

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 hasil analisis menggunakan spss

		Independent sample test								
		Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
			F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower
pendapatan petani	Equal variances assumed	4.842	.031	4.500	73	.000	13230811.55046	2940123.02225	7371154.81736	19090468.28356
	Equal variances not assumed			4.324	53.962	.000	13230811.55046	3059871.93568	7096038.57378	19365584.52714

Group Statistics

	petani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pendapatan petani	penggunasisteminformasi	34	14327552.5276	15427610.65382	2645813.39926
	bukanpenggunasisteminformasi	41	1096740.9772	9841849.24101	1537038.61991

Lampiran 2 Kuisisioner Petani

KUESIONER PETANI BUNGA SEDAP MALAM

1. No. Kuisisioner :
2. Nama Petani :
3. Alamat :
4. Umur dan jenis Kelamin :
5. Jumlah keluarga :
6. Pendidikan :
 - 6.1. Formal :
 - a. SD, tamat/tidak tamat kelas
 - b. SMP, tamat/tidak tamat kelas
 - c. SMA, tamat/tidak tamat kelas
 - d. Akademi/ Universitas, tamat/tidak, semester
 - 6.2. Non Formal :
 - a.tahun
 - b.tahun
7. Penghasilan per bulan (dalam Rp) :
 - a. < 1 juta
 - b. ≥ 1 juta – 2,5 juta
 - c. > 2,5 juta – 5 juta
 - d. > 5 juta – 10 juta
 - e. > 10 juta

I. IDENTIFIKASI USAHATANI BUNGA SEDAP MALAM:

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pengalaman menjadi petani bunga sedap malam berapa tahun? Tahun.
2.	Alasan menjadi petani
3.	Anggapan Bapak/Ibu terhadap pekerjaan bertani/usahatani :	<input type="checkbox"/> Mata pencaharian pokok <input type="checkbox"/> Mata pencaharian sampingan
4.	Alasan memilih usahatani bunga sedap malam?	<input type="checkbox"/> Keuntungan lebih tinggi <input type="checkbox"/> Pemasaran lebih mudah <input type="checkbox"/> Usaha turun-temurun

5. Luas lahan
6. Luas lahan yang ditanami bunga sedap malam?
7. Status lahan
8. Periode budidaya
9. Pola Budidaya
10. Cara perolehan bibit
11. Teknologi budidaya
12. Alat budidaya
13. Penyiangan gulma/rumput
14. Frekuensi pengairan
- Cocok diusahakan disini
- Dianjurkan oleh PPL/lurah
- Lainnya
.....Ha
- Milik sendiri
- Sewa Rp...../bulan/tahun
- bagi hasil
- Lainnya
- Musim Hujan
- Musim Kemarau
- Terus menerus
- Monokultur
- Tumpang sari
- Dengan tanaman apa?
- 1.
- 2.
- Beli Rp...../kg/biji
- bantuan
- hasil produksi sendiri
- Intensif / semi intensif / tradisional
- Cangkul
- Bajak
- Traktor
- Sabit
- Lainnya.....
- 1 kali /minggu/bulan
- 2 kali /minggu/bulan
- 3 kali /minggu/bulan
- 4 kali /minggu/bulan
- 1 kali /minggu/bulan

- 2 kali /minggu/bulan
 3 kali /minggu/bulan
 4 kali /minggu/bulan
15. Umur tanaman dipanenhari
16. Jumlah Produksi/Panen
17. Berapa kali panen dalam satu tahunkali
18. Lama masa panenhari
19. Kriteria panen berdasarkan: Permintaan pasar
 Kriteria lain.....
20. Apakah jika harga di pasar sedang turun, panen tetap dilakukan Ya
 Tidak
21. Alat yang digunakan untuk panen
22. Kemana hasil panen selanjutnya? pasar
 pengepul/tengkulak
 disimpan
 Lainnya.....
23. Jika disimpan : Lokasi penyimpanan
- Lama penyimpanan
- Cara penyimpanan
24. Pengolahan pasca panen Ada / tidak
25. Bila ada pengolahan, untuk
26. Asal tenaga kerja Keluarga
 luar keluarga
27. Tujuan produksi campuran
 Konsumsi sendiri
 Dijual
 Campuran
28. Bila produk di pasarkan : Produk dipasarkan ke:
- a. Produk dijual kepada Pasar
 pedagang pengumpul

