_an.ROBIYATUL_ADAWIYAH.docx (1.43M)

Word count: 17596

Character count: 116287

LAPORAN TUGAS AKHIR

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

1
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**

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

Kajian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui tingkat perbedaan penjualan jagung pipil secara konvensional dan facebook, 2) Mengetahui Rancangan Penyuluhan tentang pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil, 3) Mengetahui pengetahuan dan sikap petani di 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 pp, 6) Hasil evaluasi mengenai aspek pengetahuan dan sikap.

Hasil evaluasi penyuluhan aspek pengetahuan sebesar 51% (*pretest*) dalam kategori cukup, dan hasil sebesar 94% (*posttest*) dalam kategori baik, terjadi peningkatan 43% pengetahuan secara signifikan. Pada aspek sikap menunjukkan 80% dalam kategori tinggi dan pada tingkat sikap tanggung jawab. Pada tingkat tanggung jawab dikatakan bahwa petani mau dan mampu berproses meski tahu dari resiko yang dialami.

Signifikansi 0.06 hasil dari uji T berpasangan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan nyata antara petani jagung dalam pemasaran melalui online dan konvensional

Kata Kunci : Jagung, Petani, *Facebook*

12 BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Nikmah dan Lestari (2020), pesatnya perkembangan teknologi komunikasi telah mempermudah pertukaran informasi di antara masyarakat, dan hal ini juga berdampak pada dunia bisnis. Mayoritas pelaku bisnis telah mengubah tren pemasarannya, beralih dari metode konvensional atau offline ke metode digital atau online karena mereka melihat bahwa strategi digital marketing lebih menjanjikan dibandingkan dengan pemasaran secara offline (Barokah dkk, 2021). Menurut American Marketing Association (AMA), digital marketing dijelaskan sebagai aktivitas, institusi, dan proses yang didukung oleh teknologi digital untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen. Strategi digital marketing memungkinkan bisnis menjangkau target pasar secara luas dan memudahkan calon pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk dan bertransaksi melalui internet (Tasliman dan Suryawibawa, 2019).

Media sosial telah menjadi tren di kehidupan masyarakat, terutama di Indonesia. Hampir semua orang tidak bisa lepas dari media sosial, bahkan media sosial telah menjadi aktivitas rutin yang tak terhindarkan. Data dari Lembaga Wearesocial yang dirilis pada Januari 2023 menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta jiwa, dengan persentase 60,4%. Hal ini mendorong para pelaku bisnis dan pengusaha untuk lebih condong pada pemasaran secara online. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Facebook.

Pemanfaatan media sosial, khususnya Facebook, berperan besar dalam dunia bisnis dengan upaya meningkatkan penjualan. Awalnya Facebook hanya digunakan untuk berkomunikasi antar teman, hiburan, dan wawasan, tetapi kini telah berkembang menjadi platform bisnis online. Marketplace Facebook menjadi tempat iklan dan promosi produk, sehingga dapat menjangkau pelanggan lebih luas (Arizal dkk, 2021). Iklan di marketplace Facebook juga merupakan sponsor berbayar yang memperkenalkan barang atau jasa melalui platform tersebut, yang sangat membantu dalam mencapai konsumen secara luas (Nikmah dan Lestari, 2020). Fitur pengiklanan di Facebook berguna untuk memberitahukan produk kepada pengguna lainnya, yang secara tidak langsung menarik perhatian pembeli dan meningkatkan penjualan.

Dalam konteks pemasaran hasil pertanian, pemanfaatan teknologi juga terbukti efektif. Sebelumnya, ⁴⁶ 55,56% hasil pertanian telah dibeli oleh tengkulak sebelum waktu panen, dan petani yang tidak mengetahui informasi penjualan sering menyerahkan hasil tanaman kepada tengkulak, yang menyebabkan tengkulak memiliki kekuatan yang besar dalam pemasaran. Namun, dengan memanfaatkan penjualan online melalui media Facebook, para petani dapat mengatasi masalah tersebut dan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dalam pemasaran jagung pipil di Desa Alasrejo, karena metode ini dianggap lebih menguntungkan (penulis dan tahun tidak disebutkan dalam paragraf ini).

Desa Alasrejo memiliki lahan tegal seluas 672 ha, pekarangan seluas 73 ha, dan perkebunan seluas 281 ha (Programa BPP Wongsorejo 2021). Di antara komoditas yang sering dibudidayakan

oleh petani adalah jagung. Secara umum, hasil panen jagung tidak dijual langsung kepada konsumen, melainkan dijual kepada pengepul (sistem konvensional). Pengepul memiliki ⁶⁰ posisi yang kuat dalam pemasaran jagung karena mereka memiliki modal besar dan dapat menentukan harga beli dan jual dalam batas tertentu, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Berdasarkan data tersebut, penggunaan media sosial Facebook memiliki pengaruh dalam proses pemasaran, memungkinkan para petani untuk mengatur atau menentukan harga jual yang wajar sehingga mereka dapat mengurangi kerugian. Dari beberapa permasalahan yang dihadapi, dapat disimpulkan bahwa penulis menyarankan para petani untuk memanfaatkan media Facebook sebagai alternatif dalam pemasaran jagung pipil di ² 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 pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil?
3. Bagaimana peningkatan pengetahuan dan sikap petani terhadap penjualan jagung pipil?

1.3 Tujuan

Mengetahui tingkat perbedaan penjualan jagung pipil dengan menggunakan *facebook* dan dengan cara konvensional

1. Mengetahui cara menyusun rancangan penyuluhan terkait pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil.
2. Mengetahui peningkatan pengetahuan dan sikap terhadap penjualan jagung pipil

1

1.4 Manfaat

a. Bagi mahasiswa

1. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memecahkan permasalahan yang muncul di lapangan.
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 pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
2. Menjadi sarana memotivasi petani untuk melaksanakan penjualan jagung pipil menggunakan media social facebook.

c. Bagi institusi

1. Menjadi sarana memperkenalkan Lembaga Politeknik Pembangunan Pertanian Malang kepada lingkungan petani dan masyarakat Desa Alasrejo
2. Sebagai sarana aktif lembaga Politeknik Pembangunan Pertanian Malang dalam pelaksanaan penyuluhan pertanian tentang manfaat penjualan jagung pipil menggunakan media social facebook.

20 BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Damik dkk (2022) ²² melakukan penelitian mengenai produksi dan pemasaran jagung dengan menggunakan metode penarikan sampel secara acak sederhana (simple random sampling) dan formula slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 15 persen. Jumlah sampel ¹⁴⁶ dalam penelitian ini adalah 30 petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ¹⁰² luas lahan dan tenaga kerja adalah faktor produksi yang berpengaruh signifikan terhadap produksi jagung, sedangkan penggunaan herbisida ²² berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap produksi jagung. Dari analisis menggunakan margin share, ditemukan dua saluran pemasaran jagung dalam daerah penelitian. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang paling diutamakan untuk meningkatkan produksi dan pemasaran jagung adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) petani jagung dan Petugas Pertanian Lapangan (PPL).

Penelitian oleh Sari dan Hasan (2022) ¹⁵ bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk pengembangan usaha snack mie jagung. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dengan narasumber kunci dan 30 sampel konsumen dari Januari 2021 hingga Juni 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ¹⁵ analisis SWOT dengan matriks IFAS sebesar 1,425 dan matriks EFAS sebesar 0,938 menempatkan usaha snack mie jagung pada kuadran I, yang menunjukkan dukungan kebijakan pertumbuhan agresif dan posisi yang menguntungkan. Berdasarkan hasil tersebut, beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah: ¹⁵ 1) meningkatkan kualitas produk melalui

inovasi, 2) menambah variasi produk, dan 3) mencari lebih banyak mitra kerja dan memanfaatkan dukungan pemerintah dengan baik serta melakukan promosi besar-besaran dalam event yang diadakan oleh pemerintah.

Tahir dkk (2021) menjelaskan strategi pemasaran jagung hibrida sebagai program unggulan dengan menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran jagung hibrida serta menetapkan strategi prioritas untuk penjualan jagung hibrida. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT, dan teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan 48 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pelaku usaha jagung hibrida masih berada pada proses open market negotiation dengan peran masing-masing, di mana petani berperan sebagai pelaku usaha tanaman jagung, pedagang berperan sebagai perantara pemasaran dan penyedia modal serta transportasi, dan pergudangan serta penyedia informasi dari pelanggan. Untuk itu, konsep pengembangan diarahkan pada pertanian yang produktif, efisien, dan kompetitif. Diperlukan penguatan sub-sistem hulu, pemberdayaan subsistem tanaman jagung, memperkuat sub-sistem hilir, serta membentuk lembaga usaha bersama (koperasi). Dengan adanya langkah-langkah tersebut, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani selain dari sektor pertanian, serta tercipta kerjasama yang jelas antara petani dan mitra perusahaan yang dapat menghasilkan harga yang lebih jelas bagi petani.

Menurut Widiyantono dkk (2021), tujuan dari penelitian distribusi benih jagung manis "VIRGIANIA" adalah sebagai berikut: 1) mengetahui penjualan benih jagung manis Virginia sebelum dan

selama 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. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus di PT Tunas Agro Persada, Kabupaten Boyolali, dengan pemilihan sampel lokasi menggunakan purposive sampling. Responden yang dijadikan sampel adalah Kepala Cabang, Manajer Pemasaran, Manajer Produksi, Staf Pemasaran, dan Bagian Personalia. Analisis data dilakukan secara deskriptif analitis dengan mengambil data penjualan tahun 2019 (sebelum pandemi covid-19) dan data penjualan tahun 2020 (selama pandemi covid-19). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan benih jagung manis mengalami kenaikan selama masa pandemi, dengan daerah penjualan tertinggi berada di Jawa Timur. PT Tunas Agro Persada menggunakan dua saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Beberapa kendala yang dihadapi adalah keterlambatan pengiriman, kemacetan lalu lintas, dan infrastruktur yang kurang baik. Solusi yang diusulkan untuk mengatasi kendala tersebut adalah menggunakan penyedia kurir distribusi yang tersedia di daerah penjualan, memanfaatkan media sosial, dan menggunakan jalan tol yang bebas hambatan agar barang lebih cepat sampai ke konsumen.

Menurut Munawar dan Bachriani (2017), tujuan dari penulisan studi pustaka mengenai efektivitas media sosial sebagai media promosi produk olahan pertanian adalah untuk 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 hubungan efektivitas media sosial dengan tingkat penjualan produk olahan pertanian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dianggap sebagai media promosi yang efektif, tergantung pada cara promosi yang dilakukan, termasuk cara penyampaian pesan, feedback pesan, daya tarik pesan, dan kejelasan dalam menyampaikan informasi. Media sosial juga dianggap efektif dalam memasarkan produk olahan pertanian.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu metode yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, referensi dan acuan penelitian sebelumnya mencakup berbagai variabel terkait pemanfaatan Facebook sebagai alternatif pemasaran. Variabel-variabel tersebut meliputi usia, pengalaman dalam berusaha tani, pekerjaan, pendapatan, luas lahan, biaya produksi, dan penerimaan usahatani. Dari variabel-variabel yang berpengaruh dalam pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil terhadap kajian untuk mengambil langkah sebagai pembeda dari kajian 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, pendapatan, luas lahan, dan biaya produksi penerima usahatani).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang penting bagi perusahaan guna mencapai tujuan, seperti mempertahankan

kelangsungan hidup, berkembang, dan mencapai laba. Selain itu, pemasaran juga menjadi faktor krusial dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu, kegiatan pemasaran harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen agar perusahaan tetap berjalan dengan baik dan mendapatkan pandangan positif dari konsumen.

Sahla dkk (2019) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial ekonomi yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran yang menghasilkan kepuasan maksimal bagi individu atau kelompok tersebut. Pemasaran ini berdasarkan konsep dasar seperti kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen, produk (barang, jasa, dan ide), nilai, biaya, kepuasan, serta pertukaran dan transaksi. Aspek pemasaran mencakup periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan penjualan. Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Tujuan utama pemasaran dalam perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan melalui strategi penjualan. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui penciptaan produk, penetapan harga, penentuan titik penjualan, dan pemasaran produk kepada konsumen.

Pentingnya pemasaran bagi kesuksesan perusahaan juga tercermin dalam konsep pemasaran yang dikemukakan oleh Basu dan Handoko (2000). Konsep pemasaran mereka menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian, tujuan dari konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan harus mengenali dan merumuskan keinginan dan kebutuhan

konsumen. Selanjutnya, perusahaan perlu menyusun kebijakan terkait produk, harga, promosi, dan distribusi yang tepat sesuai dengan kondisi dan kebutuhan konsumen targetnya.

2.2.2 Konvensional

Pemasaran konvensional adalah sebuah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk bernilai dengan pihak lain. Meskipun alat pemasaran digital telah menjadi sorotan utama belakangan ini, alat pemasaran langsung tradisional tetap diminati dan banyak digunakan oleh masyarakat. Saat ini, banyak orang masih menggunakan pendekatan pemasaran langsung tradisional seperti penjualan langsung, pemasaran melalui surat, pemasaran melalui katalog, pemasaran televisi tanggapan langsung (DRTV), dan pemasaran melalui kios. Biasanya, pemasaran konvensional tidak memanfaatkan media sosial.

Menurut Sudiyono (2004), lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang bertanggung jawab menyelenggarakan pemasaran dan menyalurkan jasa dari produsen kepada konsumen akhir, serta memiliki hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran memiliki tugas untuk menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan memenuhi keinginan konsumen sebaik mungkin. Berdasarkan proses pemasarannya, lembaga pemasaran dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Tengkulak: Lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan petani.
2. Pedagang pengepul: Lembaga yang membeli komoditas dari

tengkulak.

3. Pedagang besar: Lembaga yang melakukan proses konsentrasi (pengepulan) komoditas dari pedagang pengepul dan mendistribusikannya ke agen penjual atau pengecer.

4. Agen penjual: Lembaga yang membeli komoditas dalam jumlah besar dari pedagang dengan harga yang lebih murah dibandingkan pengecer.

5. Pengecer: Lembaga yang berhadapan langsung dengan konsumen.

⁶² Lembaga-lembaga pemasaran melaksanakan berbagai fungsi pemasaran, dan secara umum ⁶ terdapat tiga tipe fungsi pemasaran menurut Sudiyono (2002), yaitu:

1. Fungsi pertukaran: Melibatkan kegiatan yang berkaitan dengan pengalihan kepemilikan dalam sistem pemasaran.

⁷⁹ 2. Fungsi fisik: Melibatkan kegiatan yang secara langsung berhubungan dengan penanganan komoditas pertanian untuk ⁴ memberikan tambahan guna tempat dan guna waktu.

3. Fungsi penyediaan fasilitas: ⁷⁹ Merupakan usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional dan penetapan harga dalam sistem pemasaran melalui perbaikan sistem pemasaran.

2.2.3 Media Sosial

1. Definisi Sosial Media

¹ Kehadiran media dengan berbagai manfaatnya telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Perkembangan zaman telah menghasilkan berbagai jenis media, salah satunya adalah media sosial. Media sosial merupakan platform internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain, dan membentuk ikatan

sosial secara virtual. Media sosial adalah bentuk media digital di mana interaksi sosial terjadi, dan penggunanya berinteraksi dalam ruang dan waktu virtual. Nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan komunitas juga muncul dengan cara yang sama atau berbeda dalam konteks internet. Beberapa ahli yang mempelajari internet melihat media sosial sebagai representasi dari apa yang terjadi di dunia nyata, mirip dengan apa yang diungkapkan oleh Nasrullah (2016) dalam penelitiannya tentang plagiarisme.

