KONTRIBUSI PEMASARAN ONLINE TERHADAP PENDAPATAN USAHA HIDROPONIK DI KOTA KENDARI

Nada Ruddin ^{1*}
Muhammad Aswar Limi ²
Munirwan Zani ³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo

*e-mail : nadaruddin927@gmail.com¹ , Muhammad.limi@uho.ac.id² , Munirwanzani@yahoo.co.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media pemasaran online (2) menganalisis pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media pemasaran offline. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode non probability sampling yaitu dengan menjadikan pemilik usaha sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media pemasaran online adalah sebesar Rp48.755.500,- sedangkan pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media pemasaran offline adalah sebesar Rp32.930.000 dengan selisih diantara keduanya adalah sebesar Rp15.825.500. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media pemasaran online lebih besar jika dibandingkan dengan pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media pemasaran offline. Sedangkan kontribusi pemasaran online pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari adalah sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi media pemasaran online terhadap pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kecamatan Baruga Kota Kendari tergolong besar.

Kata kunci: Kontribusi Pemasaran Online, Pendapatan pemasaran online dan offline , Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari

Abstract

This research aims to (1) analyze the income of the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business using online marketing media (2) analyze the income of the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business using offline marketing media. The sample determination in this research was carried out using a non-probability sampling method, namely by making business owners the respondents. The results of the research show that the income from the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business using online marketing media is IDR 48,755,500,- while the income from the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business using offline marketing media is IDR 32,930,000 with the difference between the two being IDR 15,825,500. This shows that the income from the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business using online marketing media is greater than the income from the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business using offline marketing media. Meanwhile, the contribution of online marketing to the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business is 60%. This shows that the contribution of online marketing media to the income of the Tunas Baru Hydroponics Kendari farming business in Baruga District, Kendari City is relatively large.

Keywords: Online Marketing Contribution, Online and offline marketing income, Kendari Hydroponic Tunas Baru Farming Business

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki beberapa subsektor pertanian potensial. Salah satu subsektor pertanian yang potensial yaitu hortikultura. Komoditas hortikultura saat ini sudah banyak dikembangkan di Indonesia baik secara konvensional maupun modern salah satunya adalah sayuran (Resdiana *at all*, 2022). Sayuran banyak dijumpai pada berbagai segmentasi pasar baik tradisional maupun modern seperti supermarket. Supermarket melahirkan pasar yang luas dan dinilai cukup baik prospeknya bagi komoditi sayuran. Seiring berjalannya waktu berkembanglah usaha sayuran dengan teknologi canggih bersistem agribisnis seperti budidaya hidroponik (Zukarnain, 2014).

Perkembangan teknologi yang begitu cepat membuat manusia dengan cepat mendapatkan informasi, adanya akses internet semua yang dibutuhkan manusia dapat didapatkan dengan mudah. Kecepatan akses internet dapat merubah pola hidup manusia yang awalnya melakukan kegiatan secara *offline* namun sekarang melalui online. Era teknologi tidak mungkin untuk dihindari karena manusia dipaksa untuk terus berkembang dan mengikuti teknologi dan ditambah dengan adanya covid-19 manusia harus berhadaptasi dengan beberapa keadaan. Dampak adanya virus corona memaksa semua masyarakat melakukan kegiatan dari rumah. Pemakaian akses internet menjadi kebutuhan semua orang merubah pola hidup yang berubah menjadi serba *online* keadaan seperti ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memulai bisnisnya secara digital sebagai bentuk memperbaiki perekonomiannya memaksa semua yang ada di zaman sekarang harus melek akan perkembangan teknologi informasi (Supandi dan Johan, 2022).

Menurut Solihin *at all*, (2020), Pemasaran *online* adalah pemasaran meliputi aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pengiklanan, promosi serta penentuan harga. Internet marketing atau *e-marketing* atau online marketing adalah segala sesuatu usaha melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet atau jaringan "www". Sedangkan pemasaran offline adalah kunjungan penjualan lapangan. Saat ini sebagian besar perusahaan industry sangat tergantung pada tenaga penjualan profesional untuk menemukan tempat calon pelanggan. Dalam biaya penjualan online tergolong mahal. Dikarenakan penjual harus memperbanyak iklan, begitu juga dengan tenaga atau karyawan. Selain itu penjualan offline harus mempunyai ruko, dimana ruko yang dimiliki harus strategis yang mudah diketahui atau diakses oleh calon pembeli (Khasanah dan Zainistika, 2021).

