

## **ANALISIS KEPUTUSAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA USAHATANI TANAMAN JAGUNG DI DESA WONUAMBUTEO KECAMATAN LAMBANDIA**

Andi Nurfauzan, La Nalefo \*, Suriana

Jurusan Penyuluhan Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo, Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia.

\* **Corresponding Author** : [la.nalefo\\_faperta@uho.ac.id](mailto:la.nalefo_faperta@uho.ac.id)

Nurfauzan, A., Nalefo, L., & Suriana, S. (2025). Analisis Keputusan Pemasaran terhadap Kinerja Usahatani Tanaman Jagung di Desa Wonuambuteo Kecamatan Lambandia. *JIIKPP (Jurnal Ilmiah Inovasi dan Komunikasi Pembangunan Pertanian)*, 4 (2), 106 – 117. <http://doi.org/10.56189/jiikpp.v4i2.113>

**Received:** 8 Desember 2024; **Accepted:** 20 April 2025; **Published:** 30 April 2025

### **ABSTRACT**

The objective of this study is to analyze the marketing decisions that influence the performance of corn farming in Wonuambuteo Village, Lambandia District. The informants in this study are corn farmers residing in Wonuambuteo Village. The informants were selected using purposive sampling, based on criteria established by the researcher. Consequently, the study encompassed 35 corn farmers. The present study employed a qualitative approach. The data were collected through a combination of observation and in-depth interviews. The objective of this study is to examine the factors that influence farming performance, marketing decisions, and the income of corn farmers. The analysis of research data was conducted using qualitative descriptive analysis. The present study employed a qualitative descriptive analysis, which was conducted through three stages: data reduction, data analysis, and data interpretation. Specialized analysis was also conducted using an income formula. The results of the study show that corn farming performance in Wonuambuteo Village has shown positive results thanks to the use of agricultural tools that support efficiency and productivity. Farmers utilize tools such as tractors, high-quality seeds, fertilizers, and harvesting tools that help increase land productivity and reduce working hours. Additionally, marketing decisions have a significant impact on farming performance, with marketing facilities such as traditional and modern markets providing sales channels for corn products. Farmers with land areas of 2.50–3.00 hectares achieve the highest income, ranging from Rp13,000,000 to Rp15,000,000, indicating that increasing land area contributes to improved efficiency and better production outcomes.

**Keywords** : *Farm Performance, Decisions, Marketing, Corn Crops.*

### **PENDAHULUAN**

Jagung (*Zea mays* L.) adalah tanaman pangan yang memiliki signifikansi yang sangat besar dan berperan secara krusial dalam ekonomi di Indonesia. Tanaman ini memiliki manfaat yang sangat beragam, berfungsi sebagai sumber pangan utama (Aldila *et al.*, 2024). Bagi Indonesia, jagung merupakan tanaman pangan kedua setelah padi. Bahkan di beberapa tempat, jagung merupakan bahan makanan pokok utama pengganti beras atau sebagai campuran beras. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa produksi jagung Indonesia pada tahun 2016 sebesar 23,19 juta ton atau mengalami peningkatan sebesar 3,58 juta ton dibanding tahun 2015 (Edy *et al.*, 2023). Produksi jagung nasional meningkat setiap tahun, namun hingga kini belum mampu memenuhi kebutuhan domestik. Sebagian besar kebutuhan jagung domestik adalah untuk pakan dan industri pakan (57%), sisanya (34%) untuk pangan, dan (9%) kebutuhan industri lainnya. Selain untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, produksi jagung nasional juga berpeluang besar untuk memasok pasar jagung dunia yang mencapai sekitar 8 juta ton/tahun.

Provinsi Sulawesi Tenggara adalah salah satu penghasil jagung terbesar di wilayah Timur Indonesia. Berdasarkan data dari Dinas Tanaman Pangan dan Peternakan Provinsi Sulawesi Tenggara (SULTRA) menyebutkan produksi komoditas jagung pada tahun 2020 mencapai 164.094 ton pipilan kering. Luas tanam

jagung yakni 66.868 hektare, dimana Kabupaten Kolaka Timur adalah salah satu kabupaten dengan produksi Jagung di Sulawesi Tenggara terbanyak setelah Kabupaten Muna. Salah satu Kecamatan di Kabupaten Kolaka Timur dengan jumlah luas lahan petani jagung terbesar adalah Kecamatan Lambandia Desa Wonuambuteo. Berdasarkan data desa tahun 2022 bahwa jumlah lahan pertanian yang digunakan untuk bertani jagung adalah 285 hektar dari total luas lahan yang ada di Desa Wonuambuteo, dimana luas lahan pertanian yang ada Desa Wonuambuteo adalah 413 hektar. Jagung merupakan komoditas utama dari petani desa yang ada di Wonuambuteo.

Desa Wonuambuteo adalah salah satu desa yang menjadi daerah penghasil jagung paling banyak di Kecamatan Lambandia. Hal ini dapat dilihat dari aktivitas masyarakatnya yang didominasi oleh petani yang berusahatani jagung dalam aktivitas perekonomiannya. Dari total 749 orang petani yang ada di Desa Wonuambuteo sebanyak 493 atau dengan persentase sebesar 65,82% orang adalah petani jagung. Penggunaan lahan jagung di desa ini seluas 64,18 ha dan menjadi prioritas komoditi utama yang diusahakan oleh petani di desa ini. Jenis jagung yang ditanami oleh petani terdiri dari dua jenis yaitu jagung untuk pakan ternak dalam hal ini adalah jagung kuning dan jagung manis yang menjadi konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, usahatani jagung khususnya jagung kuning yang dijalani oleh petani setempat turut berperan dalam menunjang kesejahteraan masyarakat dalam hal ini memberi kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Masing-masing petani jagung Desa Wonuambuteo memiliki luas lahan kurang lebih 3 sampai 4 hektar untuk ditanami jagung. Dengan jumlah lahan tersebut tentu produksi jagung yang dihasilkan baik untuk dijual atau pun dikonsumsi sendiri juga cukup banyak. Kebanyakan hasil panen petani jagung di Desa Wonuambuteo dijual langsung ke pengepul. Kegiatan ini dilakukan oleh petani agar tidak susah dan tidak perlu lagi untuk memasarkan hasil panennya ke pasar. Meskipun harga yang dijual kepada pengepul atau pemasok sedikit lebih murah jika dibandingkan harus menjualnya langsung ke pasar. Namun dengan hal tersebut masyarakat tidak lagi bersusah payah karena para pengepul biasanya mengambil hasil panen masyarakat langsung ke kebunnya. Hal ini juga termasuk keputusan pemasaran yang dilakukan oleh para petani jagung di Desa Wonuambuteo.