- pengecer
 - Langsung konsumen
 - Lainnya.....
 1. Media sosial
 Media yang digunakan:
 - Whatsap
 - Instagram
 - Facebook
 2. Mulut ke mulut
 3. Lainnya....
- b. Teknologi pemasaran
29. Transportasi
- motor
 - mobil
 - jasa
 - lainnya
30. Apakah Bapak/Ibu mengeluarkan biaya pengangkutan
Jika ya, besarnya biaya pengangkutan Rp.....
31. Sebelum dijual apakah dilakukan penyortiran
- a. Ya
 - b. Tidak
32. Siapa yang melakukan penyortiran
33. Hasil sortir yang jelek untuk apa
34. Bagaimana mengetahui harga jual saat ini/informasi dari mana
35. Berapa kali dalam seminggu Bapak/Ibu menjual bunga setiap malam?kali
36. Jumlah bunga yang dijual satu kali panen?
37. Harga jual bunga
38. Apakah bunga yang dijual selalu kepada orang/tempat yang sama
- Ya
 - Tidak
39. Bagaimana cara penjualannya
- Alternative lainnya.....
 - Kontrak
 - langganan
 - langsung

40. Bagaimana cara pembayarannya lainnya.....
 Tunai
 Kredit
 Lainnya
41. Apakah Bapak/Ibu melakukan perhitungan/pencatatan pembiayaan dari usaha tani ini
42. Apakah Bapak/Ibu kesulitan dalam memasarkan bunga Ya
 Tidak
43. Modal untuk usahatani Jika ya, alasannya.....
 Milik sendiri
 Kredit
 Lainnya.....
44. Besarnya modal usahatani bunga sedap malam Rp.....
45. Jika mendapat bantuan dalam bentuk
 Jangka waktu.....bulan
46. Apakah ada keterkaitan dengan pemilik modal a. Ya
 b. Tidak
47. Jika ya, apakah petani harus menjual hasil panen ke pemilik modal tersebut
48. Bila kredit : Kredit dari:
 a. Asal kredit a. Bank/BPR/Koperasi/lainnya...
 b. Jumlah kredit b. Rp
- c. Bunga kredit / th c.%

II. KOMPONEN INVESTASI :

Komponen	Jumlah	Nilai Awal (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Usia Teknis (Rp)
1. Cangkul				
2. Sabit				
.....				
.....				
.....				

--	--	--	--	--

III. BIAYA PRODUKSI :

BIAYA TETAP (*FIXED COST*) :

Komponen	Satuan	Harga / satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1. Nilai sewa lahan			
2. Nilai PBB / th (pajak bumi dan bangunan)			
3. Nilai susut alat			
Jumlah			

BIAYA VARIABEL (*VARIABLE COST*) :

Komponen	Satuan	Nilai / satuan (Rp)	Total Nilai (Rp)
1. Bibit			
2. Pupuk <ul style="list-style-type: none"> • Urea • TSP • KCL • Pupuk Kandang 			
3. Pestisida			

Lampiran 3 Jurnal

Pengaruh Penggunaan Informasi Terhadap Pemasaran Bunga Sedap Malam Di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan

The Effect of Use of Information on the Marketing of Sedap Malam Flowers in Rembang District, Pasuruan Regency