Definisi media sosial yang ada dalam berbagai literatur adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Mandibergh (2012, dalam Nasrullah, 2016), media sosial adalah media yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berkolaborasi dan menghasilkan konten (user-generated content).
- b. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkolaborasi di antara sesama pengguna, dan melakukan tindakan secara kolektif yang berada di luar kerangka institusional dan organisasi.
- c. Boyd (2009) mengartikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan kadang-kadang berkolaborasi atau bermain. Media sosial menekankan pentingnya konten yang dihasilkan oleh pengguna (user-generated content), bukan oleh editor seperti di media massa tradisional.
- d. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka

dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium online yang memperkuat hubungan antara pengguna dan berfungsi sebagai ikatan sosial. Young (2012) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal, yang berarti saling berbagi antara individu, dan media publik, yang berarti berbagi informasi kepada siapa saja tanpa kekhususan individu.

- e. Sedangkan menurut penelitian, media sosial adalah media online di mana setiap pengguna dapat bebas berbagi atau berpartisipasi dalam informasi dan hiburan, yang mendukung terjadinya interaksi sosial antara sesama pengguna media online.

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari media lain. Berikut beberapa karakteristik media sosial menurut Fitriani (2017):

- a. Jaringan: Media sosial dibangun dari struktur sosial berbentuk jaringan atau internet. Karakteristik media sosial adalah membentuk jaringan antara pengguna dan pengguna lainnya, sehingga media sosial memberikan sarana bagi pengguna untuk terhubung secara teknologi.
- b. Informasi: Penyampaian informasi menjadi hal terpenting dalam media sosial karena di dalamnya terdapat aktivitas produksi konten hingga interaksi antar pengguna.
- c. Arsip: Bagi pengguna, arsip merupakan sebuah karakteristik yang menunjukkan bahwa informasi telah tersimpan melalui cloud dan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat ponsel maupun

komputer.

d. **Interaksi**: Terbentuknya jaringan antar pengguna menjadi ciri khusus media sosial. Fungsinya tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau memperbanyak pengikut di internet. Interaksi sederhana yang terjadi dalam media sosial dapat berupa komentar, menyukai, dan membagikan ulang.

e. **Simulasi sosial**: Media sosial memiliki karakteristik sebagai media yang menciptakan masyarakat di dunia maya. Seperti sebuah negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika yang diterapkan pada penggunaannya. Interaksi yang terjadi dalam media sosial dapat menggambarkan realitas yang ada di dunia nyata, tetapi juga bisa berbeda dengan realitasnya, seperti halnya dengan keberadaan konten hoaks.

f. **Konsep**: Isi atau informasi yang disampaikan dalam bermedia sosial sepenuhnya menjadi hak milik dari pembuat konten. Pembuat konten tidak hanya menciptakan konten tetapi juga dapat menikmati konten yang diproduksi oleh orang lain.

g. **Penyebaran**: Karakteristik lain dari media sosial adalah tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif dalam menyebarkan dan mengembangkan konten oleh penggunaannya.

3. Jenis Media Sosial

Menurut Puntoadi (2011), ada beberapa jenis media sosial yang dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu sebagai berikut:

a. **Bookmarking**: Social media dalam kategori ini memungkinkan pengguna untuk berbagi alamat situs web yang menarik minat mereka melalui fitur bookmark. Social bookmarking memberikan

kesempatan bagi pengguna untuk berbagi link dan tag yang menarik bagi mereka, dengan tujuan agar pengguna lain juga dapat menikmati hal yang mereka sukai.

b. Content Sharing: Melalui situs-situs content sharing, pengguna media sosial dapat menciptakan berbagai konten dan mempublikasikannya dengan tujuan berbagi kepada orang lain. Contoh situs content sharing yang sering dikunjungi oleh pengguna media sosial adalah Youtube dan Flickr.

c. Wiki: Beberapa situs wiki memiliki karakteristik yang berbeda. Wikipedia, sebagai contoh, merupakan situs dengan tujuan knowledge sharing, sedangkan Wikitravel lebih berfokus pada informasi lokasi dan tempat wisata. Ada juga situs wiki yang menganut konsep komunitas secara lebih eksklusif.

d. Flickr: Situs milik Yahoo yang mengkhususkan pada sharing gambar atau foto dengan kontribusi dari ahli fotografi dari seluruh dunia.

e. Network: Aktivitas yang menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh situs tertentu untuk menjalin hubungan dan interaksi dengan sesama pengguna. Social networking seperti Facebook, Instagram, Myspace, dan LinkedIn adalah contohnya.

f. Creating Opinion: Jenis media sosial ini memberikan sarana bagi pengguna untuk berbagi opini dengan pengguna lain di seluruh dunia. Melalui media sosial ini, semua orang dapat menulis dan berbagi komentar. Blog merupakan contoh dari jenis website yang mewakili karakteristik creating opinion.

4. Manfaat Media Sosial

Berikut adalah beberapa manfaat media sosial menurut Puntodi (2011):

1. Personal branding: ¹⁶¹Media sosial memberikan kesempatan bagi ²⁶pengguna untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, seperti kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, dan aspek positif lainnya. Pengguna dapat mempersepsikan diri mereka sesuai dengan yang mereka inginkan dalam media sosial yang digunakan.
2. ²⁹Hasil pemasaran yang fantastis melalui media sosial: Saat ini, banyak orang tidak lagi menonton televisi, tetapi lebih sering menggunakan ponsel pintar mereka. Fenomena ini mengarah pada fakta bahwa kehidupan masyarakat cenderung lebih mengandalkan penggunaan ponsel pintar. Dengan menggunakan ponsel pintar, ⁴⁶kita dapat mengakses berbagai informasi melalui media sosial.
3. ²³Interaksi dekat dengan konsumen: Media sosial memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal, dan dua arah. Melalui media sosial, pemasar dapat memahami kebiasaan konsumen dan berinteraksi secara personal untuk membangun keterikatan yang lebih mendalam. ¹⁵²Media sosial juga memiliki sifat viral, yang berarti informasi tentang suatu produk atau layanan dapat menyebar dengan cepat karena karakter berbagi yang dimiliki oleh pengguna media sosial. Karakter berbagi ini juga menjadi daya tarik bagi para pemasar dalam aktivitas pemasaran mereka.

2.2.4 Facebook

¹⁹Facebook adalah sebuah platform jejaring sosial atau media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil dengan

foto, kontak, dan informasi pribadi. Pengguna dapat bergabung dalam komunitas dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh Facebook sebagai situs jejaring sosial telah membuatnya populer di kalangan banyak orang (Ulfa, 2017).

²⁸ Facebook adalah situs jejaring sosial media di mana pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, tempat kerja, sekolah, dan daerah untuk menjalin hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Pengguna dapat menambahkan teman, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar dilihat oleh orang lain. Situs jejaring sosial media ini diminati oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelajar dan mahasiswa. Bagi kalangan mahasiswa, Facebook telah menjadi trend dan menciptakan gaya hidup baru. Bagi mereka, memiliki Facebook menjadi hal yang umum dan mengikuti perkembangan teknologi (Nazir, 2010).

⁸³ Facebook didirikan pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard. Pada 26 September 2006, Facebook mengalami perkembangan pesat dan ¹⁹ dibuka untuk siapa saja yang memiliki alamat email yang valid. Hingga September 2008, Facebook telah tersedia dalam lebih dari 20 bahasa. Meskipun mendapatkan perhatian dari perusahaan besar seperti News Corps, Yahoo, dan ¹⁹ Google, Zuckerberg menyatakan bahwa Facebook tetap independen dan tidak akan dijual. Facebook bergantung pada iklan banner sebagai sumber pendapatan (Nazir, 2010).

Untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, ¹⁵⁶ ada dua hal mendasar yang perlu diidentifikasi: frekuensi penggunaan internet dan durasi waktu yang dihabiskan setiap kali mengakses

internet (Horigan J B, 2002). Pengguna internet dapat digolongkan menjadi tiga kategori berdasarkan intensitas penggunaan internet, yaitu pengguna berat (lebih dari 40 jam per bulan), pengguna menengah (antara 10 hingga 40 jam per bulan), dan pengguna ringan (kurang dari 10 jam per bulan).

Data dari Alexa menunjukkan bahwa Facebook adalah mesin jejaring sosial media yang paling populer. Di antara situs-situs di seluruh dunia, Facebook menempati peringkat kelima setelah Yahoo, Google, YouTube, dan Windows Live. Facebook telah menjadi sangat populer di Indonesia sejak tahun 2008, dengan jumlah pengguna yang terus meningkat setiap tahun. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, Facebook merupakan media sosial yang paling sering dikunjungi dengan jumlah pengguna mencapai 71,6 juta jiwa.

1. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nazir (2010), Facebook sebagai media sosial memiliki beberapa ciri khas berikut ini:

- a. Informasi yang disampaikan tidak terbatas pada satu orang saja, tetapi dapat mencakup banyak orang.
- b. Informasi yang disampaikan tidak harus melalui satu Gatekeeper, sehingga pengguna dapat mempublikasikan informasi secara bebas.
- c. Informasi yang disampaikan cenderung menyebar dengan cepat dibandingkan dengan media lainnya.
- d. Pengguna Facebook dapat dengan cepat mengakses informasi yang telah dipublikasikan.

- e. Informasi yang telah dipublikasikan dapat diedit atau disunting sesuai dengan kebutuhan, sehingga bersifat tidak permanen.

Heather Wolpert Gawron, seorang praktisi pendidikan dari Amerika Serikat, menyimpulkan bahwa Facebook bukan hanya sebagai tempat bersosialisasi, tetapi juga menjadi tempat pembelajaran profesional dan pemasaran bisnis.

2. Facebook Sebagai Media Pemasaran

Facebook, yang didirikan pada 4 Februari 2004, telah memiliki lebih dari 37 juta pengguna dan ribuan jaringan bisnis. Facebook juga telah mengembangkan berbagai aplikasi yang dapat diinstall oleh pengguna, memberikan nilai tambah bagi platform ini. Banyak aplikasi yang dikembangkan untuk mendukung bisnis dan aktivitas pemasaran, seperti menjual atau membeli barang (Muklason dan Aljawi, 2011).

Jejaring sosial seperti Facebook membuka peluang yang baik bagi siapa saja untuk melakukan aktivitas pemasaran dengan biaya relatif murah (Lasmadiarta, 2011). Aktivitas pemasaran dan bisnis yang dilakukan melalui Facebook juga dapat disebut sebagai E-Commerce.

Facebook marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh Facebook untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Beberapa tujuan dalam Facebook marketing meliputi:

- a. Pembentukan komunitas (Communitization) dari orang-orang dengan minat yang sama terkait dengan produk Anda.
- b. Membentuk persepsi yang jelas tentang produk dan merk Anda (Clarification).
- c. Meningkatkan penjualan dan menjalin hubungan yang berkelanjutan (Commercialization).

- d. Memperkuat hubungan dengan pelanggan untuk menciptakan penjualan berkelanjutan (Connection).
- e. Meningkatkan kesadaran dan pengenalan terhadap merk atau produk (Characterization).
- f. Membicarakan dan menyebarkan informasi kepada komunitas tentang aktivitas Anda untuk mendapatkan dukungan dari pelanggan lain (Conversation).
- g. Kombinasi dari beberapa tujuan Facebook marketing di atas untuk mencapai penguasaan pasar dan kesuksesan perusahaan (Combination).

2.3 Penyuluhan Pertanian

Penyuluhan, sesuai dengan Undang-Undang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan No. 16 tahun 2006, adalah suatu proses pembelajaran yang ditujukan kepada pelaku utama dan pelaku usaha dalam sektor pertanian, perikanan, dan kehutanan. Tujuan dari penyuluhan ini adalah agar mereka mau dan mampu untuk membantu diri sendiri dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan, dan sumber daya lainnya, dengan tujuan meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, penjualan, kesejahteraan, serta kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup. Pentingnya persamaan persepsi antara penyuluh dan petani serta pihak-pihak yang berkepentingan akan memastikan kesuksesan penyuluhan pertanian. Dalam proses penyuluhan, harapannya adalah terjadi adopsi atau penerimaan sesuatu yang baru oleh petani, bukan hanya dalam arti mengetahui, tetapi juga mampu menerapkan dengan benar dan menghayati dalam usaha tani (Sundari dkk, 2015).

Lebih lanjut, menurut Muljono (2007), penyuluhan juga dapat diartikan sebagai upaya untuk merubah perilaku sasaran atau pelaku usaha dalam hal pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Dengan demikian, tujuan penyuluhan adalah untuk menyebarkan informasi, bertukar pengalaman antara petani, penyuluh, dan lembaga terkait, serta melaksanakan pendidikan non-formal dalam bidang pertanian untuk mengubah perilaku demi kesejahteraan petani.

2.3.1 Identifikasi Potensi Wilayah

Identifikasi Potensi Wilayah (IPW) adalah proses pengumpulan data mengenai potensi wilayah terkait dengan sumber daya yang ada di desa serta data pendukung lain yang berperan dalam pengelolaan usahatani. Sumber daya yang dimaksud mencakup sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya buatan. Data pendukung tersebut mencakup informasi dari monografi desa, teknologi budidaya yang dapat digunakan oleh petani, dan jenis komoditas pertanian yang dikelola oleh petani. Data-data pendukung IPW diperoleh melalui wawancara dengan petani atau masyarakat terkait di desa sebagai data primer, serta dari data sekunder seperti monografi Desa/Kecamatan/BPP dan sumber lain yang relevan.

Manfaat dari Identifikasi Potensi Wilayah adalah memberikan data dan informasi yang akurat mengenai potensi wilayah. Hal ini berguna untuk memahami secara mendalam potensi wilayah tersebut. Selain itu, data dan informasi yang dikumpulkan juga berguna dalam proses pengambilan keputusan, baik dalam pengembangan usahatani maupun dalam merancang kegiatan penyuluhan pertanian.

2.3.2 Tujuan Penyuluhan

Menurut ³⁹ Undang-Undang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan ¹ No. 16 tahun 2006, tujuan dari penyuluhan pertanian adalah untuk memperkuat pengembangan pertanian, perikanan, dan kehutanan yang maju dan modern dalam sebuah sistem pembangunan yang berkelanjutan. Menurut Pakpahan (2017), tujuan penyuluhan adalah mencapai perubahan perilaku dengan memberikan informasi baru, merubah sikap, dan meningkatkan keterampilan praktis. Tujuan penyuluhan pertanian juga bertujuan untuk merubah aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik.

Dalam merumuskan tujuan penyuluhan, terdapat konsep ABCD yang harus diperhatikan: ¹ Audience (khalayak sasaran); Behaviour (perubahan perilaku yang diinginkan); Condition (kondisi yang akan dicapai); dan Degree (derajat kondisi yang akan dicapai). Tujuan penyuluhan juga dapat diuraikan dengan mempertimbangkan unsur SMART:

1. Specific (khusus), yaitu tujuan penyuluhan pertanian harus ditentukan untuk memenuhi kebutuhan atau tuntutan khusus.
2. Measurable (dapat diukur), yaitu tujuan penyuluhan pertanian harus jelas dan dapat diukur untuk mengetahui pencapaiannya.
3. Actionable ¹ (dapat dikerjakan), yaitu tujuan kegiatan penyuluhan harus dapat dicapai oleh petani atau khalayak sasaran.
4. Realistic (realistis), yaitu tujuan penyuluhan harus masuk akal dan sesuai dengan kemampuan petani atau khalayak sasaran.
5. Time Frame ¹ (batasan waktu), yaitu tujuan penyuluhan harus memiliki batasan waktu dalam pencapaiannya.