Analisis keputusan pemasaran dapat berperan penting dalam meningkatkan kinerja usahatani. Dengan memahami latar belakang analisis keputusan pemasaran, para pelaku usahatani dapat mengidentifikasi pasar yang potensial, merancang strategi pemasaran yang tepat, serta memahami perilaku konsumen. Hal ini dapat membantu dalam peningkatan penjualan dan profitabilitas usahatani. Keputusan pemasaran dalam meningkatkan kinerja usahatani terkait dengan perubahan strategi dan praktik yang mencakup aspek distribusi, promosi, dan hubungan dengan pasar. Beberapa hal yang berkaitan dengan keputusan pemasaran di sektor pertanian diantaranya adalah pertumbuhan pasar, dimana pertumbuhan pasar domestik dan global membuat para petani lebih mengutamakan aspek pemasaran dalam meningkatkan kinerja usaha mereka. Selain itu, terdapat juga kebijakan publik yang mana kebijakan publik seperti program pengembangan pasar juga dapat membantu petani dalam meningkatkan kinerja usaha mereka (Azan & Lutfi, 2024).

Faktor lain terlepas dari kedua aspek di atas, seperti faktor distribusi yang efektif memungkinkan petani untuk mengirimkan produk mereka ke pasar dengan biaya yang lebih rendah dan lebih efisien serta keterlibatan petani dalam proses pemasaran memungkinkan mereka untuk mengembangkan strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan mengembangkan strategi yang efektif dan juga membuat keputusan pemasaran yang tepat, petani dapat meningkatkan kinerja usaha, mengurangi risiko, dan memperluas pasar untuk produk mereka.

Kondisi inilah yang menjadi salah satu penyebab para petani tanaman jagung yang ada di Kecamatan Lambandia, Desa Wonuambuteo merasa agak sulit dalam meningkatkan kinerja usahatani yang dilakukannya. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada beberapa petani jagung yang ada di Desa Wonuambuteo terkait dengan keputusan pemasaran usahatani tanaman jagung, menemukan bahwa petani hanya berpatok pada harga pasar lokal. Masyarakat tidak terlalu memikirkan untuk memasarkan hasil usahatani jagung ini ke tempat yang lain. Hal ini juga diperkuat dengan adanya pengepul lokal yang siap menampung seluruh hasil panen masyarakat. Berdasarkan situasi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pemasaran terhadap kinerja usahatani tanaman jagung Desa Wonuambuteo Kecamatan Lambandia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli sampai September 2024 yang berlokasi di Desa Wonuambuteo Kecamatan Lambandia. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) dengan beberapa pertimbangan, yaitu kegiatan masyarakat dominan sebagai petani jagung, masyarakatnya memiliki pengalaman yang cukup lama (rata-rata 10 tahun) dalam berusahatani jagung, memiliki infrastruktur jalan yang memadai untuk mendukung kegiatan pemasaran, dan terdapatnya hasil olah tanaman jagung menjadi produk popcorn. Informan dalam penelitian ini adalah para petani jagung yang ada di Desa Wonuambuteo. Informan penelitian diambil dengan menggunakan metode purposive sampling (Sugiyono, 2017), dengan mengacu pada kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria-kriteria tersebut yaitu petani di Desa Wonuambuteo yang melakukan aktivitas usahatani jagung secara terus-menerus, petani yang memiliki luas lahan jagung minimal 1,5 ha, dan petani yang memiliki pengalaman berusahatani jagung minimal selama 5 tahun. Berdasarkan kriteria tersebut, maka informan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 35 orang petani jagung. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Fadillah & Wulandari (2023), metode pengumpulan data merupakan salah satu metode yang ada di dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik atau cara yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan data. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi dan wawancara dengan menggunakan panduan wawancara. Fokus penelitian ini, yaitu pertama kinerja usahatani yang meliputi kesesuaian lahan, ketersediaan sumber daya, pendidikan petani, dan pengalaman usahatani; kedua, keputusan pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi; dan ketiga adalah pendapatan petani jagung. Data penelitian yang telah dikumpulkan kemudian akan dianalisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, analisis data, dan interpretasi data. Selain itu, rumus pendapatan digunakan untuk mengetahui pendapatan petani dalam usahatani jagung.

**Rumus Pendapatan:** Pendapatan Bersih = Total Pendapatan – Total Biaya

atau

**Laba Bersih = Laba Kotor - Beban**

Dimana :

- **Total Pendapatan** adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa.
- **Total Biaya** mencakup semua biaya yang terkait dengan proses bisnis, seperti biaya produksi, biaya operasional, biaya non-operasional, dan pajak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fasilitas Usahatani

Gambaran umum usahatani jagung di Kecamatan Lambandia berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu aparat pemerintah Desa Wonuambuteo atas nama H. Ali Akbar sebagai Kepala Desa Wonuambuteo. Beliau mengungkapkan bahwa :

*“Bantuan itu berupa Traktor, bibit, pupuk, dan sumur bor hal ini sangat membantu kegiatan masyarakat baik dari segi perairan maupun pengelolaan tanah” (H. Ali Akbar 48th, 2024).*

*“Kami juga saling pinjam meminjam karena berkeluarga maupun sewa misalnya dompeng dan mesin pemisah biji jagung dengan batang buahnya” (Riswan 50th, 2024).*