Tunas baru hidroponik Kendari terletak di kota kendari, Sulawesi tenggara tepatnya di Watubangga, Kecamatan Baruga, Sulawesi Tenggara. Tunas Baru Hidroponik Kendari merupakan salah satu usaha milik Bapak Ambo Intang yang saat ini bergerak di komoditas sayuran dengan konsep budidaya secara hidroponik. Pengembangan usaha ini dilakukan secara mandiri oleh bapak Ambo Intang yang dikelola sejak tahun 2017. Dampak covid-19 dan juga perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat usahatani menyadari bahwa pemasaran secara online lebih dapat terjangkau dibandingkan dengan pemasaran offline yang membutuhkan biaya yang lebih mahal. Sehingga membuat usahatani Tunas baru hidroponik Kendari melakukan inovasi terhadap strategi pamasarannya yaitu dengan memanfaatkan media online sebagai pamasarannya seperti *market place*, facebook dan media online lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Seberapa Besar Pendapatan Pemasaran Online Dan Berapa Besar Pendapatan Pemasaran Offline dan Untuk Mengetahui Kontribusi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kecamatan Baruga Kota Kendari

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Baruga, Kota Kendari. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari merupakan salah satu usaha hidroponik yang memanfaatkan pemasaran *online* dan *offline* dalam memasarkan produk hidroponiknya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai bulan September 2023. Subyek penelitian ini adalah pemilik usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kecamatan Baruga Kota Kendari yang secara aktif melakukan pengelolaan hidroponik Penentuan jumlah sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan teknik *sampling* jenuh. Menurut Sugiyono (2013), teknik *sampling* jenuh adalah tehnik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. . Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif

kuantitatif. Untuk mengukur besarnya kontribusi media pemasaran online terhadap pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari menggunakan rumus berikut:

$$\text{Kontribusi pemasaran online} = \frac{\text{pemasaran online} \times 100\%}{\text{total pendapatan usahatani}}$$

Menentukan besar atau kecilnya kontribusi pemasaran online terhadap total pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari diukur dengan:

- Jika kontribusi pemasaran online $\leq 50\%$ dari total pendapatan usahatani maka kontribusi pemasaran online kecil
- Jika kontribusi pemasaran online $\geq 50\%$ dari total pendapatan usahatani maka kontribusi pemasaran online besar (Marissa, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari

Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari merupakan usaha yang bergerak dibidang pertanian dengan cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media pertanamannya. Usaha ini dimulai sekitar 6 tahun lalu yaitu pada tahun 2017 oleh Bapak Ambo Intang yang bertempat tinggal di Kelurahan Watubangga Kecamatan Baruga Kota Kendari tepatnya di Kompleks Perumahan Teporombua. Latar belakang berdirinya usaha ini berawal dari bapak ambo Intang yang senang bercocok tanam memanfaatkan pekarangan rumah sebagai pekerjaan sampingan. Setelah menonton youtube mengenai hidroponik bapak ambo intang mulai tertarik dan mulai mencoba mengaplikasikan di pakarangan rumahnya. Berawal dari hobi hingga menjadi pekerjaan menetap, bapak Ambo Intang kini lebih vocus pada usaha hidroponiknya yang kini diberi nama "Tunas Baru Hidroponik Kendari". Usahatani ini menerapkan strategi pemasaran *online* dan *offline* dalam penjualannya.

Bapak Ambo Intang membudidayakan berbagai Jenis tanaman hidroponik seperti: kailan, pakcoy, selada, samhong, dakota, dan ada juga yang dikelola secara konvensional seperti okra, asparagus, buncis, ketumbar, daun mint dan kucay. Dari sekian banyak jenis hidroponik yang dibudidayakan terdapat tiga jenis hidroponik yang permintaanya cukup banyak yaitu salada, pakcoy dan samhong. sehingga bapak ambo intang selaku pemilik usaha menyediakan tempat khusus untuk penanaman bibit untuk menghindari kosongnya media tanam agar setelah dilakukan pemanenan maka bibit yang telah ditanam dapat dipindahkan ke media tanam yang kosong. Usaha tunas baru hidroponik kendari memiliki 5 karyawan. Masing-masing karyawan memiliki tugas yang berbeda-beda dan ditentukan oleh ketua atau pemilik usaha.

Karakteristik Responden Usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari

Karakteristik responden merupakan gambaran secara umum tentang keadaan dan latar belakang responden yang berkaitan dan berpengaruh terhadap kegiatannya dalam menjalankan usaha. Responden dalam penelitian adalah pengusaha Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kelurahan Watubangga Kecamatan Baruga Kota Kendari yang berstatus pemilik usaha dan aktif berproduksi. Karakteristik dari responden usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari meliputi umur responden, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan luas lahan. Karakteristik responden usahatani Tunas Baru Hidroponik kendari dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel. 1 Karakteristik Responden Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari Di Kota Kendari

No	Nama	Umur/tahun	Tingkat Pendidikan	Jumlah tanggungan (jiwa)
1	Ambo Intang	40	S1	6

Sumber: *Data Diolah, 2023*

Umur Responden

Berdasarkan Tabel 4.1, Usia pemilik usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari berusia 40 tahun. yang artinya usaha ini dikelola oleh pengusaha yang tergolong dalam usia produktif hal ini sejalan dengan departemen kesehatan RI (2003), yang menyatakan bahwa usia produktif adalah 15-54 tahun. Dengan bertambahnya umur maka kemampuan fisik atau mental akan menurun secara perlahan-lahan. Pada usia lanjut jaringan otot akan mengerut dan digantikan oleh jaringan ikat. Dalam hal ini otot menyebabkan daya elastisitas otot berkurang disertai kemampuan dalam bekerja.

