

PERBANDINGAN KINERJA USAHA DALAM SISTEM PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA KOMODITAS SAYURAN ORGANIK

Oleh :

Gordianus Jana, Asnah,

Dyanasari

Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang, Jawa Timur

e-mail: gordianus.jana96@gmail.com

Article Info*Article History :**Received 16 Agustus - 2022**Accepted 25 Agustus - 2022**Available Online**30 September - 2022***Abstract**

This study aims to analyze the comparison of marketing performance with different marketing systems (online and offline) on organic vegetable commodities in the Sri Anom Mulyo farmer group 04 Glonggong, Temas Village, Batu City and analyze the impact of online marketing on business performance on organic vegetable commodities in the Sri Anom farmer group. Mulyo 04 Glonggong, Temas Village, Batu City. This research was conducted on the Sri Anom Mulyo farmer group 04 Glonggong, Temas Village, Batu City, the time of the research will begin in October 2021 until December 2021. The data analysis technique used in this study is a quantitative descriptive method to explain the opinion of the farmer group before and after implementing digital marketing, Revenue (Q), Profit (π), Revenue to cost ratio (R/C), Break Event Point (BEP), comparative analysis (comparison) and partial test (t -test). The results of the study concluded that the results of the six (6) organic vegetable commodities cultivated by farmers in the Sri Anom Mulyo 04 Glonggong farmer group using the paired sample t -test t test method showed that there was a significant difference in business performance with online and offline marketing systems in 2019, 2020, and 2021. Commodities pakchoy, green andewi, carrots, broccoli, romaine lettuce and caisim show differences in business performance with online and offline marketing systems from 2019 to 2021 with a sig value for each commodity less than 0.05 ($0.000 < 0.05$). These results can be concluded that H_1 is accepted and H_0 is rejected. Commodities marketed online have an impact on performance, this can be seen in the small quantity of commodities marketed but can offset the performance of businesses marketed offline.

*Keyword :**Performance, Marketing,**Ratio (R/C), BEP* **1. PENDAHULUAN**

Di era globalisasi saat ini yang semakin maju banyak orang yang terus berpacu untuk meningkatkan sistem informasi melalui banyak cara dengan menggunakan teknologi. Upaya untuk memasarkan hasil pertanian tidak hanya dilakukan melalui pemasaran konvensional, namun mulai meramba pada inovasi pemasaran *online* melalui *website* dan media sosial. Internet juga mampu mempengaruhi aspek sosial serta ekonomi karena dapat membuat masyarakat terus mengetahui sistem informasi tersebut secara luas bahwa ekonomi suatu negara tidak lagi berdiri sendiri tetapi menjadi satu dengan sistem ekonomi global.

Pemasaran *online* yang diterapkan oleh petani dan pedagang menyebabkan permintaan

terhadap komoditas sayuran organik terus meningkat. Dengan adanya internet, terdapat peluang besar bagi perusahaan atau pelaku bisnis sekarang ini untuk menggunakan bisnis *online*, karena bisnis *online* lebih praktis dan tidak memerlukan biaya yang besar, serta jangkauan pasar yang luas. Alur transaksi pembayaran harus jelas dan pasti, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam proses transaksi penjualan. Sedangkan penjualan secara *offline* dapat diartikan sebagai proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung, dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli. Mulai 2011 tren pemasaran *online* mulai muncul dan menyebabkan beberapa petani mulai mencoba menerapkan sistem pemasaran ini.

Teknologi internet telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai lini kehidupan masyarakat. Teknologi ini dapat memberikan keuntungan berbagai pihak termasuk dalam menunjang kegiatan bisnis. Internet kini menjadi satu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dalam bidang promosi maupun penjualan dari hasil produksi. Kegiatan penjualan dengan menggunakan internet ini biasa disebut dengan *digital marketing*.

Penggunaan *digital marketing* memperlihatkan adanya kemudahan dalam berpromosi, bertransaksi, pengurangan biaya, dan mempercepat proses transaksi. Proses administrasi jual beli akan dilakukan secara *online*, sehingga akan sangat membantu kedua pihak dalam menyelesaikan proses penjualan dan pembelian. Kenyataan yang sedang berkembang saat ini adalah internet dijadikan sebagai sarana utama para pelaku usaha untuk menjual dan mempromosikan usaha mereka. Sifatnya yang mudah menjadikan internet sebagai media yang mampu menjawab tantangan atau kendala bisnis, seperti wilayah geografis, promosi, target pemasaran, proses administrasi pembelian dan penjualan. Menurut (Pertanian et al., 2019) dengan menerapkan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* serta bisa mengglobal atau mendunia. Salah satu usaha di bidang agribisnis yang telah menerapkan *digital marketing* adalah pedagang sayuran organik di kelurahan Temas, Kota Batu.