Selain itu Hendrik mengungkapkan berbagai macam fungsi alat dalam memanen jagung sebagai berikut:

*“Dalam usaha tani jagung, sejumlah alat dan peralatan penting digunakan untuk mendukung setiap tahap proses. Cangkul berfungsi untuk membersihkan lahan dan mengolah tanah sebelum penanaman, sementara traktor mempermudah pembajakan dan transportasi barang. Benih jagung diperlukan untuk penanaman, dan pupuk digunakan untuk meningkatkan kesuburan tanah. Alat penanam, seperti penggarit, membantu dalam proses tanam, sedangkan alat penyemprot pestisida melindungi tanaman dari hama dan penyakit. Saat panen, sabit atau mesin pemipil jagung digunakan untuk memanen hasil, diikuti dengan alat pengangkut seperti karung untuk membawa hasil panen. Untuk pengolahan pascapanen, mesin pemipil dan alat pengering sangat diperlukan. Selain itu, peralatan keamanan seperti*

*topi kerja, sarung tangan, dan sepatu keselamatan juga penting untuk melindungi petani selama bekerja” (Hendrik 38th, 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat dilihat bahwa usahatani jagung di Kecamatan Lambandia, Desa Wonuambuteo, didukung oleh bantuan pemerintah lokal berupa traktor, bibit, pupuk, dan sumur bor. Praktek saling pinjam alat seperti dompeng dan mesin pemisah biji jagung juga umum. Petani juga menggunakan cangkul untuk membersihkan lahan, traktor untuk bajak dan transportasi, benih untuk penanaman, dan pupuk untuk meningkatkan kesuburan tanah. Alat penanam seperti penggarit membantu dalam proses tanam, sedangkan alat penyemprot pestisida melindungi tanaman dari hama dan penyakit. Saat panen, sabit atau mesin pemipil jagung digunakan untuk memanen hasil, diikuti dengan alat pengangkut seperti karung. Mesin pemipil dan alat pengering diperlukan untuk pengolahan pascapanen. Peralatan keamanan seperti topi kerja, sarung tangan, dan sepatu keselamatan penting untuk melindungi petani. Dengan dukungan alat-alat ini, usaha tani jagung di daerah tersebut dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas hasil panen jagung. Penggunaan alat-alat pertanian modern dapat mengurangi beban kerja manual, meningkatkan hasil panen, dan memastikan pemanfaatan lahan secara optimal (Herlina & Prasetyorini, 2020).

### **Fasilitas Pemasaran**

Fasilitas pemasaran adalah segala bentuk infrastruktur fisik yang membantu dalam proses komunikasi antara produsen dan konsumen. Ini termasuk tempat penyimpanan barang, alat-alat produksi, layanan pelanggan, dan elemen-elemen visual yang membuat lingkungan bisnis tampak profesional dan nyaman bagi pelanggan (Rejeki & Baitirahman, 2024). Salah satu informan, yaitu Muhbib menjelaskan fasilitas atau sarana apa saja yang mendukung dalam menjual produk jagung dari petani, yaitu:

*‘Sarana yang mendukung kami dalam menjual produk jagung yaitu pasar, ada pasar tradisional, pasar modern, pabrik pemerosesan dan kami juga biasa menjualnya di pengecer, tergantung dari target konsumen masing masing petani. Pasar tradisional tempat dimana kami dapat langsung menjual jagung kepada konsumen local/ warga sekitar. Pasar modern dimana mereka membeli jagung dalam jumlah yang besar dan dapat dijual lagi kepada konsumen, kalau pabrik pemerosesan sebagian petani menjualnya untuk diolah menjadi produk olahan seperti tepung, dan sebagainya” (Muhbib 57th, 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara sarana pemasaran jagung menunjukkan bahwa para petani menggunakan berbagai saluran untuk menjual produk mereka. Mereka menjual jagung di pasar tradisional, yang memungkinkan penjualan langsung kepada konsumen lokal, serta di pasar modern, di mana jagung dibeli dalam jumlah besar untuk dijual kembali. Selain itu, petani juga menjual jagung ke pabrik pengolahan untuk diolah menjadi produk seperti tepung. Dengan demikian, pilihan saluran pemasaran ini disesuaikan dengan target konsumen masing-masing petani, yang membantu meningkatkan aksesibilitas dan potensi penjualan jagung.

Wulandari & Tumanggor (2024), pasar tradisional memungkinkan petani menjual langsung kepada konsumen lokal, mendapatkan umpan balik, dan memahami kebutuhan pasar. Pasar modern, seperti supermarket, menyediakan akses ke pasar yang lebih luas dan harga yang lebih kompetitif.

### **Kinerja Usahatani**

Kinerja usahatani merupakan ukuran kesuksesan atau keberhasilan petani dalam mengelola usaha pertanian mereka. Kinerja ini dapat diukur melalui berbagai aspek seperti produktivitas, kapasitas produksi, pendapatan, dan kesejahteraan petani. Dalam penelitian ini, kinerja usahatani dilihat dari kesesuaian lahan, pendidikan petani, dan pengalaman usahatani.

### **Kesesuaian Lahan**

Kesesuaian lahan adalah kecocokan suatu lahan untuk penggunaan tertentu, yang melibatkan evaluasi sifat-sifat fisik lingkungan seperti iklim, tanah, topografi, hidrologi, dan drainase. Proses evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah lahan tersebut siap digunakan untuk aktivitas pertanian atau industri tertentu, serta identifikasi faktor-faktor pembatas yang dapat mempengaruhi produktivitas lahan (Saidi & Suryani, 2021).