Birozikin¹, Desy Cahyaning Utami²

¹ Mahasiswi Program Studi Agribisnis, Universitas Yudharta Pasuruan

² Staf Pengajar Program Studi Agribisnis, Universitas Yudharta Pasuruan

Email : birozikins@gmail.com

desy@yudharta.ac.id

ABSTRACT

Sedap Malam (*Polyanthes tuberosa*) is an evergreen perennial plant of the Agavaceae tribe. Tuberose plant comes from Mexico with a distribution area covering Europe, Africa, Asia and parts of China to the island of Java. Sedap malam is not native to Indonesia, but this plant has long been known in Indonesia and spread in various regions (Business News, 2011). The development of information technology is very rapid. Various business activities, from small to large, take advantage of this development to run their businesses. The number of competitors is a consideration for the entrepreneur's son-in-law to enter a very tight competition. Marketing strategies and the right media are used to reach the target market, so that sales volume always increases and profits are high. This study aims to analyze the influence of information media on tuberose flower marketing in Rembang Regency. And to find out the difference in the level of sales and income between farmers who use information media and those who do not use information media. This research method uses cost analysis, income analysis, income analysis, R/C ratio, comparative analysis (comparison). The research area was taken purposively, namely in Rembang District, Pasuruan Regency. The method of determining the sample of farmers using cluster random sampling method. Samples of farmers were taken based on population distribution, from a total of 300 farmers who were divided into 3 populations which were divided into three villages, from each village 25 samples of tuberose flower farmers were taken so that 75 farmers were sampled by the researchers. The data taken in the form of primary data and secondary data with interview techniques, recording and observation. The results showed that the influence of the use of information in marketing tuberose flowers in Rembang District, Pasuruan Regency, namely tuberose flower farmers in Rembang Regency using Facebook, Instagram, WhatsApp as information and communication media in tuberose flower cultivation activities, from the use of social media for cultivation activities. tuberose flower is to increase sales, more effective communication between farmers and consumers, and can expand the marketing network. There is a significant difference between tuberose flower farmers who use information media and those who do not use information media. Farmers who use information media have a ratio value of > 1 and farmers who are not users of information media have a ratio value of < 1 , meaning that farmers who use information media are said to be efficient and more profitable than those who do not use information media. information media.

Keywords: influence of information media on tuberose flower marketing, differences in sales and income levels between farmers.

ABSTRAK

Sedap Malam (*Polianthes tuberosa*) adalah tumbuhan hijau abadi dari suku Agavaceae. Tanaman sedap malam bersal dari Mexico dengan daerah penyebaran mencangkup Eropa, Afrika, Asia dan sebagian Cina sampai ke Pulau Jawa. Sedap malam bukan tanaman asli Indonesia, tetapi tanaman ini telah cukup lama dikenal di Indonesia dan tersebar di berbagai daerah (Kabar Bisnis, 2011). Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media informasi terhadap pemasaran bunga sedap malam di Kecamatan Rembang. Serta untuk mengetahui perbedaan tingkat penjualan dan pendapatan antara petani yang menggunakan media informasi dan yang tidak menggunakan media informasi. Metode penelitian ini menggunakan analisis biaya, analisis penerimaan, analisis pendapatan, R/C ratio, analisis komparasi (perbandingan). Daerah penelitian diambil secara sengaja (*purposive*) yaitu di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan. Metode penentuan sampel petani menggunakan metode *cluster random sampling*. Sampel petani diambil berdasarkan pembagian populasi, dari jumlah 300 petani terbagi menjadi 3 populasi yang terbagi dalam tiga desa, dari masing-masing desa diambil 25 sampel petani bunga sedap malam sehingga ditemukan 75 petani untuk diambil sampel peneliti. Data yang diambil berupa data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan informasi terhadap pemasaran bunga sedap malam di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan yaitu, Petani bunga sedap malam di Kecamatan Rembang menggunakan facebook,instagram,whatsapp sebagai media informasi dan komunikasi dalam kegiatan usaha tani bunga sedap malam, dari penggunaan media sosial untuk kegiatan usaha tani bunga sedap malam adalah meningkatnya penjualan,komunikasi antar petani dan konsumen lebih efektif, dan bisa memperluas jaringan pemasaran. Terdapat perbedaan secara signifikan antara petani bunga sedap malam yang menggunakan media informasi dan yang tidak menggunakan media informasi. Petani pengguna media informasi memiliki nilai ratio >1 dan petani bukan pengguna media informasi memiliki nilai ratio <1 , artinya petani yang menggunakan media informasi dikatakan efisien dan lebih menguntungkan dibandingkan yang tidak menggunakan media informasi.

Keywords : pengaruh media informasi terhadap pemasaran bunga sedap malam, perbedaan tingkat penjualan dan pendapatan antara petani.

PENDAHULUAN

Tanaman hortikultura khususnya bunga sedap malam mendapat perhatian luas karena permintaannya yang semakin meningkat. Bunga potong merupakan salah satu jenis produk hortikultura yang memiliki bentuk dan warna yang indah. Komoditi bunga potong lebih diutamakan dalam program pengembangan tanaman hias Indonesia karena industri bunga potong memberikan peluang ekonomi yang tinggi. Melihat besarnya prospek pengembangan permintaan komoditi bunga hias berupa bunga potong akan membawa dampak peluang pasar yang baik bagi para pelaku usaha bisnis bunga potong. Jumlah produsen bunga potong yang didukung oleh meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat dan kegunaan bunga potong yang didukung oleh meningkatnya penghasilan yaitu khususnya Bunga Sedap Malam, maka perkembangan usaha bunga potong pun ikut meningkat.