Pertanian organik merupakan pertanian berwawasan lingkungan karena kegiatan pertanian yang dilakukan menggunakan bahan organik yang dapat menjaga kesuburan tanah dan memperbaiki kerusakan akibat pertanian anorganik (Prasetya, 2019). Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk produk pertanian terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Untuk memberi gambaran bahwa pemasaran secara *online* perlu mulai dilakukan bagi pengusaha apa saja termasuk sayuran organik, dan untuk melihat sejauh mana pemasaran secara

online ini memeri dampak yang nyata, maka perlu dilakukan penelitian ini, untuk membandingkan hasil antara pemasaran *online* dan *offline*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada kelompok tani Sri Anom Mulyo 04 Glonggong Kelurahan Temas Kota Batu, waktu penelitian akan dimulai pada bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Desember 2021. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dilapangan sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, jurnal, artikel, tesis dan disertasi yang berhubungan dengan perbandingan kinerja usaha dalam sistem pemasaran *online* dan *offline*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan pendapat kelompok tani sebelum dan sesudah menerapkan *digital marketing*, Penerimaan (Q), Keuntungan (π), Rasio penerimaan atas biaya (R/C), Break Event Point (BEP), analisis komparasi (perbandingan) dan uji parsial (uji-t).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penerimaan, Pendapatan dan R/C Usahatani Sayuran Organik Kelompok Tani Sri Anom Mulyo 04

Keberlangsungan usahatani baik sistem pertanian anorganik maupun organik sangat ditentukan oleh faktor biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam periode tertentu.. Faktor biaya menjadi kunci utama dalam memperoleh pendapatan melalui penerimaan usahatani. Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditas pakchoy, andewi hijau, wortel, brokoli, *romaine lettuce* dan *caisim*. Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditi pakchoy yang dipasarkan secara *offline* dan *online* disajikan pada Tabel 4.2 dan Tabel 4.3

Tabel 1. Usahatani Sayuran Organik Pakchoy dengan Sisitem Pemasaran *Offline*.

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	18.232,8	520,9	18.840,6	538,3	20.208,0	577,4
Harga Jual (Rp)	350.000	10.000	350.000	10.000	350.000	10.000
Total Pengeluaran (Rp)	35.870.167	1.024.862	35.870.167	1.024.862	35.870.167	1.024.862
Total Penerimaan (Rp)	182.328.000	5.209.371	188.405.600	5.383.017	202.080.200	5.773.720
Total Pendapatan (Rp)	146.457.833	4.184.510	152.535.433	4.358.155	166.210.033	4.748.858
R/C	5,08		5,25		5,63	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.2 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik pakchoy yang dipasarkan secara *offline* pada tahun 2019 berjumlah 520,9 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik pakchoy yang dipasarkan berjumlah 538,3 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 577,4 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik packchoy secara *offline* tahun 2019 sebesar Rp 5.209.371; tahun 2020 sebesar Rp 5.383.017; dan tahun 2021 sebesar Rp 5.773.720. Hasil pemasaran secara *offline* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 4.184.510; tahun 2020 sebesar Rp

4.358.155; dan tahun 2021 sebesar Rp 4.748.858. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 5,08; tahun 2020 R/C ratio sebesar 5,25; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 5,63. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 5,08 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 5,25 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 5,63 rupiah.

Tabel 2. Usahatani Sayuran Organik Pakchoy dengan Sisitem Pemasaran *Online*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	5.317,9	151,9	7.141,2	204,0	4.862,1	138,9
Harga Jual (Rp)	1.750.000	50.000	1.750.000	50.000	1.750.000	50.000
Total Pengeluaran (Rp)	38.561.833	1.101.767	38.820.167	1.109.148	38.603.500	1.102.957
Total Penerimaan (Rp)	265.895.000	7.597.000	357.059.000	10.201.686	243.104.000	6.945.829
Total Pendapatan (Rp)	227.333.167	6.495.233	318.238.833	9.092.538	204.500.500	5.842.871
R/C	6,90		9,20		6,30	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.3 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik pakchoy yang dipasarkan secara *online* pada tahun 2019 berjumlah 151,9 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik pakchoy yang dipasarkan berjumlah 204,0 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 138,9 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik packchoy secara *online* tahun 2019 sebesar Rp 7.597.000; tahun 2020 sebesar Rp 10.201.686; dan tahun 2021 sebesar Rp 6.945.829. Hasil pemasaran secara *online* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 6.495.233; tahun 2020 sebesar Rp 9.092.538; dan tahun 2021 sebesar Rp 5.842.871. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 6,90; tahun 2020 R/C ratio sebesar 9,20; dan tahun