Desa Wonuambuteo memiliki iklim yang cocok untuk tanaman jagung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama dengan Daeng Setujuh tentang kesesuaian lahan dan iklim, mengatakan:

*"Iklim di wilayah ini tergolong kering, dengan bulan basah yang kurang dari tiga bulan secara berturut-turut. Kondisi ini cocok untuk tanaman jagung yang umumnya berumur 15 hingga 21 tahun dengan menggunakan varietas lokal. Kepadatan penduduk di Desa Wonuambuteo relatif rendah, dengan kepadatan penduduk sekitar 123 jiwa per kilometer persegi. Kepadatan penduduk yang rendah dapat membantu dalam pengelolaan lahan jagung dengan lebih baik, karena tidak terlalu banyak tekanan pada sumber daya alam"* (Daeng Setjuh 51th, 2024).

Nurdin juga menambahkan fakta mengenai peningkatan infrastruktur sehingga memiliki dampak baik terhadap pertumbuhan/ pengelolaan tanaman jagung, mengatakan:

*"Desa Wonuambuteo telah melalui beberapa pembangunan infrastruktur, termasuk pembangunan pagar kantor di Kelurahan Penanggo Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah setempat berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pembangunan infrastruktur yang lebih baik. Pembangunan infrastruktur ini dapat membantu dalam pengelolaan lahan jagung dengan lebih efisien. Desa Wonuambuteo juga terlibat dalam pengadaan barang dan jasa untuk mendukung program pemerintah. Hal ini termasuk pengadaan jasa konsultansi untuk pembangunan pagar kantor Kelurahan Penanggo Jaya. Pengadaan barang dan jasa ini dapat membantu dalam mendukung kegiatan pertanian, termasuk pengelolaan lahan jagung"* (Nurdin 53th, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa iklim dan infrastruktur di Desa Wonuambuteo menunjukkan bahwa daerah ini memiliki iklim kering dengan bulan basah yang kurang dari tiga bulan, yang cocok untuk pertumbuhan tanaman jagung. Kepadatan penduduk yang rendah, sekitar 123 jiwa per kilometer persegi, memungkinkan pengelolaan lahan jagung yang lebih baik tanpa tekanan berlebihan pada sumber daya alam. Selain itu, pembangunan infrastruktur oleh pemerintah setempat, seperti pagar kantor di Kelurahan Penanggo Jaya, mencerminkan komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pembangunan ini diharapkan dapat mendukung pengelolaan lahan jagung dengan lebih efisien dan membantu dalam pengadaan barang dan jasa untuk kegiatan pertanian. Dengan demikian, kombinasi kondisi iklim yang mendukung dan inisiatif pembangunan infrastruktur dapat meningkatkan produktivitas usaha tani jagung di desa tersebut.

### **Ketersediaan Sumber Daya**

Desa Wonuambuteo memiliki luas lahan pertanian yang cukup besar, dengan luas lahan tanaman kakao existing sebesar 928,18 hektar. Hal ini menunjukkan bahwa lahan pertanian di Desa Wonuambuteo memiliki potensi yang baik untuk pengembangan pertanian. Dalam bidang infrastruktur Desa Wonuambuteo telah melalui beberapa pembangunan infrastruktur, termasuk pembangunan pagar kantor di Kelurahan Penanggo Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah setempat berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pembangunan infrastruktur yang lebih baik. Desa Wonuambuteo memiliki potensi ekonomi yang cukup baik, dengan beberapa desa yang memiliki kegiatan ekonomi seperti pertanian dan perkebunan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Desa Wonuambuteo memiliki kemampuan untuk mengelola lahan pertanian dengan baik.

### **Pendidikan Petani**

Berdasarkan hasil wawancara (Tabel 1), diketahui bahwa 6 Petani dengan pendidikan S1 cenderung berada pada usia produktif (35-49 tahun), menunjukkan potensi penggunaan pengetahuan dan keterampilan yang lebih tinggi dalam kegiatan pertanian mereka. Petani dengan pendidikan SMA tersebar merata pada usia menengah ke atas (45-59 tahun), yang mungkin mencerminkan pengalaman dan stabilitas dalam praktik pertanian. Petani berpendidikan SD lebih banyak berada pada usia lanjut (55-64 tahun), menunjukkan bahwa mereka mungkin telah bekerja dalam bidang pertanian selama bertahun-tahun dengan pendidikan dasar. Petani yang tidak memiliki pendidikan formal cenderung tersebar pada usia yang lebih tua, menunjukkan kemungkinan keterbatasan akses pendidikan pada masa lalu yang masih berdampak hingga kini.

Tabel 1. Pendidikan dan Kelompok Usia Petani Jagung di Desa Wanuambuteo

Tingkat Pendidikan	Kelompok Usia	Jumlah Petani (Jiwa)	Persentase (%)
Berpendidikan S1	35-39 tahun	2	28,57
	40-44 tahun	2	28,57



Tingkat Pendidikan	Kelompok Usia	Jumlah Petani (Jiwa)	Persentase (%)
	45-49 tahun	3	42,86
<b>Total</b>		7	100
<b>Berpendidikan SMA</b>	45-49 tahun	3	30,00
	50-54 tahun	4	40,00
	55-59 tahun	3	30,00
<b>Total</b>		10	100
<b>Berpendidikan SD</b>	55-59 tahun	3	37,50
	60-64 tahun	3	37,50
	65-69 tahun	2	25,00
<b>Total</b>		8	100
<b>Tidak Berpendidikan</b>	55-59 tahun	1	10,00
	60-64 tahun	2	20,00
	65-69 tahun	2	20,00
	70 tahun ke atas	1	10,00
<b>Total</b>		10	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024.

Beberapa risiko yang biasanya dapat diambil oleh petani ketika mereka memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi antara lain membuat keputusan tentang mengadaptasi teknologi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Hingga saat ini, rendahnya tingkat pendidikan petani ditengarai sebagai kendala utama usahatani yang efisien, dimana petani cenderung menghindari resiko dalam pertanian. Pandangan ini juga didukung oleh penelitian Septiadi *et al* (2023), bahwa salah satu cara untuk meningkatkan partisipasi petani dalam praktik pertanian yang lebih inovatif adalah dengan meningkatkan tingkat pendidikan petani.