Bunga bukan merupakan kebutuhan pokok bagi bangsa Indonesia, namun keberadaanya ada dalam keseharian hidup bangsa Indonesia. Sebagian besar orang menganggap bunga merupakan lambang pengungkapan rasa senang maupun sedih/duka. Selain itu, bunga juga dapat digunakan sebagai penghias ruang tamu, halaman ataupun ruang kantor sehingga tercipta lingkungan yang segar. Hingga saat ini, kehadiran bunga dalam kehidupan masyarakat semakin populer seiring dengan perkembangan sektor industri dan pariwisata. Hal ini membawa dampak terhadap selera maupun pandangan mata masyarakat terhadap

bunga. Jumlah permintaan terhadap bunga potong juga ikut meningkat, terutama menjelang Idul Fitri, Natal, Tahun Baru dan hari-hari besar lainnya.

Sedap Malam (*Polianthes tuberosa*) adalah tumbuhan hijau abadi dari suku Agavaceae. Tanaman sedap malam bersal dari Mexico dengan daerah penyebaran mencakup Eropa, Afrika, Asia dan sebagian Cina sampai ke Pulau Jawa. Sedap malam bukan tanaman asli Indonesia, tetapi tanaman ini telah cukup lama dikenal di Indonesia dan tersebar di berbagai daerah (Kabar Bisnis, 2011).

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit yang tinggi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dirumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh media informasi terhadap pemasaran bunga sedap malam di Kecamatan Rembang?
2. Apakah ada perbedaan tingkat penjualan dan pendapatan antara petani yang menggunakan dan tidak menggunakan media informasi?

METODE

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Penentuan Daerah Sampel

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yakni di Kecamatan Rembang yang terbagi menjadi tiga Desa (Kedung Banteng, Rembang dan Pekoren), didasarkan pada pertimbangan bahwa Kecamatan Rembang merupakan salah satu sentra produksi bunga sedap malam di Pasuruan yang diusahakan cukup tinggi oleh petani.

2. Metode Pengambilan Petani Sampel

Pengambilan petani sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel dimana setiap unsur yang membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Jumlah petani bunga sedap malam di daerah penelitian adalah 300 petani. Penentuan sampel petani menggunakan metode *cluster random sampling* yaitu membagi populasi menjadi beberapa kelompok yang terpisah. berdasarkan pembagian populasi, dari jumlah 300 petani terbagi menjadi 3 populasi yang terbagi dalam tiga desa, dari masing-masing desa diambil 25 sampel petani bunga sedap malam sehingga ditemukan 75 petani untuk diambil sampel peneliti.

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data utama dalam penelitian yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan. Responden dalam penelitian ini meliputi petani sampel di Kecamatan Rembang serta pedagang bunga sedap malam di Kecamatan Rembang baik pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer. Data yang diambil meliputi identitas responden, biaya, penerimaan dan keuntungan pemasaran bunga sedap malam di Kecamatan Rembang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data penunjang untuk penelitian yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi kondisi umum wilayah Kecamatan Rembang serta kondisi usahatani bunga sedap malam Kecamatan Rembang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik ini digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan data primer yang merupakan data utama dalam penelitian yaitu dengan melakukan kegiatan wawancara langsung kepada responden dengan sejumlah pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan kepada petani responden dan pedagang bunga sedap malam di Kecamatan Rembang.

2. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai daerah yang akan diteliti. Peneliti melakukan observasi terhadap petani bunga sedap malam dan pedagang bunga sedap malam di Kecamatan Rembang untuk mengamati proses berlangsungnya pemasaran bunga sedap malam di Kecamatan Rembang.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis tingkat penjualan dan pendapatan petani yang menggunakan informasi dan tidak menggunakan informasi dan menghitung rasio keuntungan terhadap biaya.

a. Analisis biaya

Biaya penjualan diklasifikasikan kedalam biaya tetap (*fixed cost*), biaya variabel (*variable cost*) dan biaya total (*total cost*). Biaya tetap adalah seluruh biaya yang besar kecilnya tidak terpengaruh terhadap jumlah produksi. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan. Total biaya adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan proses produksi. Persamaan yang digunakan untuk analisis biaya adalah sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = *Total cost* (biaya total)