¹ 2.3.3 Sasaran Penyuluhan

Sasaran dari kegiatan penyuluhan pertanian adalah petani. Tujuan dari penyuluhan adalah untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap para petani sehingga mereka bersedia memanfaatkan peluang yang ada. Undang-Undang SP3K Bab III Pasal 5 menjelaskan sasaran penyuluhan pertanian sebagai berikut: (1) pihak yang paling berhak untuk memperoleh manfaat penyuluhan mencakup sasaran utama dan sasaran antara, (2) sasaran utama penyuluhan adalah pelaku utama dan pelaku usaha, (3) sasaran antara penyuluhan mencakup pemangku kepentingan lainnya, seperti kelompok atau lembaga pemerhati pertanian, perikanan, dan kehutanan, serta generasi muda dan tokoh masyarakat (berdasarkan UU No. 16, 2006).

5 2.3.4 Materi Penyuluhan

Menurut Mardikanto (2009), materi penyuluhan adalah semua pesan yang ingin disampaikan oleh penyuluh kepada masyarakat penerima manfaat. Pesan-pesan tersebut harus bersifat inovatif dan mampu merangsang perubahan dan pembaharuan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Materi penyuluhan mencakup berbagai hal, seperti kebijakan dan peraturan terkait pembangunan pertanian, hasil-hasil penelitian atau uji coba teknis, pengalaman sukses dalam bertani, informasi pasar, petunjuk teknis budidaya, penguatan kelembagaan petani, dan upaya untuk mendorong swakarsa, swakarya, dan swadaya masyarakat. Materi penyuluhan juga mencakup pengembangan sumber daya manusia, peningkatan modal sosial, dan ilmu pengetahuan (berdasarkan UU No. 16, 2006). Pemilihan materi penyuluhan harus didasarkan pada kebutuhan sasaran agar sesuai dan relevan dengan kebutuhan mereka.

Sutrisno (2016) menjelaskan bahwa sasaran penyuluhan adalah petani, peternak, pelaku usaha, serta keluarga mereka, termasuk bapak tani, ibu tani, pemuda/pemudi, dan anak-anak petani. Sementara menurut Mardikanto (2011), sasaran penyuluhan dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Sasaran Utama Penyuluhan Pertanian: Terdiri dari petani dan keluarganya yang secara langsung terlibat dalam kegiatan bertani dan mengolah usahatani.
2. Sasaran Penentu Dalam Penyuluhan Pertanian: Merupakan pihak yang tidak langsung terlibat dalam kegiatan bertani dan berusahatani, tetapi memiliki peran dalam menentukan kebijakan pembangunan pertanian dan menyediakan fasilitas atau kemudahan yang diperlukan oleh petani. Kelompok ini mencakup pengusaha atau pimpinan wilayah, tokoh-tokoh informal, peneliti dan ilmuwan, lembaga pengkreditan, produsen dan penyalur sarana produksi/pelataran bertani, pedagang, dan lembaga pemasaran lainnya, serta pengusaha/industri pengolahan hasil pertanian.

2.3.5 Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan pertanian merupakan cara penyampaian informasi atau pesan kepada sasaran melalui media komunikasi oleh penyuluh kepada petani, bertujuan agar mereka terbiasa menggunakan teknologi baru, mampu menguasai, dan mengubah sikap (berdasarkan Wahjuti, 2006). Metode penyuluhan adalah cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada sasaran agar tujuan tertentu tercapai. Pemilihan metode atau cara tersebut tergantung pada aspek atau tujuan yang ingin dicapai, apakah itu berhubungan dengan pengertian,

sikap, atau keterampilan. Jika tujuan penyuluhan adalah untuk meningkatkan pemahaman (pengertian), pesan dapat disampaikan secara lisan atau tertulis.

¹ Mardikanto (2009) menyebutkan beberapa prinsip dalam pemilihan metode penyuluhan pertanian, yaitu:

1. Fokus pada pengembangan pemikiran kreatif.
2. Tempat yang paling efektif adalah di tempat kegiatan penerima manfaat, agar lebih relevan dan dapat langsung diaplikasikan.
3. Memahami bahwa setiap individu terikat oleh lingkungannya, sehingga penyuluhan harus disesuaikan dengan konteks sosialnya.²
4. Membangun hubungan yang akrab dengan penerima manfaat, agar pesan lebih mudah diterima dan dipahami.
5. Memberikan dukungan dan dorongan yang memicu terjadinya perubahan dalam sikap atau perilaku penerima manfaat.

¹ 2.3.6 Media Penyuluhan

Media penyuluhan adalah alat bantu yang digunakan oleh penyuluh dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan untuk merangsang sasaran penyuluhan agar menerima pesan-pesan penyuluhan. Jenis media penyuluhan dapat berupa media tercetak, terproyeksi, visual, audio-visual, dan komputer (sesuai dengan Nuraeni, 2014). Dalam pemilihan media, tidak dapat dilakukan secara sembarangan,¹ melainkan harus dipilih dengan cermat dan digunakan dengan tepat. Tidak semua tujuan penyuluhan dapat dicapai dengan menggunakan satu jenis media saja, karena setiap tujuan dan situasi pelatihan memerlukan pendekatan yang berbeda. Oleh karena itu,

⁶⁵ dalam penyelenggaraan penyuluhan, pemilihan jenis media yang digunakan perlu mempertimbangkan kesesuaian dengan metode belajar mengajar yang digunakan dan tujuan yang ingin dicapai.

¹ 2.3.7 Evaluasi Penyuluhan

Evaluasi merupakan suatu kegiatan yang mencakup pengumpulan keterangan, identifikasi implikasi, penentuan hukum, penilaian, dan perumusan keputusan yang bertujuan untuk memperbaiki atau menyempurnakan kegiatan agar mencapai tujuan tertentu (sesuai dengan ¹ Muryadi, 2017). Evaluasi adalah alat atau prosedur yang digunakan untuk mengukur dan mengetahui sesuatu dengan cara dan aturan yang telah ditentukan.

Dalam mengevaluasi pengetahuan sasaran, digunakan instrumen evaluasi dengan bentuk bertingkat, seperti ²⁶ taksonomi bloom. Taksonomi ini terdiri dari enam tingkatan perilaku kognitif, yaitu pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesis, dan evaluasi (sesuai dengan Mariati dkk, 2018).

Tujuan dari evaluasi adalah untuk menilai tingkat kesesuaian kegiatan yang telah dilaksanakan dengan pedoman yang ditetapkan dan untuk mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi kegiatan (sesuai dengan Harahap & Effendy, 2018).

Manfaat evaluasi penyuluhan pertanian meliputi ¹⁰⁰ menentukan tingkat perubahan perilaku petani setelah penyuluhan, memperbaiki program, sarana, dan prosedur penyuluhan pertanian, serta menyempurnakan kebijakan penyuluhan pertanian (sesuai dengan Harahap & Effendy, 2018).

Tahapan dalam melakukan evaluasi meliputi memahami tujuan

penyuluhan yang akan dicapai, menetapkan indikator, membuat alat ukur/instrumen, melakukan pengumpulan data dengan penarikan sampel, interpretasi dan analisis data, serta melakukan pelaporan (sesuai dengan Harahap & Effendy, 2018). Dengan langkah-langkah evaluasi yang teratur, kegiatan evaluasi akan terorganisir dan lebih mudah dilakukan.

2.3.8 Pengetahuan

Taksonomi Bloom digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kognitif dan sebagai acuan untuk mencapai ¹ hasil pembelajaran. Berdasarkan konsep taksonomi Bloom, tingkatan pengetahuan terdiri dari:

1. Mengingat (Remembering): Tingkat berpikir paling rendah yang melibatkan kemampuan mengingat dan memahami konsep yang telah dipelajari.
2. Memahami (Understanding): Pada tingkat ini, pembelajar mampu memahami konsep dengan cara menafsirkan, mengklasifikasikan, meringkas, menyimpulkan, membandingkan, dan menjelaskan.
3. Mengaplikasi (Applying): Pembelajar pada tingkatan ini dapat menerapkan konsep dalam situasi kehidupan nyata dengan menggunakan prosedur yang sesuai.
4. Menganalisis (Analysis): Tingkat ini melibatkan pemecahan bahan pelajaran ¹ menjadi bagian-bagian penyusun, menentukan hubungan antara bagian-bagian tersebut, dan memahami struktur keseluruhan.
5. Mengevaluasi (Evaluating): Pada tingkat ini, pembelajar ¹ mampu membuat penilaian atau kritik berdasarkan kriteria dan standar yang ada.

6. Mencipta (Creating): Merupakan tingkatan tertinggi dalam keterampilan kognitif, di mana pembelajar mampu menghasilkan, merencanakan, atau menciptakan sesuatu yang baru (sesuai dengan Kreathwohl, 2002).

Pengetahuan mengutip dari Efendi (2017) ranah kognitif pengetahuan dari teoritaksonomi bloom tertera dalam tabel berikut :

Tabel 2 1 Instrumen Penelitian Evaluasi Penyuluhan

Kategori	Penjelasan	11 Kerja kunci
Mengetahui	11 Kemampuan menyebutkan kembali informasi / Pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan. Contoh: menyebutkan arti Taksonomi	Mendefinisikan, menyusundaftar, menjelaskan, mengingat, mengenali, memunculkan kembali, menyatakan, mengulang, mengurutkan, menamai, memaparkan, menyebutkan
Memahami	Kemampuan memahami instruksi dan menegaskan pengertian/maknaide atau konsep yang telah diajarkanbaik 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 sistemberlaku.	Memilih, menerapkan, melaksanakan, mengubah, menggunakan, mendemonstrasikan, memodifikasi, memulmenginterpretasikan, menunjukkan, membuktikan, menggambarkan, mempraktekkan, mengoperasikan, menjalankan, memprogramkan
18 Menganalisis	Kemampuan memisahkan konsep kedalam beberapa komponen dan mnghubungkan satusama lain untuk memperoleh pemahaman atas konsep tersebut secara utuh. Contoh: Menganalisis penyebab meningkatnya Harga pokok jualan dalam laporan keuangan dengan memisahkan komponen-komponennya	Mengkajiulang, membedakan, membandingkan, mengkontraskan, memisahkan, menghubungkan, menunjukkan hubungan antara variabel, memecah menjadi beberapa bagian, menyisihkan, struktur, menduga, mempertimbangkan, mempertentangkan, menata ulang, mencirikan, mengubah
Mengevaluasi	Kemampuan menetapkan derajat sesuatu berdasarkan norma, kriteria atau patokan tertentu Contoh: Membandingkan hasil ujiansiswa dengan kunci jawaban.	Mengkaji ulang, mempertahankan, menyeleksi, mempertahankan, mengevaluasi, mendukung, menilai, menjustifikasi, mengecek, mengkritik, memprediksi, membenarkan, menyalahkan.

Menciptakan Kemampuan menciptakan Mengatur, merancang, meningkatkan, mep
/membuat sesuatu yang akan dilakukan erjela
Contoh : menggunakan inovasi skan, menyiapkan, membatas, memadukan
yang tela hada dan ,membentuk, mengumpulkan
dikembangkan

Sumber Data: Data diolah 2023

⁵⁷ Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan dengan menetapkan indikator-indikator untuk mengukur evaluasi sikap petani sebagai berikut:

Tabel 2 2 Instrumen Evaluasi Penyuluhan

Variabel	Tingkatan	Definisi Operasional
Sikap Petani	Menerima	² merupakan seseorang atau subjek yang mau menerima dan memperhatikan stimulus yang diberikan terhadap materi penyuluhan pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil
	Merespon	Merespon dapat dia ¹⁵⁷ memberikanebuah jawaban atau tanggapan terhadap pertanyaan yang diberikan terhadap materi pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil ⁴²
	Menghargai	Menghargai merupakan seseorang (subjek) yang memberikan nilai yang positif terhadap stimulus atau objek tertentu terhadap materi pemanfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil ⁴²
	Bertanggung jawab	Bertanggung jawab dapat diartikan segala sesuatu yang telah dipilih berdasarkan keyakinan dan harus berani mengambil resiko terhadap materi penyuluhan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil

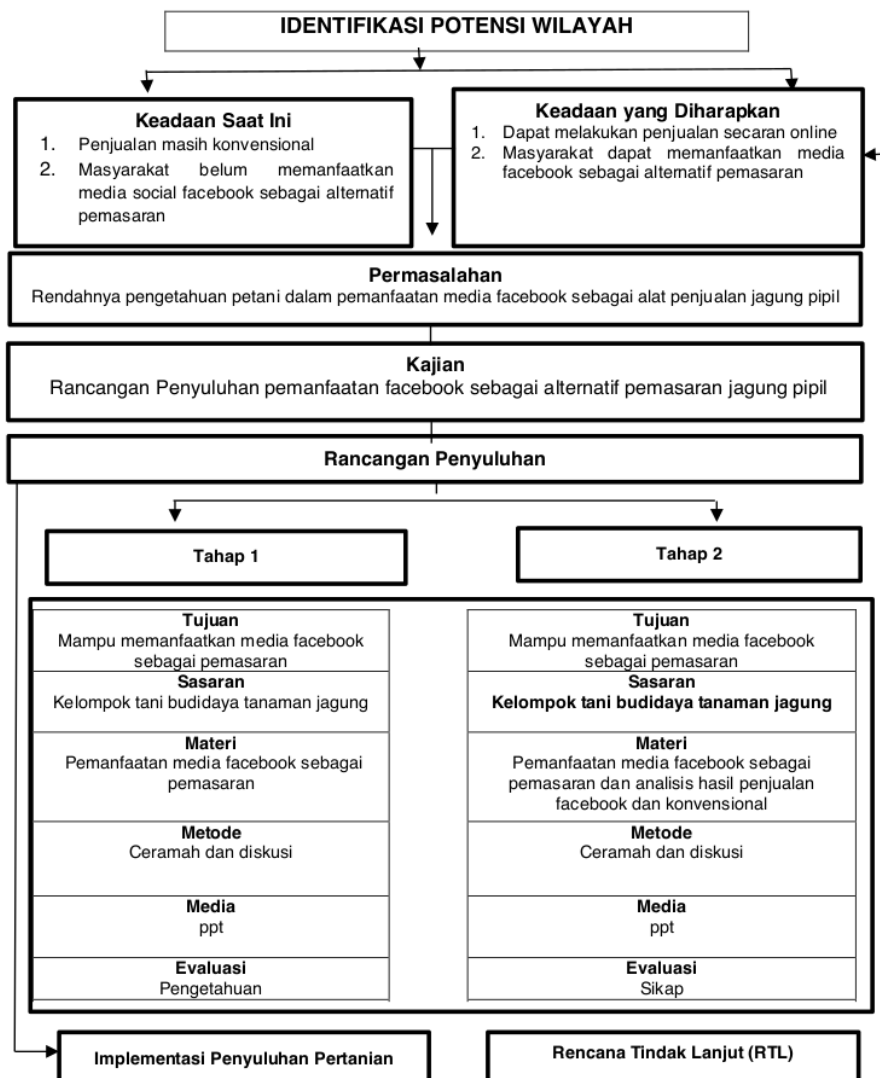
Sumber: Data diolah, 2023

2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pikir mengacu pada hasil identifikasi potensi wilayah yang terdapat dalam latar belakang. Proses penyusunan kerangka pikir

bertujuan untuk merumuskan skema kegiatan dalam proses kajian secara sistematis. Melalui identifikasi potensi wilayah, peneliti dapat memahami situasi petani saat ini. Berdasarkan informasi ini, peneliti dapat merumuskan masalah ¹²⁷ dan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai perubahan yang diinginkan dan mengembangkan hasil sesuai harapan.