2021 R/C ratio sebesar 6,30. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 6,90 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 9,20 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 6,30 rupiah.

Usahatani Sayuran Organik Andewi Hijau dengan Sisitem Pemasaran *Offline* dan *Online*

Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditi andewi hijau yang dipasarkan secara *offline* dan *online* disajikan pada Tabel 4.4 dan Tabel 4.5.

Tabel 3 Usahatani Sayuran Organik Andewi Hijau dengan Sisitem Pemasaran *Offline*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	13.957,0	398,8	13012,56	371,79	13957,02	398,77
Harga Jual (Rp)	350.000	10.000	350.000	10.000	350.000	10.000
Total Pengeluaran (Rp)	35.520.167	1.014.862	35.520.167	1.014.862	35.520.167	1.014.862
Total Penerimaan (Rp)	139.570.200	3.987.720	130.125.600	3.717.874	139.570.200	3.987.720
Total Pendapatan (Rp)	104.050.033	2.972.858	94.605.433	2.703.012	104.050.033	2.972.858
R/C	3,93		3,66		3,93	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.4 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik andewi hijau yang dipasarkan secara *offline* pada tahun 2019 berjumlah 398,8 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik

andewi hijau yang dipasarkan berjumlah 371,79 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 398,77 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik andewi hijau

secara *offline* tahun 2019 sebesar Rp 3.987.720; tahun 2020 sebesar Rp 3.717.874; dan tahun 2021 sebesar Rp 3.987.720. Hasil pemasaran secara *offline* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 2.972.858; tahun 2020 sebesar Rp 2.703.012; dan tahun 2021 sebesar Rp 2.972.858. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 3,93; tahun 2020 R/C ratio sebesar 3,66; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 3,93. Nilai R/C ratio yang

diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 3,93 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 3,66 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 3,93 rupiah.

Tabel 4. Usahatani Sayuran Organik Andewi Hijau dengan Sisitem Pemasaran *Online*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	3.672,9	104,9	4932,18	140,92	3358,08	95,95
Harga Jual (Rp)	1.400.000	40.000	1.400.000	40.000	1.400.000	40.000
Total Pengeluaran (Rp)	38.211.833	1.091.767	38.470.167	1.099.148	38.253.500	1.092.957
Total Penerimaan (Rp)	146.916.000	4.197.600	197.287.200	5.636.777	134.323.200	3.837.806
Total Pendapatan (Rp)	108.704.167	3.105.833	158.817.033	4.537.630	96.069.700	2.744.849
R/C	3,84		5,13		3,51	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.5 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik andewi hijau yang dipasarkan secara *online* pada tahun 2019 berjumlah 104,9 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik andewi hijau yang dipasarkan berjumlah 140,92 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 95,95 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik andewi hijau secara *online* tahun 2019 sebesar Rp 4.197.600; tahun 2020 sebesar Rp 5.636.777; dan tahun 2021 sebesar Rp 3.837.806. Hasil pemasaran secara *online* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 3.105.833; tahun 2020 sebesar Rp 4.537.630; dan tahun 2021 sebesar Rp 2.744.849. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 3,84; tahun 2020 R/C ratio sebesar 5,13; dan tahun

2021 R/C ratio sebesar 3,51. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 3,84 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 5,13 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 3,51 rupiah.

Usahatani Sayuran Organik Wortel dengan Sisitem Pemasaran *Offline* dan *Online*

Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditi wortel yang dipasarkan secara *offline* dan *online* disajikan pada Tabel 4.6 dan Tabel 4.7.