TFC = *Total Fixed Cost* (total biaya tetap)

TVC = *Total Variabel Cost* (total biaya tidak tetap)

b. Analisis penerimaan

Analisis untuk menghitung penerimaan (TR) pada pedagang bunga adalah harga bunga dikali dengan jumlah penjualan bunga dengan persamaan rumus sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

P = Harga

Q = Jumlah penjualan

c. Analisis Pendapatan

Analisis keuntungan pedagang bunga adalah penerimaan dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan setiap proses produksi. Rumus untuk menghitung pendapatan yaitu sebagai berikut :

$$Y = TR - TC$$

Keterangan :

Y = Pendapatan (Rp)

TR = Total penerimaan (Rp)

TC = Total biaya (Rp)

d. R/C ratio

Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi suatu usaha yaitu *R/C Ratio*. *R/C ratio* merupakan perbandingan antara penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang. formulasi *R/C Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{R/C Ratio} = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya}}$$

Keterangan :

R/C Ratio > 1, usaha efisien dan menguntungkan

R/C Ratio < 1, usaha tidak efisien dan tidak menguntungkan

R/C Ratio = 1, usaha impas

e. Analisis komparasi (perbandingan)

Analisis perbandingan digunakan untuk menguji perbandingan antara dua sampel data atau lebih (*k-samples*). Analisis komparasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *uji independent sample t-test*. *Independent sample t-test* yaitu uji komparatif atau uji beda untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan rata-rata yang bermakna antara dua kelompok bebas. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian *independent sample t-test* adalah sebagai berikut :

1. Jika signifikansi (sig. 2 tailed) lebih besar α maka H_0 diterima dengan nilai $\alpha=0,05$

2. Jika signifikansi (sig. 2 tailed) < α maka H_0 ditolak dengan nilai $\alpha=0,05$

Jadi sampel yang dibandingkan dalam penelitian ini adalah keuntungan petani bunga sedap malam yang menggunakan sistem informasi dan petani yang tidak menggunakan sistem informasi.

Adapun untuk menganalisis data adalah sebagai berikut

Analysis → *Compare Mean* → *independent Sample t-test*. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Keuntungan petani bunga setelah menerapkan sistem informasi sama dengan sistem *offline*.

H_1 : Rata-rata keuntungan petani bunga setelah menerapkan sistem informasi lebih besar dari petani bunga sebelum menerapkan sistem informasi Rata-rata

Adapun bunyi hipotesis berdasarkan signifikansinya secara umum adalah: Signifikan > 0,05 maka H_0 diterima Signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Berdasarkan Usia

Umur responden dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan umur berikut ini :

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan umur

No.	Umur	Jumlah	Presentase
1	30-35	15	20%
2	35-40	25	33,3%
3	40-45	15	20%
4	45-50	20	26,6%
		75	100%

Sumber : Data primer diolah 2021

Dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden berumur antara usia 30-50 tahun. Responden yang berumur 30-35 tahun sebanyak 15 orang, responden yang berumur 35-40 tahun sebanyak 25 orang, responden yang berumur 40-45 tahun sebanyak 15 orang, responden yang berumur 45-50 tahun sebanyak 20 orang, dari tabel 3 dapat disimpulkan sebagian besar (33,3%) berumur 35-40 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan pendidikan berikut ini :

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1.	SD	27	36%
2.	SMP	31	41,3 %
3.	SMA	17	22,6%
	Total	75	100%

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang tingkat pendidikannya SD berjumlah 27 orang (36%), responden yang tingkat pendidikannya SMP berjumlah 31 orang (41,3%), dan responden yang pendidikannya tingkat SMA berjumlah 17 orang (22,6%). Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pendidikannya tingkat SMP sebanyak 31 orang (41,3%).

c. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Keluarga

Tabel 3. Jumlah Keluarga

Jumlah Keluarga	3	4	5	Total
Jumlah Responden	N 27	29	19	75
	% 36	38,6667	25,3333	100

Sumber : Data primer diolah 2021

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjumlah 4 anggota. Jumlah anggota tersebut terdapat sebanyak 29 keluarga (38,66%) , 3 anggota sebanyak 27 keluarga (36%) , 5 anggota sebanyak 19 keluarga (25,33%).