Kerangka pikir pada kajian ini berawal dari ⁷⁰ kesenjangan antara keadaan saat ini dengan keadaan yang diharapkan. Kesenjangan tersebut berupa permasalahan yang menjadi latar belakang pelaksanaan kajian yang akan dilakukan. Hasil kajian 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. 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, kemudian dijadikan perbaikan dalam 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 PENELITIAN**

3.1 Lokasi dan Waktu

Penelitian dan penyuluhan dilaksanakan di Desa Alasrejo, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi, 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 kedinas 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 Desai Penelitian

3.2.1 Penetapan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena dapat menggambarkan fenomena dan masalah-masalah aktual yang terjadi saat ini dengan menggunakan angka-angka sebagai bentuk hasil penelitian yang bermakna. Tujuan menggunakan metode ini adalah untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai kejadian saat ini dengan data-data yang relevan, sehingga dipilih metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif (Rosliani, 2017).

Tahap pelaksanaan kegiatan penyuluhan dimulai dengan

koordinasi Bersama PPL di BPP Kecamatan Wongsorejo, melaksanakan Identifikasi Potensi Wilayah (IPW), melakukan pendekatan dengan masyarakat, menetapkan responden, melaksanakan kegiatan penyuluhan tentang pembuatan pupuk bokashi dari kotoran sapi perah, mengumpulkan data dari hasil kuesioner, dan mengolah data.

68

3.2.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merujuk pada objek atau subjek yang ada di suatu wilayah dan memenuhi kriteria tertentu yang terkait dengan permasalahan atau objek penelitian (Supardi, 2013). Adapun Jumlah anggota kelompok tani Desa Alasrejo tersebut sebagai berikut :

6

Tabel 3.1 Jumlah Kelompok Tani Desa Alasrejo

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

Sumber : Programa Penyuluhan BPP Wongsorejo 2022

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

b. Sampel

⁵ Dalam penelitian ini, dilakukan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling untuk memilih petani yang melakukan penjualan secara Facebook dan konvensional. Untuk sampel petani Facebook, dipilih sebanyak 25% dari total populasi yang ada. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Arikunto (2012), di mana ⁵² jika populasi berjumlah kurang dari 100 orang, maka seluruh populasi diambil sebagai sampel. Namun, jika populasi lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi tersebut. Total sampel petani yang didapatkan yakni:

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

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

$$n = 45$$

¹² **3.2.3 Variabel Penelitian**

Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan diteliti. Variabel penelitian dalam hal ini adalah data penjualan online dan konvensional selama 6 minggu setelah panen.

⁵⁹ **3.2.4 Jenis Data**

a. Data primer adalah data utama yang diperoleh langsung melalui pengisian kuesioner dan wawancara kepada anggota kelompok tani yang melakukan budidaya tanaman jagung di kecamatan Wongsorejo. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode ²¹ analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan informasi secara umum dan membentuk data primer.

b. ⁴ Data sekunder merupakan data tambahan dan pendukung yang

diperoleh dari berbagai sumber seperti Program BPP, profil desa, buku-buku, serta jurnal dan literatur terkait yang berhubungan dengan masalah penelitian yang dilakukan. Data sekunder digunakan sebagai pelengkap informasi dalam penelitian ini.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyomo (2018) menyatakan bahwa metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara. Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dan strategis dalam penelitian ini, karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data yang diperlukan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk data primer, teknik yang digunakan adalah wawancara dengan anggota kelompok tani yang melakukan budidaya tanaman jagung (jagung pipil).

3.2.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini merupakan sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dalam kajian ini dilakukan melalui instrumen kajian berupa wawancara terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap beberapa pertanyaan terbuka, yaitu berapa jumlah penjualan jagung pipil pada minggu pertama setelah panen dan berapa jumlah penjualan jagung pipil pada minggu keenam setelah panen.

3.2.7 Analisis Data Penelitian

Dalam kajian ini, analisis data menggunakan uji-t Berpasangan (paired t-test). Uji-t berpasangan adalah salah satu metode pengujian hipotesis di mana data yang digunakan berhubungan satu sama lain.

Sampel berpasangan mengacu pada subjek yang sama, tetapi

mengalami perlakuan yang berbeda. Model uji beda ini digunakan untuk menganalisis perbedaan antara model penelitian sebelum dan sesudah perlakuan. Paired sampel t-test digunakan untuk mengkaji keefektifan perlakuan, di mana terdapat perbedaan rata-rata sebelum dan setelah diberikan perlakuan. Dalam konteks ini, sampel berpasangan merujuk pada penggunaan sampel yang sama, namun diuji dua kali pada waktu yang berbeda atau dengan interval tertentu. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis nol (H_0) pada uji ini ditentukan oleh nilai signifikansi sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima, dan perbedaan kinerja dianggap tidak signifikan.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, dan perbedaan kinerja dianggap signifikan. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah sampel penelitian sebelum dan sesudah perlakuan memiliki rata-rata 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. Menggunakan uji T berpasangan. Perhitungan analisis dilakukan dengan menggunakan Excel. Adapun Rumus uji T yang digunakan :

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

- \bar{X}_1 = Rata-rata penjualan Facebook (Rp/Ha)
 \bar{X}_2 = Rata-rata penjualan konvensional (Rp/Ha)
 S_1^2 = Keragaman penjualan Facebook (Rp/Ha)

S2² = Keragaman penjualan konvensional(RP/Ha)
 n1 = Jumlah petani *facebook*
 n2 = Jumlah petani konvensional

3.3 Penetapan Penyusunan Perencanaan Penyuluhan

3.3.1 Penetapan Tujuan Penyuluhan

Tujuan perencanaan penyuluhan dilakukan melalui (1) menganalisis hasil identifikasi potensi wilayah (2) melakukan identifikasi permasalahan sesuai hasil kajian (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), penyuluhan yang akan dilakukan dapat diukur dan memiliki suatu pencapaian, c) *actionary* (dapat dikerjakan/dilakukan), tujuan kegiatan penyuluhan yang diyakini 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*.

3.3.2 Penetapan Sasaran Penyuluhan

Penetapan sasaran dalam penyuluhan memiliki tujuan untuk menentukan penerima manfaat dari program penyuluhan pertanian. Penetapan sasaran penyuluhan dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil kajian sebelumnya. Proses menetapkan sasaran penyuluhan melibatkan beberapa langkah, yaitu: 1) menganalisis hasil

1) mengidentifikasi potensi wilayah, 2) mengidentifikasi aspek adat istiadat, budaya, dan kebiasaan sasaran, 3) melakukan pemetaan sasaran berdasarkan potensi wilayah, permasalahan yang dihadapi, dan upaya pemecahan masalah, 4) akhirnya melakukan 1) penetapan sasaran penyuluhan.

3.3.3 Penetapan Materi Penyuluhan

Penetapan materi penyuluhan dalam kegiatan 1) penyuluhan pertanian bertujuan untuk menentukan pesan yang akan disampaikan kepada sasaran. Proses 1) penetapan materi penyuluhan dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut: 1) menganalisis hasil identifikasi potensi wilayah, 2) mengidentifikasi permasalahan berdasarkan hasil kajian, 3) menetapkan materi penyuluhan yang sesuai dengan hasil analisis, 4) menganalisis karakteristik inovasi, dan 5) mencari sumber informasi terkait materi.

Menurut Roger (1983), karakteristik inovasi dibagi menjadi lima aspek, yaitu:

- a. Keunggulan relatif (relative advantage), yang mengukur sejauh mana 21 inovasi dianggap lebih baik atau unggul dibandingkan dengan yang telah ada sebelumnya, baik dari segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan, dan lain-lain.
- b. Kompatibilitas (compatibility), mengukur sejauh mana 73 inovasi tersebut sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi.
- c. Kerumitan (complexity), mengukur tingkat kesulitan pemahaman dan penggunaan inovasi.
- d. Kemampuan diuji cobakan (trialability), mengukur 77 sejauh mana

inovasi dapat diujicoba dalam batas tertentu. Inovasi yang dapat diuji coba secara nyata akan lebih cepat diadopsi.

- e. Kemampuan diamati (observability), mengukur sejauh mana hasil dari inovasi dapat dilihat oleh orang lain.

Dengan memperhatikan karakteristik inovasi tersebut, materi penyuluhan dapat disusun dengan lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan sasaran.

3.3.4 Penetapan Media Penyuluhan

Pemilihan media penyuluhan didasarkan pada pertimbangan mengenai sasaran penyuluhan, kondisi lingkungan, materi penyuluhan, dan metode penyuluhan yang akan digunakan. Tujuan dari pemilihan media ini adalah untuk mempermudah penyampaian materi penyuluhan. Untuk menentukan jenis media yang akan digunakan, dilakukan beberapa tahapan seperti: (1) melakukan identifikasi potensi wilayah (IPW), (2) menganalisis karakteristik kelompok tani, (3) menganalisis karakteristik inovasi materi yang akan disampaikan, dan (4) menetapkan metode penyuluhan yang akan digunakan. Dengan demikian, penetapan media penyuluhan menjadi lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan sasaran penyuluhan pertanian.

3.3.5 Metode Evaluasi Penyuluhan

Pada kajian ini, digunakan model evaluasi penyuluhan berupa evaluasi hasil (sumatif). Evaluasi sumatif dilakukan dengan langkah-langkah, yaitu menetapkan tujuan evaluasi, menentukan skala pengukuran, memilih instrumen evaluasi, dan menganalisis data evaluasi. Tujuan evaluasi yang ditetapkan adalah mengetahui pengetahuan dan sikap kelompok tani di Kecamatan Wongsorejo

terhadap. ¹⁰⁴ Skala pengukuran yang akan digunakan adalah skala likert karena untuk menilai pengetahuan dan sikap. Penetapan instrumen evaluasi ¹²⁰ 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 tentang analisis penjualan jagung pipil menggunakan *facebook* dan konvensional di kelompok tani Desa Alasrejo kecamatan Wongsorejo kabupaten Banyuwangi.

3.3.6 Metode Pelaksanaan Penyuluhan

Penyuluhan dilaksanakan di Kecamatan Wongsorejo dengan waktu atau jadwal penyuluhannya disepakati bersama sasaran, dengan membahas materi yang telah disiapkan guna mengatasi ¹²³ masalah yang ada. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk melaksanakan penyuluhan:

1. Persiapan segala hal yang dibutuhkan (seperti media, materi, ¹ lokasi, waktu, undangan, berita acara, daftar hadir, dan lain-lain) yang mendukung pelaksanaan kegiatan penyuluhan.
2. Berkoordinasi dengan pembimbing eksternal terkait pelaksanaan penyuluhan yang akan dilaksanakan.

3. Melaksanakan penyuluhan sesuai dengan format yang telah ditentukan dalam LPM (Lembar Persiapan Menyuluh).

1 3.4 Metode Implementasi/ Uji Coba Rancangan Penyuluhan

3.4.1 Persiapan Penyuluhan Pertanian

Kegiatan persiapan dalam penyuluhan pertanian di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi meliputi 1) berkoordinasi dengan stakeholders terkait untuk mengurus perizinan, 2) menentukan lokasi dan jadwal pelaksanaan penyuluhan, dan 3) **1** menyusun Lembar Persiapan Menyuluh (LPM), sinopsis, daftar hadir, dan berita acara penyuluhan. Tujuan dari persiapan ini adalah untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan memastikan segala hal telah terorganisir dengan baik..

44 3.4.2 Pelaksanaan Penyuluhan Pertanian

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan pertanian di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi mengacu pada rancangan penyuluhan yang telah disusun sebelumnya. Pelaksanaan penyuluhan dilakukan dengan beberapa metode, antara lain: 1) memberikan arahan kepada peserta penyuluhan, 2) mencatat kehadiran peserta sesuai daftar hadir yang telah disiapkan sebelumnya, dan 3) menyampaikan materi penyuluhan secara sistematis sesuai dengan Lembar Persiapan Menyuluh (LPM). Tujuan dari pelaksanaan ini adalah untuk mempermudah jalannya kegiatan penyuluhan dan memastikan semua tahapan berlangsung dengan teratur dan sesuai rencana.

1 3.4.3 Evaluasi Penyuluhan Pertanian

Pelaksanaan evaluasi penyuluhan pertanian dilakukan setelah

kegiatan penyuluhan telah berlangsung. Evaluasi ini ditujukan kepada seluruh peserta yang telah mengikuti materi penyuluhan. Implementasi evaluasi dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu: 1) memberikan arahan kepada peserta mengenai pengisian kuisisioner, 2) menyebarkan kuisisioner yang telah diverifikasi keabsahannya, 3) mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuisisioner, 4) menganalisis data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, 5) menentukan hasil evaluasi. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengukur efektivitas dan efisiensi kegiatan penyuluhan yang telah dilaksanakan serta menilai pemahaman dan respon peserta terhadap materi penyuluhan yang disampaikan.

3.5 Batas 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. Konvensional kegiatan atau cara berjualan secara langsung seperti penjualan kepada tengkulak, pengepul dan mulut ke mulut. *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 Gambar 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 batasan⁷⁵ batas wilayah sebagai berikut:

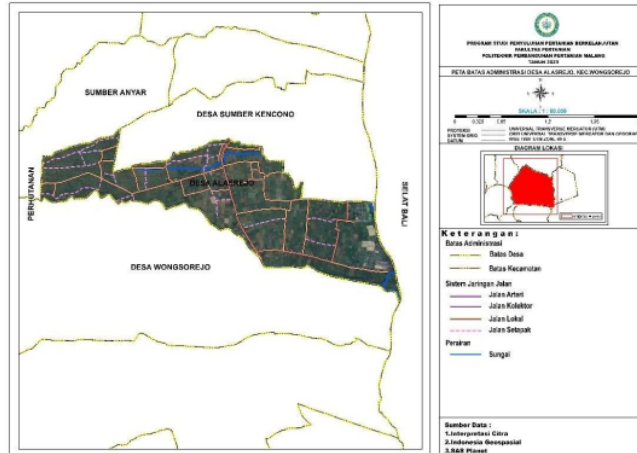
Sebelah Utara : Sumber Anyar dan Desa Sumber Kencono

Sebelah Barat : Perhutan

Sebelah Selatan : Desa Alasrejo

Sebelah Timur : Selat Bali

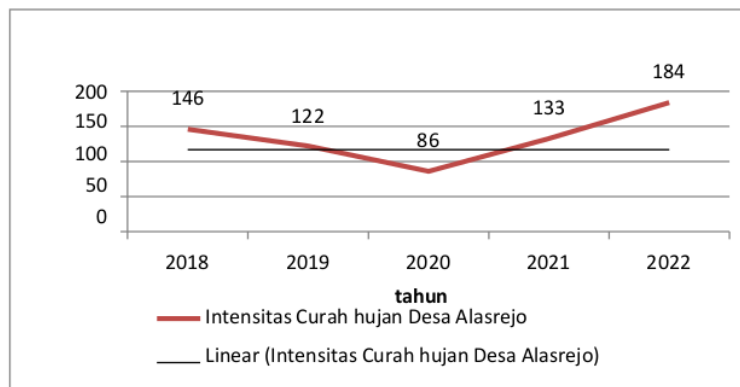
Desa Alasrejo memiliki¹³¹ luas wilayah 1026 Ha, yang terdiri dari lahan tagal seluas 672 Ha, pekarangan seluas 73 Ha, dan lain-lain seluas 281 Ha. Secara geografis, wilayah Desa Alasrejo terletak di daerah dataran rendah. Ketinggian rata-rata permukiman dari atas permukaan air laut adalah sekitar \pm 400 mdpl, dengan suhu rata-rata¹⁴⁴ berkisar antara 23 hingga 33 0C. Rata-rata curah hujan setiap tahun sekitar 184 mm (dalam satuan gelas ukur), menjadikan kondisi alam Desa Alasrejo sebagai daerah kering, terutama saat musim kemarau. Tanah di wilayah Desa Alasrejo merupakan tanah aluvial berpasir, yang terdiri dari lempung berpasir dengan kandungan pasir sekitar 20%. Desa Alasrejo terletak di pesisir pantai, dengan sebagian wilayah bagian timur digunakan sebagai tambak Ikan Bandeng Monodon (IBM). Letak Desa Alasrejo⁹ dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Batas Admistrasi 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 :