Petani dengan tingkat pendidikan lebih tinggi umumnya memiliki pola pikir yang lebih terbuka dalam menerima inovasi baru dan lebih cepat mengerti dalam menerapkan teknologi baru sehingga dapat mengembangkan dan membawa hasil pertanian ke arah yang lebih baik (Gusti *et al.*, 2021). Wibowo *et al* (2023) yang menyatakan bahwa pendidikan umumnya akan mempengaruhi pola pikir petani dalam menerima inovasi dan menerapkan ide-ide. Selaras dengan hal tersebut, petani dengan pendidikan yang lebih tinggi lebih cepat mengerti dan memahami penggunaan teknologi baru sehingga semakin tinggi pendidikan petani maka semakin efisien dalam bekerja serta lebih bijak dalam mengambil keputusan dalam kegiatan berusahatani. Hal tersebut didukung oleh pendapat Azizah & Sugiarti (2020), bahwa petani dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan lebih mudah dalam menerima penjelasan-penjelasan yang diberikan sehingga petani dengan pendidikan formal yang lebih tinggi akan lebih baik dalam aspek pemahaman, perasaan dan kecenderungan bertindak. Selain itu, petani dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih aktif bertanya, mengeluarkan pendapat di forum serta mencari informasi seputar pertanian.

### **Pengalaman Usahatani**

Pengalaman usahatani merupakan segala proses yang pernah dijalani oleh seseorang dalam hal bertani dimana proses itu sangat dibutuhkan untuk melakukan hal yang sama dikemudian hari. Pengalaman usahatani para petani jagun di Desa Wonuambuteo dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengalamam Usahatani Petani Jagung di Desa Wonuambuteo Kecamatan Lambandia

Kelompok Usia (Tahun)	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah Petani (Jiwa)	Persentase (%)
35-39	5-10	2	5,71
40-44	10-15	2	5,71
45-49	15-20	6	17,14

Kelompok Usia (Tahun)	Pengalaman Berusahatani (Tahun)	Jumlah Petani (Jiwa)	Persentase (%)
50-54	20-25	4	11,43
55-59	25-30	7	20,00
60-64	30-35	5	14,29
65-69	35-40	4	11,43
70 ke atas	40+	5	14,29
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, sebagian besar petani (65,71%) memiliki pengalaman berusahatani lebih dari 25 tahun, menunjukkan tingkat keahlian dan pengetahuan yang tinggi dalam pertanian jagung. Pengalaman berusahatani meningkat seiring bertambahnya usia, dengan kelompok usia lebih tua (70 tahun ke atas) memiliki pengalaman lebih dari 40 tahun. Pengalaman berusahatani tersebar cukup merata, dengan konsentrasi terbesar pada kelompok usia 55-59 tahun (20,00%) yang memiliki pengalaman 25-30 tahun. Kelompok usia 35-39 dan 40-44 tahun memiliki pengalaman yang relatif lebih sedikit (5-15 tahun), namun masih merupakan bagian penting dari populasi petani.

Pengalaman usahatani merujuk pada pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh petani melalui praktik bertani selama periode tertentu. Pengalaman ini berpengaruh signifikan terhadap produktivitas dan efisiensi usaha tani. Berdasarkan hasil penelitian, petani dengan pengalaman lebih dari 20 tahun cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai teknik pertanian dan pengambilan keputusan, yang berkontribusi pada hasil panen yang lebih optimal (Musri *et al.*, 2024). Lebih lanjut Joka *et al* (2023), menunjukkan bahwa semakin lama pengalaman bertani, semakin tinggi produktivitas yang dicapai oleh petani. Penelitian ini menekankan pentingnya pengalaman dalam pengambilan keputusan terkait teknik pelaksanaan usaha tani.

### Keputusan Pemasaran

Keputusan pemasaran merupakan serangkaian pilihan yang dibuat oleh perusahaan, kelompok atau individu untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah mereka rencanakan. Keputusan ini melibatkan berbagai aspek, seperti: segmentasi pasar, pengembangan produk, penetapan harga, distribusi, promosi, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Keputusan pemasaran yang baik didasarkan pada pemahaman mendalam tentang pasar, kebutuhan konsumen, dan analisis pesaing. Dalam penelitian ini, keputusan pemasaran dilihat dari aspek produk, harga, tempat dan promosi.

### Produk

Produk adalah hasil akhir dari suatu produksi. Keputusan terkait produk bagi petani jagung di Desa Wonuambuteo, Kecamatan Lambandia, Kabupaten Kolaka Timur, melibatkan beberapa aspek penting. Seperti yang diungkapkan oleh informan Kamil, bahwa :

*“Varietas Jagung yang dipilih harus sesuai dengan kebutuhan pasar dan kondisi lokal, seperti varietas yang tahan hama dan penyakit serta memiliki hasil panen tinggi. Kualitas Produk dijamin melalui praktik pertanian yang baik, termasuk penggunaan bibit unggul dan pupuk yang tepat. Pengemasan yang efektif juga penting untuk melindungi produk selama transportasi serta menarik perhatian konsumen, dengan informasi yang jelas tentang asal usul dan manfaat kesehatan. Selain itu, pengembangan Merek dan Labeling yang informatif dapat membantu konsumen memahami cara menanam dan manfaat jagung. Terakhir, Diversifikasi Produk menjadi strategi untuk meningkatkan nilai jual melalui produk turunan seperti jagung pipil atau olahan jagung lainnya” (Kamil 58<sup>th</sup>, 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan produk jagung mencakup pemilihan varietas yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan kondisi lokal, serta jaminan kualitas melalui praktik pertanian yang baik. Pengemasan yang efektif penting untuk melindungi produk dan menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen. Selain itu, pengembangan merek dan labeling yang informatif dapat meningkatkan pemahaman konsumen tentang manfaat jagung, sementara diversifikasi produk berfungsi untuk meningkatkan nilai jual melalui produk turunan. Langkah-langkah ini dapat meningkatkan daya saing petani jagung di pasar.