d. Karakteristik berdasarkan jumlah pendapatan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Jumlah Keluarga		<1jt	>1-2,5jt	>2,5-5jt	>5-10jt	Total
	N	28	15	25	7	75
Jumlah Responden	%	37,3333	20	33,3333	9,33333	100

Sumber : Data primer diolah 2021

Pada tabel 4 sebaran responden menurut pendapatan responden per bulan, diketahui bahwa pendapatan responden dominan berkisar 1jt sebanyak 28 responden (37,33%) , lebih dari 1-2,5jt sebanyak 15 responden (20%) , lebih dari 2,5 – 5jt sebanyak 25 responden (33,33) , lebih dari 5 – 10jt sebanyak 7 responden (9,33%).

e. Pengaruh teknologi informasi

1. Penggunaan Media Informasi Petani Bunga Sedap Malam

Petani bunga sedap malam dalam penelitian ini, menggunakan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi dalam kegiatan usahanya. Media informasi yang digunakan petani bunga rata-rata *facebook*, *Instagram* dan *WhatsApp* (WA). sebagian dari petani, menganggarkan dana sebesar Rp. 50.000-100.000,- untuk membeli pulsa (kuota internet) sebagai sarana dalam pengelolaan media sosial sebagai informasi dan komunikasi usahanya. Bahkan mereka secara rutin selalu memperbaharui (*update*) informasi yang ditampilkan di media sosial setiap hari.

Tabel 5. Media Informasi Yang Dipakai Petani

No	Variabel	Jumlah (N = 34)	Persen %
1	<i>Facebook</i>	30	88,23 %
2	<i>Whatsaap</i>	25	73,52 %
3	<i>Instagram</i>	15	44,11 %

Sumber : Data primer diolah 2021

f. pengaruh penggunaan informasi petani bunga sedap malam

Manfaat yang paling dirasakan petani bunga dari penggunaan media informasi yang pertama yaitu meningkatnya volume penjualan, penjualan petani sebelum menggunakan media informasi sebanyak 2000 biji dengan harga jual Rp. 350 per biji setelah menggunakan informasi petani bisa menjual hasil panen sebanyak 2700 biji dengan harga jual Rp. 650 per biji. Manfaat yang kedua komunikasi antara petani bunga dengan konsumen atau pelanggan lebih efektif dan efisien karena bisa langsung berkomunikasi dan hemat. Kemudian petani bisa mengembangkan usahanya dengan para agen/distributor.

g. Analisis Pengolahan Data

1. Analisis Biaya dan Keuntungan

Tabel 6. Rincian biaya dan keuntungan

Uraian	Petani dengan Teknologi Informasi	Petani tidak menggunakan Teknologi Informasi
Biaya Tetap		
Penyusutan Alat	74.967	96.547
Pajak Lahan	81.263	76.121
Irigasi	3.654.840	2.579.735
Biaya Tidak Tetap		
Benih	2.009.197	2.292.167
Pupuk	863.321	889.951
Tenaga Kerja	4.975.074	4.664.286
Pestisida	2.235.991	2.292.167
Total Biaya (TC)	13.894.653	12.890.974
Penerimaan Petani (TR)		
	25.851.000	11.183.201
Pendapatan Petani (TR – TC)	11.954.347	-1.707.773