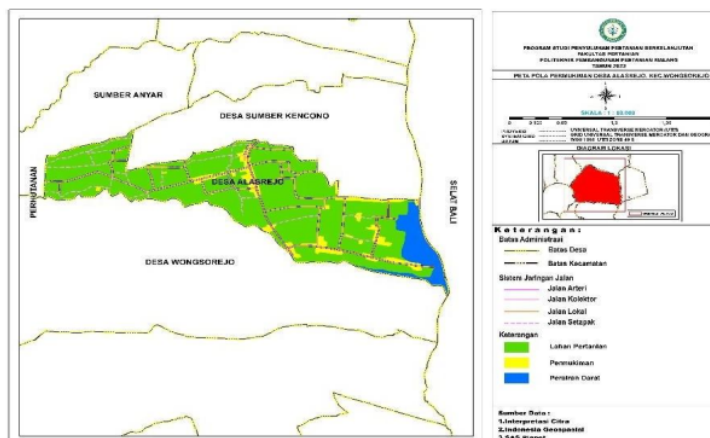


Gambar 4.2 Data Curah Hujan

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, Oleh karena itu, jika tanaman mengalami kekurangan air, dapat menyebabkan gangguan pada proses metabolisme tanaman. Akibatnya, laju pertumbuhan dan perkembangan tanaman, terutama pada fase vegetatif tanaman jagung, akan terpengaruh.

4.1.3 Pola Pemukiman

Pemukiman merupakan tempat tinggal bagi manusia yang telah direncanakan dengan baik dan memiliki tujuan yang jelas, sehingga memberikan kenyamanan bagi penghuninya. Pola persebaran pemukiman penduduk di Desa Alasrejo dapat digolongkan menjadi tiga jenis yaitu pola pemukiman menyebar, pola pemukiman memusat, dan pola pemukiman



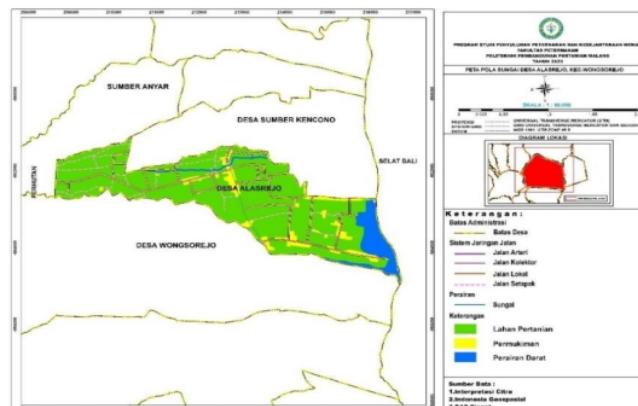
memanjang.

Gambar 4.3 Pola Pemukiman

Dalam pandangan Sadana (2014), perbedaan yang signifikan antara permukiman dan perumahan terletak pada fungsi masing-masing. Pada permukiman, lingkungannya memiliki fungsi ganda sebagai tempat tinggal dan sekaligus sebagai tempat mencari nafkah bagi sebagian penghuninya. Sementara itu, pada perumahan, lingkungannya 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 merupakan aliran air yang terbentuk secara alami di permukaan bumi, yang tidak hanya menyimpan air tetapi juga mengalirkannya dari daerah hulu menuju ke daerah hilir dan muara.



Berikut pola dan panjang sungai di Desa Alasrejo pada Gambar 4.3.

Gambar 4.4 Pola Sungai Alasrejo

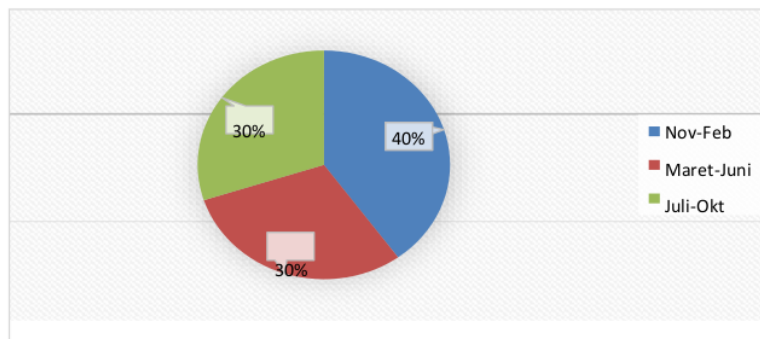
Kodoatie dan Sugiyanto (2002) mendefinisikan daerah aliran sungai (DAS) sebagai suatu wilayah tata air yang terbentuk secara alami di mana air hujan tertangkap dan mengalir dari wilayah tersebut menuju sungai. Wilayah tersebut juga mencakup sungai yang menerima aliran air dari daerah tersebut dan disebut sebagai 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 dimanasebagai 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 daerah dengan ketinggian sekitar 1200 meter di atas permukaan laut. Tanaman jagung membutuhkan jenis tanah seperti lempung, lempung berpasir, dan tanah vulkanik yang subur dan gembur dengan kandungan bahan organik yang tinggi. Selain itu, tanaman jagung memerlukan paparan sinar matahari minimal 8 jam per hari, suhu udara antara 20 hingga 33 derajat Celsius, curah hujan yang sedang, serta pH tanah antara 5,5 hingga 7. Juga,

tanaman jagung akan tumbuh baik di daerah dengan sistem drainase yang baik. Di Desa Alasrejo didominasi dengan budidaya tanaman jagung yang memiliki jadwal tanam 3 kali dalam satu tahun. Jadwal tanam merupakan kegiatan ¹² pengaturan penggunaan lahan pertanian 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:



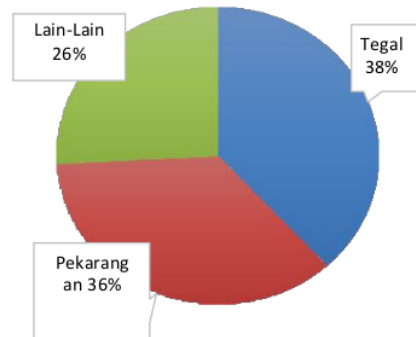
Gambar 4.5 Jadwal Tanaman Jagung Desa Alasrejo

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 ⁸² musim tanam pertama, bulan maret-juni musim tanam kedua dan bulan juli-oktober musim tanam ketiga.

4.1.6 Luas Lahan

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



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 4.2

dibawah ini merupakan peran kelembagaan yang aktif dalam mendukung kegiatan Desa Alasrejo:

Table 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 & Program 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).

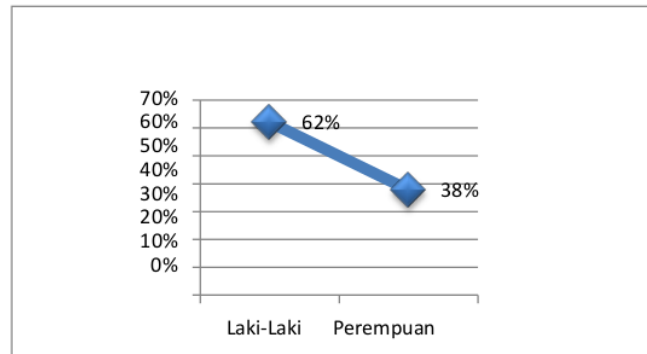
Peran lembaga sangat diperlukan petani dalam setiap tahapan melaksanakan usaha tani khususnya pada pola usaha tani (Jagung-jagung) setiap tahunnya, menjawab permasalahan yang ada dan

menjadi tolak ukur petani dalam menentukan kegiatan kedepannya adalah tujuan dari setiap elemen lembaga. Menurut Sawitri (2019) kelompok tani, himpunan dan asosiasi petani ¹² 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 ⁴ menurut jenis kelamin

Perempuan dan laki-laki memiliki identitas yang berbeda sesuai dengan pandangan dan tuntutan masyarakat terhadap jenis kelamin tertentu. Dalam sosiologi, feminitas merujuk pada cara masyarakat memandang perempuan, sementara maskulinitas merujuk pada cara masyarakat memandang laki-laki. Perempuan memiliki posisi sentral dalam kehidupan sosial masyarakat, terutama dalam pengelolaan ekonomi keluarga. Namun, peran perempuan tidak lagi terbatas pada peran pasif dalam pengelolaan perekonomian keluarga di era modern saat ini. Jumlah dan jenis penduduk setiap wilayah dapat berbeda-beda. Berdasarkan data profil desa, pada tahun 2022, Desa Alasrejo Kecamatan Wongsoroje memiliki jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin ⁵ seperti yang terlihat pada gambar 4.7 berikut ini.



Gambar 4.7 Jumlah penduduk menurut Jenis Kelamin

138
 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 daripada perempuan.

85
 Menurut Listiani (2002), memberikan kesetaraan tenaga kerja perempuan dalam konsep kerja bukanlah semata-mata untuk mencari keuntungan dari segi ekonomis atau meningkatkan pendapatan. Tujuan sebenarnya adalah meningkatkan partisipasi dan peran perempuan dalam masyarakat Desa Alasrejo. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan sistem pemilik lahan yang melibatkan tenaga kerja

perempuan melalui gotong royong, di mana setiap individu mengambil peran dan tanggung jawabnya masing-masing dalam melaksanakan usaha tani tanaman jagung sesuai dengan tugas dan fungsinya.

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 4.3 :

Table 4.2 data berdasarkan umur

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 4.3 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 kategori 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.

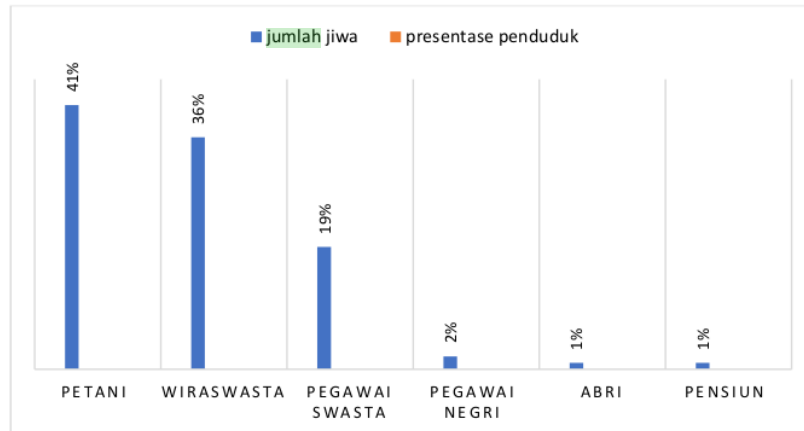
Umur petani memiliki hubungan dengan pengalaman dan kematangan dalam praktik usahatani. Selain itu, umur juga mempengaruhi kemampuan fisik dan respon terhadap hal-hal baru dalam menjalankan usahatani. Terdapat kecenderungan bahwa petani

muda cenderung lebih cepat dalam mengadopsi inovasi karena semangat mereka untuk mengetahui dan mencari tahu hal-hal baru. Namun, semakin tua usia petani, kemampuan fisik mereka dalam usahatani cenderung menurun.

Salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan produktivitas kerja dalam pengembangan usaha adalah tingkat umur. Petani yang berusia relatif muda cenderung lebih kuat, cekatan, mudah menerima inovasi baru, dan tanggap terhadap lingkungan sekitar, dibandingkan dengan tenaga kerja yang sudah memiliki usia yang relatif tua yang cenderung 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 aktivitas kerja yang dilakukan oleh penduduk dengan tujuan untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidup. Mayoritas penduduk Desa Alasrejo menggantungkan mata pencahariannya pada sektor pertanian, diikuti oleh pekerjaan sebagai pedagang. Distribusi karakteristik penduduk Desa Alasrejo berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada gambar 4.7.



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 aktivitas 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 dilakukan secara individu maupun secara kelompok dengan petani yang ada di Desa Alasrejo. Berikut merupakan gambar kegiatan aktivitas keluarga petani yang disajikan pada gambar

4.8:



Gambar 4.8 Aktivitas keluarga petani Desa Alasrejo

Gambar 4.8 diatas menjelaskan terkait aktivitas 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 dikarenakan 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 dikarenakan masih tahap belajar dan mengenal kehidupan kegiatan yang dilakukan tidak jauh dari bangun tidur, sarapan, sekolah, ngaji dan bermain dan lain-lain.

4.2 Karakteristik Respondent

4.2.1 Umur

Umur merupakan lama waktu semenjak dilahirkan dengan satuan tahun. Pada kajian yang telah dilaksanakan didapatkan umur petani responden meliputi 32 sampai dengan 80 tahun. Pengkategorian umur responden pada kajian ini sesuai dengan Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), penduduk yang dianggap ⁷⁸ tidak produktif adalah yang berusia di bawah 15 tahun dan di atas 65 tahun. Sementara itu, penduduk dengan usia produktif adalah yang berusia antara 15 hingga 64 tahun. Distribusi responden berdasarkan kelompok usia responden ¹² disajikan dalam Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.3 Data Responden 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)			

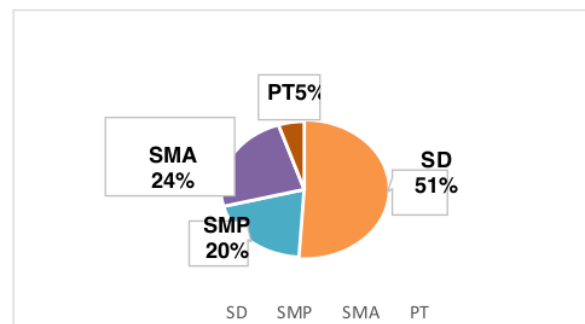
(Sumber: Pengolahan Data Responden, 2023)

⁶ Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, dapat diamati bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 38 - 76 tahun. Sebagian besar petani di Desa Alasrejo berada dalam kelompok usia produktif. Kelompok usia produktif ini memiliki potensi besar untuk menerima inovasi baru dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan pertanian. Menurut Hasyim (2003), umur petani dapat menjadi indikator untuk melihat sejauh mana seseorang aktif dalam bekerja, di mana petani dengan usia produktif cenderung bekerja dengan baik dan maksimal.