Tabel 5. Usahatani Sayuran Organik Wortel dengan Sisitem Pemasaran *Offline*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	18.984,0	542,4	19616,80	560,48	21040,60	601,16
Harga Jual (Rp)	245.000	7.000	245.000	7.000	245.000	7.000
Total Pengeluaran (Rp)	35.520.167	1.014.862	35.520.167	1.014.862	35.520.167	1.014.862
Total Penerimaan (Rp)	132.888.000	3.796.800	137.317.600	3.923.360	147.284.200	4.208.120
Total Pendapatan (Rp)	97.367.833	2.781.938	101.797.433	2.908.498	111.764.033	3.193.258
R/C	3,74		3,87		4,15	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.6 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik wortel yang dipasarkan secara *offline* pada tahun 2019 berjumlah 542,4 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik wortel yang dipasarkan berjumlah 560,48 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 601,16 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik wortel secara *offline* tahun 2019 sebesar Rp 3.796.800; tahun 2020 sebesar Rp 3.923.360; dan tahun 2021 sebesar Rp 4.208.120. Hasil pemasaran secara

offline petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 2.781.938; tahun 2020 sebesar Rp 2.908.498; dan tahun 2021 sebesar Rp 3.193.258. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 3,74; tahun 2020 R/C ratio sebesar 3,87; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 4,15. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 3,74 rupiah; tahun 2020 petani akan

memperoleh keuntungan sebesar 3,87 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 4,15 rupiah.

Tabel 6. Usahatani Sayuran Organik Wortel dengan Sisitem Pemasaran *Online*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	5.537,0	158,2	7435,40	212,44	5062,40	144,64
Harga Jual (Rp)	700.000	20.000	700.000	20.000	700.000	20.000
Total Pengeluaran (Rp)	38.211.833	1.091.767	38.470.167	1.099.148	38.253.500	1.092.957
Total Penerimaan (Rp)	110.740.000	3.164.000	148.708.000	4.248.800	101.248.000	2.892.800
Total Pendapatan (Rp)	72.528.167	2.072.233	110.237.833	3.149.652	62.994.500	1.799.843
R/C	2,90		3,87		2,65	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.7 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik wortel yang dipasarkan secara *online* pada tahun 2019 berjumlah 158,2 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik wortel yang dipasarkan berjumlah 212,44 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 144,64 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik wortel secara *online* tahun 2019 sebesar Rp 3.164.000; tahun 2020 sebesar Rp 4.248.800; dan tahun 2021 sebesar Rp 2.892.800. Hasil pemasaran secara *online* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 2.072.233; tahun 2020 sebesar Rp 3.149.652; dan tahun 2021 sebesar Rp 1.799.843. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 2,90; tahun 2020 R/C ratio sebesar 3,87; dan tahun

2021 R/C ratio sebesar 2,65. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 2,90 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 3,87 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 2,65 rupiah.

Usahatani Sayuran Organik Brokoli dengan Sisitem Pemasaran *Offline* dan *Online*

Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditi brokoli yang dipasarkan secara *offline* dan *online* disajikan pada Tabel 4.8 dan Tabel 4.9.

Tabel 7. Usahatani Sayuran Organik Brokoli dengan Sisitem Pemasaran *Offline*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	7.348,8	210,0	7593,76	216,96	8144,92	232,71
Harga Jual (Rp)	437.500	12.500	437.500	12.500	437.500	12.500
Total Pengeluaran (Rp)	35.695.167	1.019.862	35.695.167	1.019.862	35.695.167	1.019.862
Total Penerimaan (Rp)	91.860.000	2.624.571	94.922.000	2.712.057	101.811.500	2.908.900
Total Pendapatan (Rp)	56.164.833	1.604.710	59.226.833	1.692.195	66.116.333	1.889.038
R/C	2,57		2,66		2,85	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.8 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik brokoli yang dipasarkan secara *offline* pada tahun 2019 berjumlah 210,0 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik brokoli yang dipasarkan berjumlah 216,96 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 232,71 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik brokoli secara *offline* tahun 2019 sebesar Rp 2.624.571; tahun 2020 sebesar Rp 2.712.057; dan tahun 2021 sebesar Rp 2.908.900. Hasil pemasaran secara *offline* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 1.604.710; tahun 2020 sebesar Rp

1.692.195; dan tahun 2021 sebesar Rp 1.889.038. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 2,57; tahun 2020 R/C ratio sebesar 2,66; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 2,85. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 2,57 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 2,66 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 2,85 rupiah.