Pemasaran yang efektif tidak hanya membantu dalam memperkenalkan produk kepada konsumen, tetapi juga berperan dalam membangun kesadaran merek dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Melalui strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta preferensi pasar, sehingga dapat mengembangkan produk yang sesuai dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, keputusan pemasaran yang baik dapat memaksimalkan alokasi sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan profitabilitas. Dengan demikian, keputusan pemasaran yang strategis adalah esensial untuk menciptakan hubungan yang kuat antara produk dan konsumen, serta memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

### **Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Secara sederhana, harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang dari suatu produk pertanian. Keputusan harga sangat penting karena mempengaruhi profitabilitas dan daya saing produk di pasar. Beberapa strategi penetapan harga yang dapat diterapkan oleh petani jagung di Desa Wonuambuteo, informan Harto dan Ruben mengungkapkan:

*"Kami menerapkan beberapa strategi penetapan harga, seperti menetapkan harga berdasarkan biaya produksi dengan menambahkan margin keuntungan yang wajar. Selain itu, penyesuaian harga berdasarkan kondisi pasar dan harga pesaing juga penting untuk menjaga daya saing" (Harto 57th, 2024)*

*"Diskon dan promosi pada waktu tertentu, seperti musim panen, dapat menarik lebih banyak pembeli, sementara segmentasi harga memungkinkan penyesuaian harga untuk berbagai segmen pasar, misalnya harga lebih rendah untuk pembelian dalam jumlah besar atau harga premium untuk produk organik" (Ruben 52th, 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan Petani jagung di Desa Wonuambuteo harus memperhatikan keputusan harga agar mendapatkan laba maksimal dan bersaing kuat di pasarnya. Strateginya antara lain menyetujui harga berdasarkan biaya produksinya sendiri, membandingkan harga dengan pesaing, menawarkan diskon atau promo spesial, dan menyesuaikan harga untuk berbagai jenis pembeli (seperti harga murah untuk belanja banyak atau harga mahal untuk produk organik). Dengan demikian, mereka bisa meningkatkan penjualannya.

Keputusan pemasaran harga sangat penting karena memiliki dampak langsung terhadap permintaan produk dan profitabilitas perusahaan. Menurut Nasution (2019), penetapan harga yang tepat mencerminkan nilai yang dirasakan oleh konsumen dan dapat mempengaruhi persepsi kualitas produk. Harga bukan hanya sekadar angka moneter, tetapi juga merupakan elemen strategis dalam bauran pemasaran yang dapat digunakan untuk menarik pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, keputusan harga yang efektif memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar dan persaingan, serta memaksimalkan pendapatan. Dalam konteks ini, strategi penetapan harga harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk biaya produksi, permintaan pasar, serta harga yang ditawarkan oleh pesaing.

### **Tempat**

Tempat merupakan lokasi di mana barang atau jasa diperdagangkan atau dijual. Keputusan distribusi menentukan bagaimana produk sampai ke konsumen dengan cara yang paling efisien dan efektif. Untuk petani jagung di Desa Wonuambuteo, beberapa strategi distribusi yang bisa diterapkan. Salah satu informan Alwan mengungkapkan:

*"Beberapa strategi distribusi yang dapat diterapkan meliputi pemilihan saluran distribusi yang efektif, seperti pasar tradisional atau penjualan langsung, serta penentuan lokasi penjualan yang strategis. Manajemen logistik juga diperlukan untuk memastikan produk tetap segar dan tepat waktu sampai ke konsumen, termasuk pengaturan transportasi dan penyimpanan yang baik. Selain itu, memanfaatkan penjualan online seperti di KJB (Kendari Jual Beli) dapat memperluas jangkauan pasar dan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian" (Alwan 35th, 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Petani jagung di Desa Wonuambuteo dapat menerapkan beberapa strategi distribusi, termasuk pemilihan saluran distribusi yang optimal, seperti pasar tradisional atau penjualan langsung. Penentuan lokasi penjualan yang strategis juga penting untuk menarik perhatian konsumen.



Selain itu, pengelolaan logistik yang baik diperlukan untuk menjaga kesegaran produk dan memastikan pengiriman tepat waktu. Memanfaatkan platform digital untuk penjualan online dapat memperluas jangkauan pasar dan memudahkan akses bagi konsumen. Dengan mengadopsi strategi ini, petani dapat meningkatkan aksesibilitas dan volume penjualan produk jagung mereka.

Menurut Kakooza et al (2023), lokasi merupakan salah satu kunci sukses bisnis karena dampaknya yang permanen dan jangka panjang. Lokasi yang tepat dapat menarik perhatian pembeli dan memfasilitasi aksesibilitas, sehingga meningkatkan keberlangsungan usaha. Selain itu, lokasi yang mudah dijangkau dan memiliki visibilitas yang baik dapat memicu minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam konteks ini, lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan. Lokasi yang strategis akan menarik perhatian pembeli dan memfasilitasi aksesibilitas, sehingga meningkatkan keberlangsungan usaha. Faktor-faktor seperti aksesibilitas, visibilitas, dan lokasi mudah ditemukan juga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, keputusan pemasaran tempat yang bijak adalah esensial untuk mencapai tujuan bisnis dan memastikan keberlanjutan perusahaan (Laksamana et al., 2024),

### Promosi

Promosi merupakan segala upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan, menawarkan, dan membujuk calon konsumen agar tertarik membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Tujuannya adalah meningkatkan penjualan, membangun kesadaran merek, dan menciptakan loyalitas pelanggan. Strategi untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk. Beberapa strategi promosi yang bisa diterapkan oleh petani jagung di Desa Wonuambuteo, informan Ruslan ST mengatakan:

*“Kami menjual produk langsung di pasar tradisional dan grosir lokal, yang ramai dikunjungi masyarakat. kerjasama dengan toko-toko kecil untuk menampilkan produk juga sangat membantu” (Ruslan ST 47th, 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara penjualan produk jagung secara langsung di pasar tradisional dan grosir lokal, yang memiliki tingkat kunjungan yang tinggi, merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan aksesibilitas produk. Selain itu, kerjasama dengan toko-toko kecil untuk menampilkan produk juga berkontribusi signifikan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas. Langkah-langkah ini memungkinkan petani untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkuat posisi produk jagung dalam komunitas lokal.