4.1.1. Pendidikan formal

Pendidikan merupakan sarana pembelajaran yang

memungkinkan seseorang untuk memahami perkembangan yang terjadi dalam berbagai bidang, termasuk praktik pertanian yang lebih modern (Lubis, 2000). Dalam konteks tingkat pendidikan, petani responden memiliki tingkat pendidikan yang beragam, mulai dari SD, SMP, SMA, hingga perguruan tinggi. Dalam penelitian ini, tingkat pendidikan formal petani responden dinilai berdasarkan ijazah yang mereka peroleh dari pendidikan formal yang telah mereka jalani. Distribusi responden berdasarkan pendidikan formal dapat dilihat pada Gambar 4.10 berikut ini:



Gambar 4.10 data responden berdasarkan pendidikan formal

Berdasarkan hasil kajian, terlihat bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan SD. Mayoritas dari mereka memiliki kemampuan membaca dan menulis. Namun, temuan ini tidak sejalan dengan pandangan dari (Lubis, 2000) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat mempengaruhi tingkat adopsi inovasi, khususnya dalam penggunaan media sosial seperti Facebook untuk penjualan jagung pipil. Melihat data pada Tabel 4.4, dapat diobservasi bahwa sebanyak 51% dari responden petani jagung merupakan lulusan SD. 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 Alarsejo sudah memiliki kemampuan membaca menerima informasi.

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.

4.2.2 Pengalam Bertani Desa Alasrejo

Lama ¹¹⁹ 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 ³¹ 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: Pengolahan Data Responden, 2023)

Dari tabel 4.5 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 dalam bertani dapat membantu petani dalam mengambil keputusan terkait usahatani jagung di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo, terutama dalam aspek penjualan hasil pasca panen melalui media sosial Facebook. Semakin lama pengalaman yang dimiliki, maka tingkat keterampilan petani akan meningkat. Dalam konteks ini, penyuluhan yang tepat dan efektif sangat penting untuk meningkatkan wawasan petani dalam bidang pertanian.

Penyuluhan dapat membantu petani mendapatkan informasi yang lebih baik tentang praktik pertanian dan memotivasi mereka untuk menerapkan teknologi yang diperkenalkan. Pertanian memiliki potensi besar dalam mendukung kehidupan, dan ketersediaan informasi yang baik bagi petani dapat membuka wawasan mereka dalam bidang pertanian. Oleh karena itu, dalam kegiatan penyuluhan, diperlukan materi, media, dan metode yang sesuai untuk memberikan wawasan yang lebih luas bagi responden, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam usahatani jagung. (Wahyuni, 2019).

4.2.3 Luas Lahan

Luas lahan merupakan luas lahan yang diusahakan atau dikelola oleh petani responden ketika kajian ini dilakukan yang dinyatakan dalam satuan hektar (Ha). Tegalan 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. 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 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 yang ada, terlihat bahwa mayoritas petani jagung di Desa Alasrejo memiliki luas lahan antara 0,14 hingga 2 hektar. Dari hasil penelitian lapangan, dapat diamati bahwa sebagian besar lahan yang dikelola oleh petani responden merupakan milik keluarga yang telah diwariskan dari generasi sebelumnya. Lahan merupakan salah satu unsur produksi yang tahan lama dan dapat diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. 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 luas lahan yang cukup besar memiliki keuntungan karena mereka dapat mencoba inovasi pertanian pada sebagian lahan mereka terlebih dahulu sebelum mengaplikasikannya pada seluruh lahan. Namun, bagi petani dengan lahan yang sempit dan bersifat sewa, mereka cenderung enggan untuk menerima inovasi karena takut akan kegagalan. Menurut (Kartasapoetra, 1991), petani dengan lahan yang sempit, khususnya di bawah 0,5 hektar, cenderung

lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan karena takut akan menghadapi kegagalan. Hal ini dapat berdampak pada keputusan mereka dalam menjual hasil panen melalui media sosial seperti Facebook.

4.2.4 Biaya produksi

Salah satu faktor yang penting dalam usahatani adalah biaya produksi, dalam perhitungan biaya produksi mempengaruhi besarnya penjumlahan 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 produksi jagung bisa dilihat pada tabel 4.6.

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

4.2.5 Biaya variabel

Biaya variable merupakan biaya tetap disaat melakukan suatu pekerjaan yang meliputi biaya benih, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja. Perhitungan biaya produksi disesuaikan dengan harga-harga yang berlaku di daerah penelitian. Adapun perincian dari total pengeluaran biaya produksi jagung bisa dilihat pada tabel 4.7

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
97	Total VC	4.011.389

Sumber: Data primer diolah, 2023

. Total biaya produksi yang dikeluarkan pada responden petani jagung bisadiketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

$$= \text{Rp}5.635.304 + \text{Rp}4.011.389$$

$$= \text{Rp} 9.646.693$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi pada petani jagung Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo adalah Rp 9.646.693.

4.2.6 Penerima harga jagung pipil

Penerimaan petani dapat dihitung dengan mengalikan hasil produksi (Q) dengan harga jual (P) dari produk tersebut. Semakin besar jumlah produksi dan semakin tinggi harga jual, maka penerimaan yang diterima petani akan meningkat 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 kalimusim bisa dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4. 8 Rata-rata jumlah penerimaan responden (Per Ha/ 1 periode tanam)

No	Uraian	Petani Jagung	
		Penjualan Konvensional	Penjualan Online

134	1	Produksi (Kg)	4.169	4.169
	2	Harga Jual (Rp)	5.200	5.500
	Total Penerimaan (Rp)		21.678.222	22.928.889

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil produksi rata rata di lokasi penelitian pada petani jagung adalah 4.169kg dan harga penjualan konvensional Rp5.200 sedangkan penjualan online bisa mencapai Rp5.500, Selisih harga jual jagung pipil antara konvensional dengan media social *facebook* yaitu Rp300.

4.2.7 Penjualan jagung pipil

Kegiatan dalam usaha tentunya akan terjadi pendapatan. Penjualan usahatani merupakan selisih penerimaan usahatani dikurangi dengan total biaya produksi yang digunakan selama proses produksi. Adapun rata-rata penjualan yang diperoleh dalam satu kali produksi pertanian tanaman jagung di Desa Alarejo Kecamatan Wongsorejo bisa dilihat pada tabel 4.9:

Tabel 4. 9 rata-rata penjualan responden

No	Pemasaran Jagung Pipil	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	penjualan (Rp)
1	Konvensional	21.678.222	9.646.693	12.031.529
27	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

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 4.10:

Tabel 4. 10 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	
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 kajian 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 ⁷⁵ umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, penjualan dan luas lahan. Berdasarkan sub variabel pemanfaatan facebook sebagai alternative pemasaran disajikan padatable 4.11 berikut :

4.11 Pengaruh Karakteristik terhadap penjualan jagung pipil

No	Sub Variabel	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
1	Umur	✓	
2	Lama Pendidikan Formal	✓	
3	Pendapatan	✓	
4	Luas Lahan	✓	
5	Pengalaman Usaha Tani	✓	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil kajian diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik petani jagung Desa Alasrejo berpengaruh dengan penjualan pada usahatani jagung yaitu ⁴⁵ umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, penjualan dan luas lahan. Maka variabel dapat di jadikan dasar membuat rancangan penyuluhan.

PERANCANGAN DAN UJI COBA RANCANGAN PENYULUHAN**5.1 Perancangan Penyuluhan**

Rancangan penyuluhan merupakan suatu proses dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Rancangan penyuluhan mencakup beberapa aspek, seperti tujuan penyuluhan, sasaran penyuluhan, materi penyuluhan, metode penyuluhan, media penyuluhan, dan evaluasi penyuluhan.

5.1.1 Penetapan Tujuan Penyuluhan

Penetapan tujuan penyuluhan pertanian bertujuan untuk mengidentifikasi sasaran yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Berdasarkan hasil identifikasi potensi wilayah yang telah dilakukan, didapatkan bahwa komoditas utama yang diusahakan di Desa Alasrejo adalah tanaman Jagung. Berdasarkan hasil kajian 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 social *facebook*

sebagai pemasaran jagung pipil. Penetapan tujuan penyuluhan yang akan dilakukan mengacu pada kaidah SMART.

Specific penyuluhan adalah memberikan pemahaman kepada anggota kelompok tani mengenai fungsi dan kegunaan media social *facebook* sebagai upaya dalam percepatan pembangunan pertanian yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan rumah tangga petani Desa Alasrejo dalam pemasaran jagungpipil. *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 social *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 dan demonstrasi cara 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 social *facebook* sangat bermanfaat bagi usaha tani tanaman jagung. *Time frame* pada tujuan penyuluhan pertanian ini sejak dilaksanakan kajian penelitian tugas akhir sampai ditetapkan pelaksanaan penyuluhan pada tanggal 11 Mei 2023 dengan hasil yang diharapkan dapat dicapai. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penyuluhan yang akan dilaksanakan adalah agar mampu meningkatkan pengetahuan petani menjadi evaluasi terhadap inovasi secara utuh terhadap pemahaman fungsi dan kegunaan media social *facebook* untuk pemasaran jagung pipil sebagai prioritas dalam usaha tani budidaya tanaman jagung yang sebelumnya 51% 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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Berdasarkan analisa tersebut maka tujuan untuk melakukan penyuluhandi kelompok tani di Desa Alasrejo adalah 94% anggota tani memanfaatkan dan paham akan pemanfaatan media facebook sebagai alternative pemasaran jagungpipil, harapannya mampu memanfaatkan secara berkelanjutan.

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 social 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 tidak 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 social *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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil dipaparkan menggunakan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi cara, *compatibility* kesesuaian materi didasarkan lokasi kajian sasaran yang mayoritas anggotanya dalam usaha tani memerlukan fungsi dan kegunaan media social *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 kajian.

Berdasarkan hal tersebut, sehingga materi penyuluhan yang

ditetapkan berhubungan dengan kajian dan permasalahan yang dihadapi di lapangan. Materi penyuluhan yang ditetapkan adalah fungsi dan kegunaan media social *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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Materi yang akan disampaikan pada proses penyuluhan disajikan pada lembar persiapan penyuluhan yang terdapat dilampiran 105.

5.1.4 Penetapan Metode Penyuluhan

Metode 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. Strategi untuk mengatasi masalah budaya yang ada di masyarakat petani dengan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pendidikan yakni melakukan pendekatan kelompok, melakukan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi serta menggunakan media penyuluhan yang menarik dan mudah dipahami oleh sasaran (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 berbagai pengalaman. Tahapan yang selanjutnya disesuaikan dengan

pendekatan dalam penyuluhan. Karena pendekatan penyuluhan menggunakan pendekatan kelompok maka dibutuhkan metode untuk memahami isi dari materi tersebut. Maka dari itu ¹⁴⁵ metode yang lain yakni metode ceramah dan diskusi. Metode ini bisa memberikan pemahaman lebih dalam akan ² materi penyuluhan yang akan disampaikan.

5.1.5 Penetapan medi 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 ⁶⁶ tujuan penyuluhan ini adalah untuk mengetahui peningkatan pengetahuan petani sasaran dan mengetahui sikap petani dalam implementasi usaha tani menggunakan media social facebook sebagai pemasaran jagung pipil dengan media yang digunakan pada penyuluhan berupa ppt. Terdapat pada lamiran 106.

5.1.6 Evaluasi penyuluhan pertanian

A. Penentuan Lokasi dan Waktu

Kegiatan evaluasi penyuluhan mengenai memahami manfaat secara utuh fungsi dan kegunaan media social 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

Dalam penentuan sasaran evaluasi, digunakan metode sensus dengan ⁸⁴ teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh. Artinya, seluruh anggota populasi penyuluhan dijadikan sampel, sehingga semua responden, sebanyak 15 orang, menjadi sampel 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 social 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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil.

C. Penentuan Tujuan Evaluasi

Tujuan evaluasi penyuluhan pertanian yang hendak dicapai adalah mengetahui dan mendeskripsikan 30% peningkatan petani anggota kelompok tani Desa Alasrejo mengenai manfaat dari fungsi dan kegunaan media social facebook sebagai penjualan jagung pipil.

D. Penentuan Instrumen Evaluasi

1. Evaluasi Peningkatan pengetahuan Petani

⁵¹ Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk

mengukur fenomena sosial dan mengumpulkan data dalam penelitian. Hal ini mencakup definisi variabel secara operasional, parameter, pengukuran, dan kisi-kisi pertanyaan. Untuk penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah lembar kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah ditentukan. Tujuan penggunaan instrumen ini adalah untuk memudahkan pengumpulan data secara sistematis, lengkap, dan cermat.

Instrumen evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini juga berupa kuesioner. Skoring instrumen kuesioner menggunakan metode Guttman dengan rentang nilai dari 1 hingga 4, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Dengan menggunakan instrumen ini, peneliti dapat dengan mudah mengumpulkan tanggapan dari responden dan mengobservasi data secara lebih baik untuk evaluasi kegiatan yang dilaksanakan. Indikator yang ditetapkan disusun dan dilampirkan (lampiran) dalam bentuk definisi operasional sebagai berikut :

Tabel 5.1 Definisi Operasional Evaluasi Penyuluhan Pengetahuan Petani

Variae	Aspek	Tingkan	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Kisi-Kisi
I						

Pengetahuan Peta ini	Kognitif	Mengetahu	Mendefinisikan, menyusun daftar, menjelaskan, mengingat, mengenali, menukarkan kembali, menyatakankan, mengulang, mengurutkan, menamai, menemukatkan, menyebutkan.	Kemampuan petani dalam mengingat kembali materi fungsi dan kegunaan media social <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil yang telah disampaikan	Menggunakan skala <i>multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 2 kategori	C 1-4
		Pemahaman	Menerangkan, menjelaskan, menterjemahkan, menguraikan, mengartikan, menyatakan kembali, menafsirkan, menginterpretasikan mendiskusikan, menyeleksi, mendeteksi, melaporkan, menduga, mengelompokkan.	Kemampuan petani dalam memahami materi fungsi dan kegunaan media social <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil yang telah disampaikan.	Menggunakan skala <i>multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 2 kategori	C 5-8
		Penerapan	Memilih, menerapkan, melaksanakan, mengubah, menggunakan, mendemonstrasikan, memodifikasi, memulakan menginterpretasikan,	Petani menerapkan materi fungsi dan kegunaan media social	Menggunakan skala <i>multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 2 kategori	C 9-12

Variael	Aspek	Tingkatan	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Kisi Kisi
			menunjukkan,	<i>facebook</i>		

	membuktikan, menggambarkan, mempraktekan, mengoperasikan, menjalankan, memprogramkan	sebagai pemasaran jagung pipil yang telah disampaikan secara nyata	
Analisis	Mengkaji ulang, membedakan, membandingkan, mengkontraskan, memisahkan, menghubungkan, menunjukkan hubungan antara variabel,	Petani dapat membedakan materi fungsi dan kegunaan media social <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil pada	Menggunakan skala <i>multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 2 kategori C 12-15
Mengevaluasi	memecah menjadi beberapa bagian, menyisihkan, struktur, menduga, mempertimbangkan, mempertentangkan, menata ulang, mencirikan, mengubah	usaha tani budidaya tanaman jagung	Menggunakan skala <i>multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 2 kategori C 16-19
Menciptakan	Mengatur, merancang, meninngkatkan, memperjelaskan, menyiapkan, membatasi, mendiskusikan, membentukkan, mengumpulkan	Usaha tani budidaya tanaman jagung	Menggunakan skala <i>multiple choice</i> dengan dikelompokkan menjadi 2 kategori 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.