R/C Ratio

1,86

0,86

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 6. Menunjukkan biaya usahatani yang terdiri dari biaya tetap (penyusutan alat, pajak lahan, dan irigasi) serta biaya tidak tetap (benih, pupuk, tenaga kerja dan pestisida) yang dikeluarkan para petani bunga sedap malam yang menggunakan teknologi informasi dan tidak menggunakan teknologi informasi tidak jauh berbeda yaitu selisih sekitar Rp 1.003.697, dengan total biaya yang dikeluarkan lebih banyak petani yang menggunakan teknologi informasi yaitu sebesar Rp 13.894.653 dan total biaya yang dikeluarkan petani yang tidak menggunakan teknologi informasi yaitu sebesar Rp 12.890.974. Penerimaan rata-rata yang diperoleh petani yang menggunakan teknologi informasi yaitu sebesar Rp 25.851.000 dan rata-rata pendapatan sebesar Rp 11.954.347 dengan rata-rata 45 kali panen atau sampai bunga sedap malam sampai mati dan tidak berbunga lagi. Sedangkan untuk rata-rata penerimaan petani yang tidak menggunakan teknologi informasi jauh lebih kecil yaitu sebesar Rp 11.183.201 dan rata-rata pendapatan sebesar Rp (1.707.773). Hal ini dikarenakan jangkauan pemasaran petani yang tidak menggunakan teknologi informasi terbatas dan tidak seluas petani yang sudah menggunakan teknologi informasi. Kebanyakan petani hanya menjual di daerah Pasuruan saja dan permintaan bunga sedap malam hanya pada saat moment tertentu, misalnya akan hari raya atau kalau ada upacara adat keagamaan saja. Salah satu hal tersebut yang menyebabkan rata-rata pendapatan yang didapatkan petani yang tidak menggunakan teknologi informasi jauh lebih kecil bahkan hampir sebagian petani tidak mendapatkan untung atau hanya impas dari usahatani bunga sedap malam ini. Nilai R/C ratio sebesar 1,86 menunjukkan bahkan petani bunga sedap malam dengan menggunakan teknologi informasi layak diusahakan atau menguntungkan. Sedangkan nilai R/C ratio untuk petani yang tidak menggunakan teknologi informasi yaitu sebesar 0,86 yang menunjukkan tidak layak diusahakan atau tidak memberikan keuntungan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa penting sekali adanya teknologi informasi dalam membantu pemasaran suatu produk. Terlebih di era pandemi *Covid-19* ini peranan pemasaran memanfaatkan teknologi amat sangat diperlukan, selain dapat memperluas jangkauan pemasaran, keuntungan yang dapat diperoleh petanipun bisa maksimal. Selaras dengan penelitian Muntahan (2017), membahas sistem *digital marketing* untuk meningkatkan strategi pemasaran. Hasil uji coba dan evaluasi yang dilakukan pada koperasi mahasiswa STT Dharma Iswana Madiun menunjukkan bahwa dengan pemanfaatan sistem *digital marketing* memenuhi strategi pemasaran produk yang dapat berdampak pada peningkatan keuntungan.

2. Analisis Komparasi Petani yang Menggunakan Teknologi Informasi dengan yang tidak Menggunakan Teknologi Informasi

	Paired Differences					T	df
	Mean	Std.Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
				Lower	Upper		
Pair 1 BLMTI- TI	-1193141648,56250	3833050817,19786	677594056,36831	-2575103837,2381	188820540,59881	-1,761	

Tabel 7. Analisis Komparasi*Sumber : Data primer diolah 2021*

Berdasarkan hasil analisis komparasi diatas menunjukkan nilai sig 2-tailed sebesar 0,088. Dalam penelitian uji satu pihak maka nilai sig 2 tailed harus dibagi dua yaitu 0,088 dibagi dua

sama dengan 0,044. Hasil uji 1-tailed diperoleh nilai sebesar 0,044 dan hal ini menunjukkan bahwa lebih kecil dari 0,05. Maka dapat kita simpulkan berdasarkan hipotesis bahwa (H_0) ditolak yang artinya nilai rata-rata pendapatan dari pedagang bunga sedap malam yang sudah menggunakan teknologi informasi jauh lebih besar dibandingkan dengan petani yang tidak menggunakan teknologi informasi. Jadi dapat kita simpulkan bahwa penggunaan teknologi informasi sangat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh oleh petani bunga sedap malam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan yang dapat diambil dari pengaruh penggunaan informasi terhadap pemasaran bunga sedap malam di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan, sebagai berikut :