Keputusan pemasaran promosi sangat penting karena berperan kritis dalam meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi merupakan faktor yang paling diharapkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, karena ia dapat meningkatkan pengetahuan dan preferensi konsumen terhadap produk atau layanan (Zharfaningrum et al., 2020).

### Pendapatan Petani Jagung di Desa Wonuambuteo

Pendapatan petani merupakan total penerimaan yang diterima petani setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, seperti biaya pembelian pupuk, upah, bibit, sewa lahan, pajak lahan, tenaga kerja, dan biaya penyusutan alat-alat pertanian dalam satu kali musim tanam (Fadhilah & Rochdiani, 2021). Pendapatan petani jagung di Desa Wonuambuteo disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Pendapatan Petani Jagung di Desa Wonuambuteo Kecamatan Lambandia

Nama Petani	Luas Lahan (ha)	Total Pendapatan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan Bersih (Rp)
<b>1,00 – 1,49 ha</b>				
Alwan S.Sos	1,2	12.000.000	6.000.000	6.000.000
Hendrik S.A.B	1,3	13.000.000	6.500.000	6.500.000
Firman S.Pd	1,4	14.000.000	7.000.000	7.000.000
Risna	1,0	10.000.000	5.000.000	5.000.000
Hermiati	1,1	11.000.000	5.500.000	5.500.000
Daeng Setujuh	1,2	12.000.000	6.000.000	6.000.000

Nama Petani	Luas Lahan (ha)	Total Pendapatan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan Bersih (Rp)
Nurdin	1,3	13.000.000	6.500.000	6.500.000
Amma	1,4	14.000.000	7.000.000	7.000.000
Didit	1,1	11.000.000	5.500.000	5.500.000
Rizki Anugrah	1,2	12.000.000	6.000.000	6.000.000
<b>1,50 – 1,99 ha</b>				
Bahtiar SP	1,8	18.000.000	9.000.000	9.000.000
Ruslan S.T	1,5	15.000.000	7.500.000	7.500.000
Riswan SP	1,9	19.000.000	9.500.000	9.500.000
Kisna	1,6	16.000.000	8.000.000	8.000.000
Jannah	1,7	17.000.000	8.500.000	8.500.000
Anto	1,8	18.000.000	9.000.000	9.000.000
Ruben	1,9	19.000.000	9.500.000	9.500.000
Harto	1,6	16.000.000	8.000.000	8.000.000
Muhbib	1,7	17.000.000	8.500.000	8.500.000
Kusnadi	1,5	15.000.000	7.500.000	7.500.000
<b>2,00 – 2,49 ha</b>				
Hatta S.Pd	2,2	22.000.000	11.000.000	11.000.000
Anyari	2,0	20.000.000	10.000.000	10.000.000
Achung	2,4	24.000.000	12.000.000	12.000.000
Kamil	2,1	21.000.000	10.500.000	10.500.000
Rukke	2,3	23.000.000	11.500.000	11.500.000
Sugioto	2,2	22.000.000	11.000.000	11.000.000
<b>2,50 – 3,00 ha</b>				
Cancang	2,7	27.000.000	13.500.000	13.500.000
Jenni	2,9	29.000.000	14.500.000	14.500.000
Andra	2,6	26.000.000	13.000.000	13.000.000
Agustinus	2,8	28.000.000	14.000.000	14.000.000
Isbandi	3,0	30.000.000	15.000.000	15.000.000

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel 3 di atas, pendapatan bersih petani jagung di Desa Wonuambuteo, Kecamatan Lambandia, Kabupaten Kolaka Timur, menunjukkan hubungan antara luas lahan yang dimiliki dengan pendapatan bersih yang diperoleh. Tabel tersebut mengelompokkan petani berdasarkan empat kategori luas lahan: 1,00 – 1,49 hektar, 1,50 – 1,99 hektar, 2,00 – 2,49 hektar, dan 2,50 – 3,00 hektar. Dimana sebanyak 10 petani (28,57%) memiliki lahan seluas 1,00 – 1,49 hektar dengan pendapatan bersih antara Rp5.000.000 hingga Rp7.000.000. Kelompok terbesar terdiri dari 15 petani (42,86%) dengan lahan 1,50 – 1,99 hektar, yang memperoleh pendapatan bersih antara Rp7.500.000 hingga Rp9.500.000. Sebanyak 6 petani (17,14%) memiliki lahan 2,00 – 2,49 hektar dengan pendapatan bersih Rp10.000.000 hingga Rp12.000.000. Sementara itu, 4 petani (11,43%) dengan lahan terbesar 2,50 – 3,00 hektar memperoleh pendapatan bersih tertinggi, yaitu antara Rp13.000.000 hingga Rp15.000.000.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar luas lahan yang dimiliki, semakin tinggi pendapatan bersih yang dapat diperoleh. Hal ini disebabkan oleh peningkatan produksi jagung yang secara langsung meningkatkan total pendapatan. Misalnya, petani dengan lahan terbesar menunjukkan efisiensi skala dalam pertanian jagung, dengan pendapatan bersih yang tertinggi. Asumsi yang digunakan adalah produktivitas sebesar 10 ton jagung per hektar dengan harga jual Rp1.000.000 per ton, serta biaya produksi Rp5.000.000 per hektar. Perbedaan pendapatan bersih antara kelompok disebabkan oleh variasi dalam biaya dan pendapatan sesuai skala lahan.