2. Evaluasi sikap petani

⁶⁹ Sikap adalah tanggapan atau respon seseorang terhadap suatu stimulus atau objek tertentu, yang melibatkan faktor pendapat dan emosi yang dimilikinya 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 5.1 Definisi Oprasional Evaluas penyuluhan sikap

Varia bel	Tingkatan	Definisi Operasional	Skala Pengukuran	Kisi- Kisi
Sikap Petani	Menerima	² merupakan seseorang atau subjek yang mau menerima dan memperhatikan stimulus yang diberikan terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media social <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil	⁶² Menggunakan skala likert dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori	D 1-10
	Merespon	² Merespon dapat diartikan memberikan sebuah jawaban atau tanggapan terhadap pertanyaan yang diberikan terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media social <i>facebook</i> sebagai pemasaran jagung pipil.	⁶² Menggunakan skala likert dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori	D 11-14
	Menghargai	Menghargai merupakan seseorang	Menggunakan skala likert dengan	D 15-18

2 (subjek) yang memberikan nilai yang positif terhadap stimulus atau objek tertentu terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil.

dikelompokkan menjadi 5 kategori

71 tanggung jawab

Bertanggung jawab dapat diartikan segala sesuatu yang telah dipilih berdasarkan keyakinan dan harus berani mengambil resiko terhadap materi penyuluhan fungsi dan kegunaan media social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil

Menggunakan skala likert dengan dikelompokkan menjadi 5 kategori

D 19-20

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 adaperbedaan atau tidak.

E. Analisis Data

Pada kegiatan evaluasi penyuluhan pertanian, data dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku petani di anggota kelompok tani Desa Alasrejo mengenai fungsi dan kegunaan media social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil.

5.2 Implementasi Rancangn ⁵ Penyuluhan

5.2.1 Persiapan Penyuluhan

Persiapan penyuluhan meliputi segala admistrasi 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 karna untuk memudahkan dalam melakukan persiapan penyuluhan.
2. Persyaratan admistrasi seperti 1) menyusun persiapan penyuluh yang didampingi oleh ppl di Desa Alasrejo yang mana nantinya akan menjadi acuan dalam ¹⁴⁹ kegiatan penyuluhan yang meliputi judul, tujuan , materi , metode dan uraiab kegiatan penyuluhan yang telah di setujui oleh penyuluh, 1) 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 alternative 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 alternative pemasaran jagung pipil.

5.2.2 Pelaksanaan kegiatan penyuluhan

a. Lokasi dan Waktu

Kegiatan penyuluhan mengenai pemahaman fungsi dan kegunaan media social 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

⁴⁴ Kegiatan penyuluhan pertanian yang telah dilakukan, diikuti oleh ⁴⁴ 45 orang petani yang merupakan anggota kelompok tani 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 social 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 social 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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Dimana pengukuran peningkatan pengetahuan petani dan aspek sikap.

5.2.3 Evaluasi Penyuluhan

Evaluasi penyuluhan pertanian dilakukan setelah kegiatan ¹⁵⁹ penyuluhan pertanian. Evaluasi penyuluhan pertanian yang dilakukan bertujuan ¹³⁶ untuk mengetahui dan mendeskripsikan peningkatan pengetahuan dan sikap petani mengenai materi yang telah disampaikan. Materi penyuluhan pertanian yang disampaikan adalah fungsi dan kegunaan media social facebook sebagai pemasaran jagung pipil. Instrumen pada kegiatan evaluasi yang dilakukan adalah

kuesioner. Dilakukan dengan interval waktu 30 menit untuk mengisi ¹¹⁵ kuesioner yang telah dibagikan.

Evaluasi penyuluhan pertanian dilaksanakan dengan menggunakan ³⁸ 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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh petani, data ditabulasi dan dianalisis menggunakan bantuan *software* SPSS dan *excel*.

5.3 Pembahasan Hasil Implementasi dan Evaluasi

5.3.1 Karakteristik Sasaran Penyuluhan

A. Umur

Umur merupakan lama waktu semenjak dilahirkan dengan satuan tahun. Pada kajian yang telah dilaksanakan didapatkan umur petani responden meliputi 32 sampai dengan 80 tahun. Pengkategorian umur responden pada kajian ini sesuai dengan ⁷⁴ Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), penduduk dikategorikan tidak produktif ketika berumur ⁷⁴ <15 tahun dan >65 tahun. Sedangkan penduduk dengan usia produktif yakni berumur 15 sampai 64 tahun. Distribusi responden ³⁸ berdasarkan umur responden disajikan pada tabel 5.2 berikut :

Tabel 5.3 data respondent berdasarkan umur

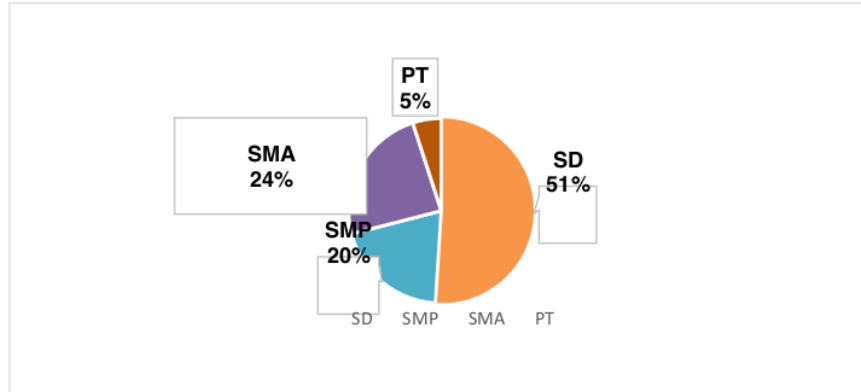
No	Umur Petani (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	38 – 50	9	20
2	51 – 63	23	51
3	64 – 76	13	29
Total		45	100
Modus (62)			

(Sumber: Pengolahan Data Responden, 2023)

Dari tabel 5.2, terlihat bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 38-76 tahun. Sebagian besar petani di Desa Alasrejo termasuk dalam kategori usia produktif. Para petani dalam kategori ini memiliki potensi untuk menerima inovasi baru dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan usaha tani mereka. Menurut Hasyim (2003), usia petani dapat menjadi indikator untuk melihat tingkat aktivitas seseorang dalam bekerja, di mana petani dengan usia yang produktif cenderung 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 kajian ini 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 Respondent Berdasarkan Pendidikan Formal

Berdasarkan hasil kajian, terlihat bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan SD. Hal ini menandakan bahwa mayoritas dari mereka memiliki kemampuan membaca dan menulis. Namun, hal ini tidak selaras dengan pendapat dari Lubis (2000) yang menyatakan bahwa orang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih cepat dalam menerapkan inovasi, termasuk dalam hal penjualan pipil jagung melalui media sosial Facebook. Berdasarkan tabel 5.1, dapat dilihat bahwa mayoritas responden petani jagung memiliki tingkat pendidikan lulusan SD, mencapai 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 kajian ini 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 5.3 berikut

Tabel 5.4 luas lahan Desa Alasrejo

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)

Melihat data di atas, terlihat bahwa mayoritas petani jagung di Desa Alasrejo memiliki lahan dengan ukuran antara 0,14 hingga 2 hektar. Situasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar lahan ini merupakan milik keluarga dan telah dikelola secara turun-temurun. Lahan ini merupakan salah satu unsur produksi yang dapat bertahan lama dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. 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 memiliki kesempatan untuk mencoba suatu inovasi pada sebagian dari lahan tersebut, dan jika berhasil, mereka kemungkinan akan menerapkan inovasi tersebut pada seluruh lahan yang mereka miliki. ⁵ Namun, bagi petani yang hanya memiliki lahan sempit atau bahkan menyewa lahan, menerima inovasi bisa menjadi sulit karena mereka takut mengalami kegagalan. Kartasapoetra (1991) menyatakan bahwa petani dengan lahan pertanian yang sempit, ¹⁰⁹ dengan rata-rata luas kurang dari 0,5 hektar, cenderung lebih berhati-hati dalam mengadopsi inovasi karena takut menghadapi risiko kegagalan, terutama dalam keputusan penjualan hasil panen mereka melalui media sosial seperti Facebook.

5.3.2 Hasil Evaluasi Penyuluhan

A. Evaluasi Pengetahuan Petani

Untuk menganalisis data pengetahuan pengelola, digunakan metode analisis data kuantitatif dengan skala guttman menggunakan pilihan jawaban ganda. Hal ini bertujuan untuk menilai peningkatan pengetahuan responden. Skor jawaban yang diberikan oleh pengelola dijumlahkan menggunakan rumus berikut:

Detail rumus akan diisi berdasarkan rumus yang sebenarnya

² Skor maksimum : Skor tertinggi x jumlah pernyataan

Skor minimum

: Skor terendah x jumlah pernyataan

Dari rumus tersebut dapat ditentukan skor maksimum dan minimum yang didapatkan oleh petani. nantinya dapat diketahui apakah

ada perbedaan atau perubahan pengetahuan pengelola dari pre-test dan post test setelah penyuluhan. Tabulasi data responden dapat dilihat pada lampiran.

Pengukuran peningkatan pengetahuan sasaran dilakukan dengan analisa skoring kuisisioner evaluasi pengetahuan yang diberikan sebanyak 22 butir pertanyaan yang berkaitan dengan materi penyuluhan yaitu fungsi dan kegunaan media social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil. Berdasarkan dari jawaban responden, maka perhitungan hasil pre-test dapat dilihat dari garis kontinum menggunakan analisa skoring, sebagai berikut :

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

$$\text{Skor Minimum} = 0 \times 22 \text{ (pertanyaan)} \times 15 \text{ (responden)} = 0$$

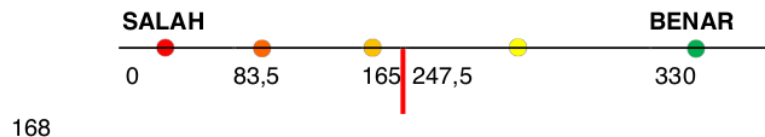
$$\text{Skor yang didapat} = 168$$

$$\text{Median} = (\text{Nilai Maks} - \text{Nilai Min}) / 2 + \text{Nilai Min} = 165$$

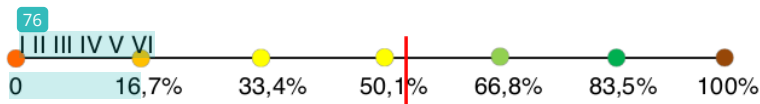
$$\text{Kuadran 1} = (\text{Nilai Min} + \text{Median}) / 2 = 83,5$$

$$\text{Kuadran 2} = (\text{Nilai Maks} + \text{Median}) / 2 = 247,5$$

Jika didistribusikan pada garis kontinum, maka terlihat posisi aspek pengetahuan pada sasaran, sebagai berikut:



Berdasarkan data diatas diperoleh total skor 168, jika dilihat menurut pendapat Bloom (1964) dalam (Mardikanto, 1993). Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut :



Keterangan :

I : Mengetahui = Angka 0% - 16,7%

II : Memahami = Angka 16,8% - 33,4%

III : Aplikasi = Angka 33,5% - 50,1%

IV : Analisis = Angka 50,2% - 66,8%

V : Sintesis = Angka 66,9% - 83,5%

VI : Evaluasi = Angka 83,6% - 100%

Berdasarkan analisis data diatas menunjukkan hasil dari nilai atau skor *pre-test* menunjukkan presentase 51% tingkat pengetahuan dengan kategori analisis. Sedangkan untuk melihat ² perubahannya, maka dilakukan analisis data *post-test* atau setelah dilaksanakannya penyuluhan. Kuesioner diberikan langsung selesai dilaksanakannya penyuluhan. Mengenai tabulasi jawaban kuesioner post- test dapat dilihat pada lampiran

Berdasarkan jawaban responden yang telah ditabulasikan, ¹ berikut adalah analisis data menggunakan analisa skoring :

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

$$\text{Skor Minimum} = 0 \times 22 \text{ (pertanyaan)} \times 15 \text{ (responden)} = 0$$

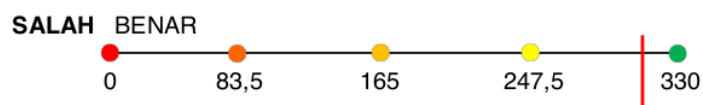
$$\text{Skor yang didapat} = 311$$

$$\text{Median} = (\text{Nilai Maks} - \text{Nilai Min}) / 2 + \text{Nilai Min} = 165$$

$$\text{Kuadran 1} = (\text{Nilai Min} + \text{Median}) / 2 = 83,5$$

$$\text{Kuadran 2} = (\text{Nilai Maks} + \text{Median}) / 2 = 247,5$$

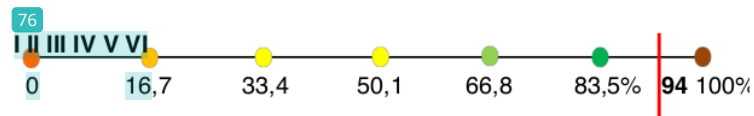
Jika didistribusikan pada garis kontinum, maka terlihat posisi aspek pengetahuan pada sasaran, sebagai berikut:



311

Berdasarkan data diatas diperoleh total skor 311, jika dilihat menurut pendapat Bloom (1964) dalam (Mardikanto, 1993). Maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Total Skor / Skor Maks} \times 100\% = 311 / 330 \times 100\% = 94\%$$



Keterangan :

- I : Mengetahui = Angka 0% - 16,7%
- II : Memahami = Angka 16,8% - 33,4%
- III : Aplikasi = Angka 33,5% - 50,1%
- IV : Analisis = Angka 50,2% - 66,8%
- V : Sintesis = Angka 66,9% - 83,5%
- VI : Evaluasi = Angka 83,6% - 100%

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan prosentase skor jawaban post-test sebesar 94% dan dalam kategori evaluasi. Jika kita lihat dari peningkatanpengetahuan, didapatkan perhitungan peningkatan sebagai berikut :

Peningkatan Pengetahuan = Nilai Post test – Nilai Pre test

$$= 94\% - 51\%$$

$$= 43\%$$

Dari hasil tersebut diketahui bahwa terjadinya peningkatan pengetahuan pengelola mengenai materi pemnfaatan facebook sebagai alternatif pemasaran jagung pipil hasil penelitian yakni nilai post

test dikurangi nilai pretest menunjukkan hasil sebesar 43%.