1. Petani bunga sedap malam di Kecamatan Rembang menggunakan media informasi facebook, instagram, whatsapp dalam kegiatan usaha taninya, penggunaan media informasi tersebut berdampak pada meningkatnya penjualan dan mempermudah komunikasi antar petani dengan konsumen lebih efektif. Selain itu, penggunaan media informasi juga bisa memperluas jaringan pemasaran petani bunga sedap malam yang ada di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan.
2. Total biaya yang dikeluarkan baik petani yang menggunakan teknologi informasi dan yang tidak menggunakan teknologi informasi rata-rata tidak jauh berbeda. Sedangkan jika dilihat dari penerimaan, pendapatan dan nilai R/C ratio dapat dilihat bahwa petani yang menggunakan teknologi informasi jauh lebih mendapat keuntungan dibandingkan dengan petani yang tidak menggunakan teknologi informasi. Dari hasil analisis komparasi, dapat kita simpulkan bahwa penggunaan teknologi informasi sangat mempengaruhi pendapatan yang diperoleh oleh petani bunga sedap malam.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Ardelia, R., & Anwarudin, O. (2020). Akses Teknologi Informasi Melalui Media Elektronik Pada Petani KRPL. *Jurnal Triton*, 11(1), 24-36.
- ARDIANSYAH, M. Penawaran Dan Permintaan Bunga Sedap Malam (*Polianthes Tuberosa* L.) Di Desa Rembang Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan.
- Atha Bahy, H. A. J. (2016). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM Bunga Hias Di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), 154-162.
- Herian Sutisna, 2018. Pemanfaatan Jaringan Internet Sehat Bagi Petani Untuk Kemajuan Ekonomi Desa Sukaharja . *Jurnal ABDIMAS BSI Volume 1 No. 3 Bulan Agustus 2018*.
- Koesriwulandari, K. (2018). Model Keuntungan Pemasaran Bunga Sedap Malam Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 18(2).
- Mamilianti, W. (2020). Persepsi Petani Terhadap Teknologi Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Petani Pada Risiko Harga Kentang. *Agrika*, 14(2), 125-139.
- Moroki, S., Masinambow, V. A., & Kalangi, J. B. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Di Kecamatan Amurang Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(5).
- Muh. Amin, 2014. Efektivitas dan Perilaku Petani Dalam Memanfaatkan Teknologi Informasi Berbasis Cyber Extension. *Informatika Pertanian Volume 23 No.2 Bulan Desember 2014*.
- Mulyono, A. (2018). Analisis Margin Pemasaran Bunga Sedap Malam (*Polianthes Tuberosa*) Pada Pedagang Kaki Lima Jalan Kedungdoro Surabaya (Doctoral Dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).

- Petri, M. M., Majid, N., & Addiarrahman, A. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi) (Doctoral Dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Prawiranegara, D. (2016). Pengaruh Kualitas Informasi Berbasis Cyber Terhadap Kapabilitas Petani Sayuran Mengelola Inovasi Di Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 18(2), 166-172.
- Setiawan I. 2007. Strategi Peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Petani Dengan Pemanfaatan Teknologi Internet. Bandung (ID): Universitas Padjajaran.
- Shodiq, A. R. A. R., Priatna, W. B., & Kusnadi, N. (2019, October). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Pemanfaatan E-Marketing Tani Niaga Oleh Petani Kabupaten Grobogan. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum* (Vol. 9, No. 2, Pp. 107-122).
- Wibowo, L. 2012. *Efisiensi Alokatif Faktor-Faktor Produksi Pendapatan Usahatani Padi (Oryza Sativa L)*. Skripsi di tidak terbitkan: Malang: PPs UB.
- Zainularifin, F. H., & Riyanto, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan Pedagang Konvensional Produk Pertanian Di Kelurahan Kedungsari Kota Magelang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 32-39



UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
 FAKULTAS PERTANIAN
 Jl. Yudharta No. 07 Sengonagong Puncasan Pasuruan
 Telp/Fax: 0343-6111188, email: fapertoyudharta@yahoo.co.id / faperta@yudharta.ac.id

FORM BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Purwanto
 Nim : 20190101010000000000
 Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan Pedagang Konvensional Produk Pertanian Di Kelurahan Kedungsari Kota Magelang Pada Masa Pandemi Covid-19
 Prodi : Agribisnis

NO	TGL	MATERI BIMBINGAN	MATERI REVISI	PARAF	KETERANGAN
1	09/31	Judul		<i>[Signature]</i>	
2	20/3	Bab 1		<i>[Signature]</i>	
3	22/4	Bab 4		<i>[Signature]</i>	
4	2/4	Bab 01		<i>[Signature]</i>	
5	17/4	keuntungan		<i>[Signature]</i>	
6	19/4	metode penelitian		<i>[Signature]</i>	
7	20/4	Bab 3/4		<i>[Signature]</i>	
8	15/5	Referensi		<i>[Signature]</i>	
9	23/6	Referensi / lampiran		<i>[Signature]</i>	
10	24/6	Analisis data		<i>[Signature]</i>	
11	7/6	Referensi baru		<i>[Signature]</i>	
12	14/6			<i>[Signature]</i>	
13	2/7			<i>[Signature]</i>	
14	10/7				
15	10/7				

Pasuruan, 27 - 07 2021
 Pembimbing

[Signature]
 DESY E. UTAMI