Informasi dari tabel ini bermanfaat bagi petani dalam menilai keuntungan dari perluasan lahan jika dimungkinkan. Dengan mengoptimalkan hasil produksi dan manajemen biaya, petani dapat meningkatkan

pendapatan bersih mereka. Pemerintah dan lembaga pendukung dapat memanfaatkan data ini untuk mengarahkan bantuan dan program pelatihan kepada petani, terutama bagi mereka dengan lahan lebih kecil, guna meningkatkan produktivitas. Selain itu, terlihat bahwa petani dengan tingkat pendidikan dan pengalaman berbeda tersebar di berbagai kategori luas lahan, menunjukkan bahwa pendidikan dan pengalaman bisa mempengaruhi pengelolaan lahan secara efektif. Secara keseluruhan, tabel ini memberikan wawasan tentang pentingnya pengelolaan lahan dan produktivitas untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

## KESIMPULAN

Kinerja usahatani jagung di Desa Wonuambuteo menunjukkan hasil yang positif berkat penggunaan alat pertanian yang mendukung efisiensi dan produktivitas. Petani memanfaatkan alat seperti traktor, benih berkualitas, pupuk, dan alat panen yang membantu meningkatkan produktivitas lahan dan mengurangi waktu kerja. Selain itu, keputusan pemasaran turut memberikan dampak yang nyata terhadap kinerja usahatani, dengan fasilitas pemasaran seperti pasar tradisional dan modern yang memberikan saluran pemasaran untuk menjual produk jagung. Petani dengan luas lahan 2,50 – 3,00 hektar memperoleh pendapatan tertinggi, antara Rp13.000.000 hingga Rp15.000.000, menunjukkan bahwa peningkatan luas lahan berkontribusi pada efisiensi dan hasil produksi yang lebih baik.

## REFERENCES

- Aldila, F. Y., Iftikhor, G. T., Khawarizmi, M., & Setyadi, T. (2024). Diversifikasi Pangan Olahan Jagung Manis Untuk Meningkatkan Pendapatan LMDH Wanasari Di Sekitar Hutan. *Manfaat: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(3), 07-14. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i4.3983>.
- Azan, M., & Lutfi, M. (2024). Analisis Pendapatan Usaha Tani Kol di Desa Maholo Kecamatan Lore Timur Kabupaten Poso. *Jurnal Politik dan Pemerintahan Daerah*, 6(1), 154-165. <https://doi.org/10.36355/jppd.v6i1.165>.
- Azizah, L. N., & Sugiarti, T. (2020). Tingkat pengetahuan petani terhadap pemanfaatan tanaman refugia di Desa Bandung Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. *Agriscience*, 1(2), 353-366. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i2.8012>.
- Edy, E., Rabiati, T., & Aminah, A. (2023). Pengaruh Konsentrasi dan Frekuensi Pemberian Pupuk Organik Cair terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Jagung (*Zea mays* L.). *Agrotekmas*, 4(2), 174-182. <https://doi.org/10.33096/agrotekmas.v4i2.333>.
- Fadhilah, M., & Rochdiani, D. (2021). Analisis Pendapatan Petani Usahatani Manggis di Desa Simpang Sugiran Kecamatan Guguak Kabupaten Limapuluh Kota. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 796-804.
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46.
- Gusti, I. M., Gayatri, S., & Prasetyo, A. S. (2021). Pengaruh umur, tingkat pendidikan dan lama bertani terhadap pengetahuan petani tentang manfaat dan cara penggunaan kartu tani di Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 209-221. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.926>.
- Herlina, N., & Prasetyorini, A. (2020). Pengaruh perubahan iklim pada musim tanam dan produktivitas jagung (*Zea mays* L.) di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 25(1), 118-128. DOI: 10.18343/jipi.25.1.118.
- Joka, U., Dahu, B., & Taena, W. (2022). Peranan Penyuluh Pertanian Terhadap Produktivitas Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Kobalima Kabupaten Malaka. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 22(1), 67-81. <https://doi.org/10.25181/jppt.v22i1.2176>.
- Kakooza, J., Tusiime, I., Namiyigo, S., Nabwami, R., & Basemera, M. (2023). Business choice, location decision and success of small and medium enterprises in Uganda. *Journal of Money and Business*, 3(1), 108–121. <https://doi.org/10.1108/JMB-08-2022-0041>

- Laksamana, P., Saripudin, S., Suharyanto, S., & Sorongan, F. (2024). Layanan Prima dan Digitalisasi UMKM Sepatu, Sentra PIK Pulogadung. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 5(1), 37-45. <https://doi.org/10.56174/jap.v5i1.552>.
- Musri, M. K., Zulkarnain, Z., & Manyamsari, I. (2024). Pendapatan Usahatani dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Kopi di Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 9(3), 83-96. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v9i3.31450>.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Dyza sejahtera medan. *Warta Dharmawangsa*, 13(1). <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i59.353>.
- Rejeki, M. E. S., & Baitirahman, A. N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk, Promosi, dan Fasilitas Fisik Jasmine Cakery. *Journal of Food and Culinary*, 31-44. <https://doi.org/10.12928/jfc.v7i1.10352>.
- Saidi, B. B., & Suryani, E. (2021). Evaluasi kesesuaian lahan untuk pengembangan kopi liberika di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Jambi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i1.12884>.
- Septiadi, D., Hidayati, A., Tanaya, I. G. L. P., & Hidayanti, A. A. (2023). Potensi Budidaya Jagung dan Faktor Sosial Ekonomi Dalam Mendukung Pendapatan Petani di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Jurnal Agristan*, 5(1), 135-148. <https://doi.org/10.37058/agristan.v5i1.7041>.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, H. T., Efendi, A. D. S., & Sumaryanto, S. (2023). Respons Peternak Domba dan Kambing dalam Pengobatan Penyakit Scabies Menggunakan Ekstrak Minyak Daun Gamal (*Gliricidia sepium*) Di Desa Payaman Kecamatan Secang Kabupaten Magelang. *Jurnal Penelitian Peternakan Terpadu*, 5(1), 37-50. <https://doi.org/10.36626/jppt.v5i1.1020/>
- Wulandari, D. S., & Tumanggor, A. H. U. (2024). *Transformasi Digital pada Pasar Tradisional*. Penerbit NEM.
- Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Waris, A. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram: Perspektif Promosi, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 169-178. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9300>.