B. Evaluasi Sikap Pengetahuan Petani

Analisis data sikap pengelola dilakukan dengan analisis data kuantitatif menggunakan skala likert dengan pilihan 5 pilihan jawaban. Sedangkan untuk mengetahui tingkat sikap responden dengan cara sebagai berikut :

Pertanyaan menggunakan sistem pilihan ganda, yaitu :

1. Jika petani menjawab Sangat Setuju akan mendapatkan skor 5
2. Jika petani menjawab Setuju akan mendapatkan skor 4
3. Jika petani menjawab Ragu-Ragu akan mendapatkan skor 3
4. Jika petani menjawab Tidak Setuju akan mendapatkan skor 2
5. Jika petani menjawab Sangat Tidak Setuju mendapatkan skor 1

Dari skor jawaban yang telah dijawab oleh pengelola, dijumlahkan dengan rumus sebagai berikut :

Skor maksimum : Skor tertinggi x jumlah pernyataan

Skor minimum : Skor terendah x jumlah pernyataan

Dari rumus tersebut dapat ditentukan skor maksimum dan minimum yang didapatkan oleh petani. Yang nantinya dapat diketahui tingkat sikap petani terhadap pemupukan berimbang dan hasil penelitian. Tabulasi data responden dapat dilihat pada lampiran. Pengukuran tingkat sikap sasaran dilakukan dengan analisa skoring rerata jawaban kuesioner yang telah dijawab oleh petani. Kuesioner yang diberikan sebanyak 20 butir pertanyaan yang berkaitan dengan materi penyuluhan yaitu fungsi dan kegunaan media sosial *facebook* sebagai pemasaran online jagung pipil. Kemudian ditabulasikan berdasarkan data yang dibutuhkan dalam penelitian dan berdasarkan dari jawaban responden, maka perhitungan analisa dapat dilihat dari

garis kontinum menggunakan analisa skoring, sebagai berikut :

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

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

$$\text{Skor yang didapat} = 1.203$$

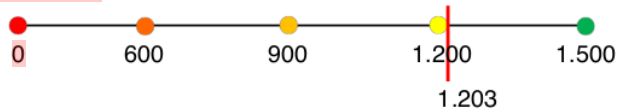
$$\text{Median} = (\text{Nilai Maks} - \text{Nilai Min}) / 2 + \text{Nilai Min} = 900$$

$$\text{Kuadran 1} = (\text{Nilai Min} + \text{Median}) / 2 = 600$$

$$\text{Kuadran 2} = (\text{Nilai Maks} + \text{Median}) / 2 = 1.200$$

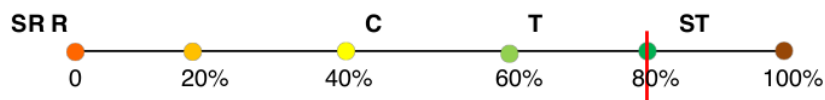
Jika didistribusikan pada garis kontinum, maka terlihat posisi aspek pengetahuan pada sasaran, sebagai berikut:

SALAH BENAR



Berdasarkan data diatas diperoleh total skor 1.203, maka untuk mengetahui persentase skor dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Total Skor} / \text{Skor Maks} \times 100\% = 1.203 / 1.500 \times 100\% = 80\%$$



Keterangan : 80%

SR : Sangat Rendah = Angka 0% - 20%

R : Rendah = Angka 21% - 40%

C : Cukup = Angka 41% - 60%

T : Tinggi = Angka 61% - 80%

ST : Sangat Tinggi = Angka 81% - 100%

Jika dilihat pada aspek tingkatan sikap menurut Notoatmodjo (2012) adalah sebagai berikut :

$$\text{Total Skor} / \text{Skor Maks} \times 100\% = 1203 / 1500 \times 100\% = 80\%$$



80%

Keterangan :

Menerima = Angka 0% - 25% Menghargai = Angka 51% - 75%

Merespon = Angka 26% - 50% Tanggung Jawab = Angka 76% - 100%

Berdasarkan analisis data diatas menunjukkan hasil dari nilai pada aspek sikap, menunjukkan prosentase sebesar 80% dengan kategori tinggi dan pada tingkatan sikap tanggungjawab. Pada tingkat tanggung jawab dikatakan bahwa petani mau dan mampu berproses meski tahu dari resiko yang dialami.

5.4 Pembahasan Umum

Hasil kegiatan kajian 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 kajian 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 social *facebook* sebagai pemasaran jagung pipil sebanyak 43%

dari sikap 80% petani hanya pada tingkat menganalisis menjadi ke tahap evaluasi.

Keadaan yang kedua diharapkan pada kajian ini yaitu petani Desa Alasrejo memahami fungsi dan kegunaan media social *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 tingkat sikap petani sudah berada pada ranah tanggungjawab dalam memutuskan pemasaran online melalui media sosial *facebook*.

⁶¹ Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa keadaan yang diharapkan dalam kajian 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.

5.5 Rencana Tidak 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. ¹²⁸ 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 terdapat perbedaan nyata . Pada perbedaan nyata penjualan secara online (facebook), hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media social online mempengaruhi cara pemasaran jagung. Akan tetapi jika dilihat dari analisis uji T berpasangan tidak terdapat perbedaan karna hasil yang menunjukkan signifikan 0.06, maka dapat di simpulkan bahwa tidak ada perbedaan nyata penjualan petani jagung pipil di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi.
2. Rancangan penyuluhan tentang pemafaatan media *facebook* ini sebagai media pemasaran di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi adalah (1) Tujuan penyuluhan adalah pengetahuan yang mencapai 43% 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 51%(pretest) dalam kategori cukup, dan hasil sebesar 94%(posttest) dalam kategori baik, terjadi peningkatan 43% pengetahuan secara signifikan. Pada aspek sikap menunjukkan 80% dalam kategori tinggi dan pada tingkatan sikap tanggungjawab. Pada tingkat tanggung jawab dikatakan bahwa petani mau dan mampu berproses meski tau yang dialami.

6.2 Saran

1. Keaktifan dari penyuluh juga dibutuhkan guna membantu permasalahan petanimengetahui penjualan jagung pipil.
2. Pengkajian ini, 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 hasil penjualan yang cukup menunjang kebutuhan sehari-hari.
3. Bagi BPP Kecamatan Wongsorejo perlu dilakukannya kegiatan penyuluhan mengenai pentingnya penerapan perhitungan sebelum dilakukannya kegiatan penjualan, agar petani Desa Alasrejo mampu menerapkan pemasaran lebih optimal.

Rancangan Penyuluhan Pemanfaatan Facebook Sebagai Alternatif Pemasaran Jagung Pipil Di Desa Alasrejo Kecamatan Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi

ORIGINALITY REPORT

30%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	6%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	jurnal.umpwr.ac.id Internet Source	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	id.123dok.com Internet Source	1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
7	kumparan.com Internet Source	1%
8	ejournal.unipas.ac.id Internet Source	1%

text-id.123dok.com

9	Internet Source	<1 %
10	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
11	pdfcoffee.com Internet Source	<1 %
12	docplayer.info Internet Source	<1 %
13	ejournal.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
15	journal.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.journal.unipdu.ac.id Internet Source	<1 %
18	www.msyarifah.my.id Internet Source	<1 %
19	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
20	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %

21	id.scribd.com Internet Source	<1 %
22	journal.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.polbangtanmedan.ac.id Internet Source	<1 %
25	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
26	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1 %
27	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
30	sumbar.litbang.pertanian.go.id Internet Source	<1 %
31	core.ac.uk Internet Source	<1 %
32	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %

33	jazirahkomputer.blogspot.com Internet Source	<1 %
34	Submitted to IAIN Pekalongan Student Paper	<1 %
35	repository.uma.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
37	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	<1 %
38	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %
39	eprints.stiperdharmawacana.ac.id Internet Source	<1 %
40	agbsosek.blogspot.com Internet Source	<1 %
41	Submitted to kopusat.turnitin@gmail.com Student Paper	<1 %
42	repository.stikes-bhm.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
44	arsyyulifa.blogspot.com Internet Source	<1 %

45	www.stppmalang.ac.id Internet Source	<1 %
46	journal.ummat.ac.id Internet Source	<1 %
47	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
48	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
49	agripita.ejournal.unsri.ac.id Internet Source	<1 %
50	es.scribd.com Internet Source	<1 %
51	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
52	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	<1 %
53	Dwi Yuli Prasetyo, Fitri Yunita, Asniati Bindas, Samsudin Samsudin, Abdul Muni. "SOCIAL MEDIA MARKETING DI MASA PANDEMI", Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2021 Publication	<1 %
54	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %

55	derisentwae.wordpress.com Internet Source	<1 %
56	ejournal.atmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
57	repo.stikesicme-jbg.ac.id Internet Source	<1 %
58	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
59	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
60	4m3one.wordpress.com Internet Source	<1 %
61	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
62	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
63	agri.kompas.com Internet Source	<1 %
64	sinta.unud.ac.id Internet Source	<1 %
65	balitbangsdm.kominfo.go.id Internet Source	<1 %
66	Marisabeth Theresia Hasiana Silitonga, Maria Herawati, Susan Carolina Labatar.	<1 %

"Peningkatan Pengetahuan Peternak Ayam Kampung Super di Kabupaten Manokwari Tentang Penggunaan Nanoenkapsulasi Minyak Buah Merah (*Pandanus conoideus*) sebagai Fitobiotik untuk Meningkatkan Pendapatan dan Keuntungan Usaha",
Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2020

Publication

67

Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya

Student Paper

<1 %

68

eprints.uns.ac.id

Internet Source

<1 %

69

konsultasiskripsi.com

Internet Source

<1 %

70

lib.ui.ac.id

Internet Source

<1 %

71

perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id

Internet Source

<1 %

72

repository.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

73

Haryati Haryati. "Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Pengambilan Keputusan Inovasi Siaran

<1 %

Televisi Digital", Jurnal Penelitian Komunikasi, 2013

Publication

74 Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium <1 %
Part II
Student Paper

75 repositori.umsu.ac.id <1 %
Internet Source

76 www.arcjournals.org <1 %
Internet Source

77 semuamaterisekolah.blogspot.com <1 %
Internet Source

78 zonasultra.com <1 %
Internet Source

79 Juneke Marisa Sambuaga, Rine Kaunang .,
Kaunang, Grace A. J. Rumagit A.J. Rumagit.
"ANALISIS PEMASARAN BUAH PEPAYA DI
DESA MATUNGKAS KECAMATAN DIMEMBE
KABUPATEN MINAHASA UTARA", AGRI-
SOSIOEKONOMI, 2016 <1 %
Publication

80 doku.pub <1 %
Internet Source

81 eprints.uny.ac.id <1 %
Internet Source

82	Fitri Solekhah, Wan Abbas Zakaria, Lina Marlina. "ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI DAN HARGA POKOK PENJUALAN JAGUNG DI KECAMATAN SEKAMPUNG UDIK KABUPATEN LAMPUNG TIMUR", Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, 2019 Publication	<1 %
83	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
84	journals.insightpub.org Internet Source	<1 %
85	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
86	Syahdan Syahdan. "Motivasi, Bimbingan dan Perhatian Orang Tua Siswa dalam Pendidikan di MTs. Baiturrahim Kabar Kecamatan Sakra Lombok Timur", ISLAMIKA, 2019 Publication	<1 %
87	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1 %
88	elib.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
89	klikcaramudah.blogspot.com Internet Source	<1 %
90	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %

91	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
92	untb.ac.id Internet Source	<1 %
93	Rizki Zuliani, Luthfiah Luthfiah, Rara Mustikawati. "Dampak Media Sosial terhadap Prestasi Belajar pada Peserta Didik", MASALIQ, 2023 Publication	<1 %
94	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
95	media.neliti.com Internet Source	<1 %
96	usaharumahan.id Internet Source	<1 %
97	Bembi Akbar Sarwai, . Sriyoto, Ellys Yuliarti. "ANALISIS USAHATANI BROKOLI (Brassica oleracea L) DAN PEMASARANNYA DI DESA SUMBER URIP KECAMATAN SELUPU REJANG KABUPATEN REJANG LEBONG", Jurnal AGRISEP, 2016 Publication	<1 %
98	Evi Tinurbaya L, Basuki Sigit Priyono, Witman Rasyid. "ANALISIS KOMPARASI USAHATANI PADI SAWAH SISTEM TANAM SRI DAN KONVENSIONAL DI DESA BUKIT PENINJAUAN	<1 %

I KECAMATAN SUKARAJA KABUPATEN SELUMA", Jurnal AGRISEP, 2011

Publication

99	Submitted to Politeknik STIA LAN Student Paper	<1 %
100	abusulaiman21.wordpress.com Internet Source	<1 %
101	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
102	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
103	idoc.pub Internet Source	<1 %
104	muhankholik.blogspot.com Internet Source	<1 %
105	nafisahminji94.wordpress.com Internet Source	<1 %
106	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	<1 %
107	repository.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %
108	zh.scribd.com Internet Source	<1 %

109	Miranda Mandang, Mex Frans Lodwyk Sondakh, Olly Esry Harryani Laoh. "KARAKTERISTIK PETANI BERLAHAN SEMPIT DI DESA TOLOK KECAMATAN TOMPASO", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2020 Publication	<1 %
110	bpom-yogya.blogspot.com Internet Source	<1 %
111	ejournal.uniks.ac.id Internet Source	<1 %
112	elibrary.iain-ternate.ac.id Internet Source	<1 %
113	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	<1 %
114	ismyama.com Internet Source	<1 %
115	journal.ilinstitute.com Internet Source	<1 %
116	journal.uc.ac.id Internet Source	<1 %
117	journal.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
118	juandainginsukses.blogspot.com Internet Source	<1 %

119	jurnal.umb.ac.id Internet Source	<1 %
120	jurnal.uns.ac.id Internet Source	<1 %
121	marufbpbelo.blogspot.com Internet Source	<1 %
122	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
123	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
124	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
125	repository.unej.ac.id Internet Source	<1 %
126	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
127	santamaria1.sch.id Internet Source	<1 %
128	slidedocuments.org Internet Source	<1 %
129	spada.uns.ac.id Internet Source	<1 %
130	www.coursehero.com Internet Source	<1 %

- 131 zombiedoc.com Internet Source <1 %
-
- 132 Febri Humisar Ompusunggu, Andrie Elia Embang, Sabirin Sabirin. "Analysis of Prospects of Refilling Mineral Water Business in The City Palangka Raya", Journal Magister Ilmu Ekonomi Universtas Palangka Raya : GROWTH, 2019 Publication <1 %
-
- 133 Rifqi Pasca Very Dwi Pani. "Evaluasi Penyuluhan Penggunaan Benih Unggul Padi Gogo Bersertifikat Terhadap Tingkat Pengetahuan Petani di Desa Nekan, Kecamatan Entikong, Kabupaten Sanggau (Perbatasan RI – Malaysia)", Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2020 Publication <1 %
-
- 134 Tyara Naisyah, Bambang Sumantri, . Nusril. "KELAYAKAN FINANSIAL REPLANTING TANAMAN KARET DI DESA BATUMARTA 1 KECAMATAN LUBUK RAJA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU PROVINSI SUMATERA SELATAN", Jurnal AGRISEP, 2012 Publication <1 %
-
- 135 ar.scribd.com Internet Source <1 %
-

136	asepsulaemantea.wordpress.com Internet Source	<1 %
137	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
138	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1 %
139	eprint.stimlog.ac.id Internet Source	<1 %
140	eprints.ulm.ac.id Internet Source	<1 %
141	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
142	jepa.ub.ac.id Internet Source	<1 %
143	jmm.ikestmp.ac.id Internet Source	<1 %
144	journal.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
145	ppm.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
146	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
147	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1 %

148	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
149	rizqyabdullahperikanan.blogspot.com Internet Source	<1 %
150	www.gurupendidikan.co.id Internet Source	<1 %
151	www.prosiding.perhapi.or.id Internet Source	<1 %
152	www.wartaekonomi.co.id Internet Source	<1 %
153	Abie Besman, Aceng Abdullah, Lilis Puspitasari. "Hegemoni Islam dalam Berita "Warteg Saeni"", Jurnal Penelitian Komunikasi, 2017 Publication	<1 %
154	Eliakim Purba Purba. "Analisis Pendapatan Petani Padi Sawah Di Kecamatan Sei Rampah, Kotarih, Sei Bamban dan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai", Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan), 2020 Publication	<1 %
155	Zainal Muttaqin. "FACEBOOK MARKETING DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN", Teknologi, 2012 Publication	<1 %
156	andinigaluh99.wordpress.com	

Internet Source

<1 %

157 eprints.poltekkesjogja.ac.id
Internet Source

<1 %

158 repository.uin-suska.ac.id
Internet Source

<1 %

159 windowfarmer.blogspot.com
Internet Source

<1 %

160 mybeaantaying.blogspot.com
Internet Source

<1 %

161 ojs.stmikdharmapalariau.ac.id
Internet Source

<1 %

162 repo.unand.ac.id
Internet Source

<1 %

163 repository.ubharajaya.ac.id
Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off