Tabel 8. Usahatani Sayuran Organik Brokoli dengan Sisitem Pemasaran *Online*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	2.143,4	61,2	2878,28	82,24	1959,68	55,99
Harga Jual (Rp)	1.050.000	30.000	1.050.000	30.000	1.050.000	30.000
Total Pengeluaran (Rp)	38.386.833	1.096.767	38.645.167	1.104.148	38.428.500	1.097.957
Total Penerimaan (Rp)	64.302.000	1.837.200	86.348.400	2.467.097	58.790.400	1.679.726
Total Pendapatan (Rp)	25.915.167	740.433	47.703.233	1.362.950	20.361.900	581.769
R/C	1,68		2,23		1,53	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.9 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik brokoli yang dipasarkan secara *online* pada tahun 2019 berjumlah 61,2 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik brokoli yang dipasarkan berjumlah 82,24 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 55,99 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik brokoli secara *online* tahun 2019 sebesar Rp 1.837.200; tahun 2020 sebesar Rp 2.467.097; dan tahun 2021 sebesar Rp 1.697.726. Hasil pemasaran secara *online* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 740.433; tahun 2020 sebesar Rp 1.362.950; dan tahun 2021 sebesar Rp 581.769. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 1,68; tahun 2020 R/C ratio sebesar 2,23; dan tahun

2021 R/C ratio sebesar 1,53. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 1,68 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 2,23 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 1,53 rupiah.

Usahatani Sayuran Organik *Romaine Lettuce* dengan Sisitem Pemasaran *Offline* dan *Online*

Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditi *romaine lettuce* yang dipasarkan secara *offline* dan *online* disajikan pada Tabel 4.10 dan Tabel 4.11.

Tabel 9. Usahatani Sayuran Organik *Romaine Lettuce* dengan Sisitem Pemasaran *Offline*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	12.508,8	357,4	12.925,76	369,31	13.863,92	396,11
Harga Jual (Rp)	422.500	12.071	422.500	12.071	422.500	12.071
Total Pengeluaran (Rp)	35.870.167	1.024.862	35.870.167	1.024.862	35.870.167	1.024.862
Total Penerimaan (Rp)	150.982.800	4.313.794	156.015.560	4.457.587	167.339.270	4.781.122
Total Pendapatan (Rp)	115.112.633	3.288.932	120.145.393	3.432.726	131.469.103	3.756.260
R/C	4,21		4,35		4,67	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.10 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik *romaine lettuce* yang dipasarkan secara *offline* pada tahun 2019 berjumlah 357,4 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik *romaine lettuce* yang dipasarkan berjumlah 369,31 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 396,11 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik *romaine lettuce* secara *offline* tahun 2019 sebesar Rp 4.313.794; tahun 2020 sebesar Rp 4.457.587; dan tahun 2021 sebesar Rp 4.781.122. Hasil pemasaran secara *offline* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp

3.288.932; tahun 2020 sebesar Rp 3.432.726; dan tahun 2021 sebesar Rp 3.756.260. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 4,21; tahun 2020 R/C ratio sebesar 4,35; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 4,67. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 4,21 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 4,35 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 4,67 rupiah.

Tabel 10. Usahatani Sayuran Organik *Romaine Lettuce* dengan Sisitem Pemasaran *Online*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	3.648,4	104,2	4.899,28	139,98	3.335,68	95,31
Harga Jual (Rp)	1.050.000	50.000	1.750.000	50.000	1.750.000	50.000
Total Pengeluaran (Rp)	38.561.833	1.101.767	38.820.167	1.109.148	38.603.500	1.102.957
Total Penerimaan (Rp)	182.420.000	5.212.000	244.964.000	6.998.971	166.784.000	4.765.257
Total Pendapatan (Rp)	143.858.167	4.110.233	206.143.833	5.889.824	128.180.500	3.662.300
R/C	4,73		6,31		4,32	

Tabel 4.11 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik *romaine lettuce* yang dipasarkan secara *online* pada tahun 2019 berjumlah 104,2 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik *romaine lettuce* yang dipasarkan berjumlah 139,98 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 95,31 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik *romaine lettuce* secara *online* tahun 2019 sebesar Rp 5.212.00; tahun 2020 sebesar Rp 6.998.971; dan tahun 2021 sebesar Rp 4.765.257. Hasil pemasaran secara *online* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 4.110.233; tahun 2020 sebesar Rp 5.889.824; dan tahun 2021 sebesar Rp 3.662.300. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 4,73;

tahun 2020 R/C ratio sebesar 6,31; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 4,32. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 4,73 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 6,31 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 4,32 rupiah.

Usahatani Sayuran Organik *Caisim* dengan Sistem Pemasaran *Offline* dan *Online*

Hasil perhitungan penerimaan, pendapatan dan R/C usahatani sayuran organik komoditi *caisim* yang dipasarkan secara *offline* dan *online* disajikan pada Tabel 4.12 dan Tabel 4.13.

Tabel 11. Usahatani Sayuran Organik *Caisim* dengan Sistem Pemasaran *Offline*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	17.580,0	502,3	18.166,00	519,03	19.484,50	556,70
Harga Jual (Rp)	350.000	10.000	350.000	10.000	350.000	10.000
Total Pengeluaran (Rp)	35.520.167	1.014.862	35.520.167	1.014.862	35.520.167	1.014.862
Total Penerimaan (Rp)	175.800.000	5.022.857	181.660.000	5.190.286	194.845.000	5.567.000
Total Pendapatan (Rp)	140.279.833	4.007.995	146.139.833	4.175.424	159.324.833	4.552.138
R/C	4,95		5,11		5,49	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.12 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik *caisim* yang dipasarkan secara *offline* pada tahun 2019 berjumlah 502,3 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik *caisim* yang dipasarkan berjumlah 519,03 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 556,70 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari hasil pemasaran sayuran organik *caisim* secara *offline* tahun 2019 sebesar Rp 5.022.857; tahun 2020 sebesar Rp 5.190.286; dan tahun 2021 sebesar Rp 5.567.000. Hasil pemasaran secara *offline* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 4.007.995; tahun 2020 sebesar Rp

4.175.424; dan tahun 2021 sebesar Rp 4.552.138. Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 4,95; tahun 2020 R/C ratio sebesar 5,11; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 5,49. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 4,95 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 5,11 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 5,49 rupiah.

Tabel 12. Usahatani Sayuran Organik *Caisim* dengan Sistem Pemasaran *Online*

Uraian	2019		2020		2021	
	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata	Total	Rata-Rata
Pemasaran (kg)	5.127,5	146,5	6885,50	196,73	4688,00	133,94
Harga Jual (Rp)	700.000	20.000	700.000	20.000	700.000	20.000
Total Pengeluaran (Rp)	38.211.833	1.091.767	38.470.167	1.099.148	38.253.500	1.092.957
Total Penerimaan (Rp)	102.550.000	2.930.000	137.710.000	3.934.571	93.760.000	2.678.857
Total Pendapatan (Rp)	64.338.167	1.838.233	99.239.833	2.835.424	55.506.500	1.585.900
R/C	2,68		3,58		2,45	

Sumber: Data Primer (2021)

Tabel 4.13 diketahui bahwa rata-rata sayuran organik *caisim* yang dipasarkan secara *online* pada tahun 2019 berjumlah 146,5 kg per petani; pada tahun 2020 sayuran organik *caisim* yang dipasarkan berjumlah 196,73 kg per petani; dan tahun 2021 berjumlah 133,94 kg per petani. Rata-rata petani mendapatkan penerimaan dari

hasil pemasaran sayuran organik *caisim* secara *online* tahun 2019 sebesar Rp 2.930.000; tahun 2020 sebesar Rp 3.934.571; dan tahun 2021 sebesar Rp 2.678.900. Hasil pemasaran secara *online* petani mendapatkan keuntungan pada tahun 2019 sebesar Rp 1.838.233; tahun 2020 sebesar Rp 2.835.424; dan tahun 2021 sebesar Rp 1.585.900.

Hasil perhitungan R/C ratio tahun 2019 sebesar 2,68; tahun 2020 R/C ratio sebesar 3,58; dan tahun 2021 R/C ratio sebesar 2,45. Nilai R/C ratio yang diperoleh selama tiga tahun tersebut lebih besar dari satu (>1). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa setiap 1 rupiah yang dikeluarkan oleh petani akan memperoleh keuntungan/pendapatan pada tahun 2019 sebesar 2,68 rupiah; tahun 2020 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 3,58 rupiah dan tahun 2021 petani akan memperoleh keuntungan sebesar 2,45 rupiah.

Hasil perhitungan kelayakan usahatani sayuran organik pada enam komoditas di kelompok tani Sri Anom Mulyo 04 Glonggong yang dipasarkan dengan sistem pemasaran *offline* dan *online* menunjukkan nilai R/C ratio > 1. Hal ini mengindikasikan bahwa keenam komoditas yang dibudidayakan oleh petani layak untuk diusahakan. Keberlanjutan usahatani ini dikarenakan keenam komoditas yang dibudidayakan oleh petani memiliki nilai pasar yang menjanjikan sehingga mampu mendatangkan keuntungan bagi petani. Keberlanjutan usahatani sayuran organik ini juga disebabkan karena biaya-biaya yang dikeluarkan

oleh petani dalam usahatani. Menurut Sudrajat (2020) peranan biaya input seperti lahan, modal, teknologi, tenaga kerja, bibit, obat-obatan dan sarana prasarana pertanian merupakan faktor utama keberhasilan usahatani. Penggunaan biaya yang efisien dan tepat yang dilakukan oleh petani sayuran organik Sri Anom Mulyo 04 Glonggong sangat mempengaruhi penerimaan dan pendapatan usahatani sayuran organik.

Perbandingan Kinerja Usaha Sistem Pemasaran Online dan Offline

Perbandingan kinerja usaha dengan sistem pemasaran *online* dan *offline* pada kelompok tani Sri Anom Mulyo 4 selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2019, tahun 2020, dan tahun 2021. Data yang digunakan dalam membandingkan kinerja usaha dengan sistem pemasaran *online* dan *offline* adalah data keuntungan pada masing-masing pemasaran. Mengetahui perbedaan dari sistem pemasaran *online* dan *offline* pada komoditas yang sama, sehingga pengujian data dengan metode uji paired sample t test (uji perbandingan sampel berpasangan).

Tabel 4.8 Uji Perbandingan Kinerja Usaha Sistem Pemasaran *Online* dan *Offline* Sayuran Organik Tahun 2019

Komoditas	T Hitung	T Tabel	Sig	α
Pakchoy	37,182	2,032	0,000	0,05
Andewi Hijau	25,016	2,032	0,000	0,05
Wortel	-40,081	2,032	0,000	0,05
Brokoli	-33,524	2,032	0,000	0,05
Romaine lettuce	28,756	2,032	0,000	0,05
Caisim	-41,402	2,032	0,000	0,05

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 4.8 diketahui bahwa hasil uji perbandingan kinerja usaha sistem pemasaran *online* dan *offline* tahun 2019 pada enam komoditas sayur mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa ada

perbedaan kinerja usahatani pada sistem pemasaran *online* dan pemasaran *offline*. Hasil ini dimaknai bahwa adanya peningkatan keuntungan pada komoditas sayur organik melalui pemasaran *online*.

Tabel 4.9 Uji Perbandingan Kinerja Usaha Sistem Pemasaran *Online* dan *Offline* Sayuran Organik Tahun 2020

Komoditas	T Hitung	T Tabel	Sig	α
Pakchoy	37,689	2,032	0,000	0,05
Andewi Hijau	36,748	2,032	0,000	0,05
Wortel	26,558	2,032	0,000	0,05
Brokoli	-42,133	2,032	0,000	0,05
Romaine lettuce	33,274	2,032	0,000	0,05
Caisim	-41,465	2,032	0,000	0,05

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 4.9 diketahui bahwa hasil uji perbandingan kinerja usaha sistem pemasaran *online* dan *offline* tahun 2020 pada enam komoditas sayur mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa ada

perbedaan kinerja usahatani pada sistem pemasaran *online* dan pemasaran *offline*. Hasil ini dimaknai bahwa adanya peningkatan keuntungan pada komoditas sayur organik melalui pemasaran *online*.

Tabel 4.10 Uji Perbandingan Kinerja Usaha Sistem Pemasaran *Online* dan *Offline* Sayuran Organik Tahun 2021

Komoditas	T Hitung	T Tabel	Sig	α
Pakchoy	35,460	2,032	0,000	0,05
Andewi Hijau	-51,913	2,032	0,000	0,05
Wortel	-38,247	2,032	0,000	0,05
Brokoli	-32,949	2,032	0,000	0,05
Romaine lettuce	-7,570	2,032	0,000	0,05
Caisim	-41,172	2,032	0,000	0,05

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 4.10 diketahui bahwa hasil uji perbandingan kinerja usaha sistem pemasaran *online* dan *offline* tahun 2021 pada enam komoditas sayur mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai ini menunjukkan bahwa ada perbedaan kinerja usahatani pada sistem pemasaran *online* dan pemasaran *offline*. Hasil ini dimaknai bahwa adanya peningkatan keuntungan pada komoditas sayur organik melalui pemasaran *online*.

Dampak Pemasaran Online Terhadap Kinerja Usaha pada Komoditas Sayuran Organik

Kinerja usahatani sayuran organik yang dipasarkan secara online oleh kelompok tani Sri Anom Mulyo 04 Glonggong Kelurahan Temas Kota Batu memiliki prospek bisnis online yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan kinerja usaha yang diperoleh selama tiga tahun terakhir (2019, 2020, dan 2021) memiliki keuntungan. Hal ini menjadi peluang terutama bagi petani sayuran organik yang tidak lagi dihadapkan pada pedagang-pedagang yang menawarkan produk sayuran organik sesuai dengan harga sayuran konvensional yang beredar di pasar. Pemasaran sayuran organik secara online memberikan dampak terhadap petani terutama dalam hal penentuan harga. Petani sebagai produsen memiliki hak untuk menentukan harga sayuran organik. Harga sayuran organik yang ditentukan oleh petani merupakan harga yang wajar karena fokus pendekatan utama adalah konsumen. Oleh karena itu, konsumen yang menjadi target 47 dalam pemasaran sayuran organik adalah konsumen dengan tingkat ekonomi kelas menengah ke atas. Tingginya nilai kinerja pada pemasaran sayuran organik secara online pada kelompok tani Sri Anom Mulyo 04 Glonggong disebabkan juga pada penghematan biaya seperti biaya pengadaan tempat jualan dan perekrutan tenaga kerja. Dampaknya adalah informasi dalam hal pembelian / pesanan, kritik, saran dan lain sebagainya cepat tersampaikan kepada kelompok tani Sri Anom Mulyo 04 Glonggong. Melalui pemasaran online kelompok tani akan mudah mengetahui kebutuhan sayuran organik yang diinginkan oleh konsumen. Mengetahui kebutuhan konsumen akan jenis sayuran organik akan memberikan dampak

terhadap ketersediaan sayuran organik. Ketersediaan sayuran organik yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen akan memberikan manfaat bagi petani. Manfaat yang didapatkan adalah kuantitas sayuran organik yang ditanam akan habis terjual secara online sehingga dapat meningkatkan keuntungan

4. KESIMPULAN

Hasil uji enam (6) komoditas sayuran organik yang dibudidayakan oleh petani pada kelompok tani Sri Anom Mulyo 04 Glonggong dengan metode uji *t paired sample t-test* menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan kinerja usaha dengan sistem pemasaran *online* dan *offline* pada tahun 2019, 2020, dan tahun 2021. Komoditas pakchoy, andewi hijau, wortel, brokoli, romaine lettuce dan caisim menunjukkan adanya perbedaan kinerja usaha dengan sistem pemasaran *online* dan *offline* dari tahun 2019 hingga tahun 2021 dengan nilai sig pada setiap komoditas kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Komoditas yang dipasarkan secara *online* memberikan dampak terhadap kinerja, hal ini terlihat pada kuantitas komoditas yang dipasarkan sedikit akan tetapi dapat mengimbangi kinerja usaha yang dipasarkan secara *offline*.

5. REFERENSI

- Apriyani, D., Nurmawati, R., & Burhanuddin, B. (2018). Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Sayuran Organik Dengan Pendekatan Supply Chain Operation Reference (Scor). *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 312. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.008>
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(1\).3694](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3694)
- Irawati, E., & Yantu, M. R. (2015). Kinerja kelompok Tani Dalam Menunjang Pendapatan Usaha Tani Padi Sawah Di Desa Sidera Kecamatan

Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Agrotekbis*, 2(3), 206–211.

Segarwati, Y., Fitrananda, C. A., Iqbal, M., & Rahiem, V. A. (2020). Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 45–53. <https://doi.org/10.30656/ka.v2i2.2066>

Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada

Hijab (STUDI Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(1\).3694](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3694)

Widyarini, I., Putri, D. D., & Karim, A. R. (2013). Peran Wanita Tani Dalam Pengembangan Usahatani Sayuran Organik Dan Peningkatan Pendapatan Keluarga Di Desa Melung Kecamatan Kedungbanteng. *Jurnal Pembangunan Pedesaan*, 13(2), 1–7.