Tingkat Pendidikan

Berdasarkan Tabel 1, mnunjukkan bahwa bapak Ambo Intang selaku pemilik usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari merupakan lulusan (S1) sarjana hukum di universitas muhammadiyah kendari. Hal ini dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan yang ditamatkan oleh pemilik usaha tergolong tinggi karena, Pendidikan yang tinggi dapat meningkatkan produktivitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Istinganah dan Widiyanto (2020), yang mengatakan bahwa tingkat pendidikan yang terbatas menjadi sebuah alasan ketidakmampuan mereka untuk memajukan usaha maupun meningkatkan produktivitas. Hal ini disebabkan kurangnya keterampilan, pengalaman dan pengetahuan pemilik usaha itu sendiri.

Jumlah Tanggungan

Berdasarkan Tabel 1, Menunjukkan bahwa bapak Ambo Intang memiliki anggota keluarga sebanyak 6 orang yang artinya masuk dalam jumlah tanggungan kategori sedang. Untuk memenuhi kebutuhan keluarga pak ambo intang bergantung penuh pada hasil hidroponik yang dikelolanya. Diketahui bapak Ambo Intang merupakan seorang lulusan (S1) sarjana hukum dan pernah bekerja sebagai seorang pengacara, namun seiring berjalanya waktu bapak Ambo Intang lebih memilih menjadi seorang pengusaha hidroponik.

Luas Lahan

Menurut Mandang *at all*, (2020), Luas lahan merupakan sarana produksi bagi usaha tani, termasuk salah-satu factor produksi dan pabrik hasil pertanian. Lahan adalah sumber daya lahan fisik yang mempunyai peranan sangat penting bagi petani. Bapak Ambo Intang selaku pemilik usaha tunas Baru hidroponik kendari memiliki 2 bidang tanah milik sendiri dengan ukuran 30 x 20 dan 12 x 32 dan 1 bidang tanah yang dibeli dengan ukuran 12 x 30 dengan harga 140 juta. Semua lahan yang dimiliki digunakan untuk membudidayakan hidroponik.

Pendapatan Pemasaran Online dan Offline Pada Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari Arus Pengeluaran

Komponen biaya yang dikeluarkan dalam usaha mencakup biaya investasi, biaya reinvestasi dan biaya operasional yang meliputi biaya tetap dan biaya variable.

Biaya Investasi

Biaya investasi (investment cost) merupakan biaya yang ditanamkan dalam rangka menyiapkan kebutuhan usaha untuk siap beroperasi dengan baik, berupa penyimpanan dan pembangunan sarana dan prasarana dan fasilitas usaha termasuk pengembangan dan peningkatan sumberdaya manusianya keseluruhan biaya yang digunakan pada awal usaha (Wardana dan Soeroto 2021). Sedangkan reinvestasi adalah mengganti aset investasi yang umurnya telah habis. Besarnya biaya awal usaha tunas baru hidroponik kendari adalah sebesar Rp10.000.000. dari biaya yang dikeluarkan bapak ambo intang mendapatkan beberapa perlengkapan usaha seperti pipa, plastic, besi, mesin. Biaya investasi usaha tunas baru hidroponik kendari dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Biaya investasi usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kota Kendari

No	Uraian biaya	Jumlah	Satuan	Harga per Satuan (Rp)	Nilai investasi (Rp)
1.	Besi Hollow Galvanis	408	Batang	47.600	19.420.800

2.	Mesin Las Lakoni	1	Unit	1.300.000	1.300.000
3.	Bor Listrik	1	Unit	144.000	144.000
4.	Gurinda	1	Unit	150.000	150.000
5.	Siku	1	Unit	50.000	50.000
6.	Meteran Rool	1	Unit	70.000	70.000
7.	Pipa 3 Inch	204	Batang	80.000	16.320.000
8.	Pipa 1 Inch	48	Batang	45.000	2.160.000
9.	Penutup Pipa	105	Unit	25.000	2.625.000
10.	Penyambung Pipa	48	Unit	15.000	720.000
11.	Kran Air	24	Unit	12.000	288.000
12.	Pompa Air	3	Unit	350.000	1.050.000
13.	Plastic UV	2	Roll	120.000	240.000
14.	Drum Air	24	Unit	180.000	4.320.000
15.	Baskom	3	Unit	30.000	90.000
16.	Netpot	9	Unit	87.000	783.000
17.	Mesin Press	1	Unit	90.000	90.000
18.	Timbangan Duduk	1	Unit	65.000	65.000
Total Investasi					49.885.800

Sumber: Data Olahan 2023

Biaya investasi yang dikeluarkan pada awal usaha mengalami penyusutan disetiap tahunnya dengan umur yang berbeda pada setiap aset investasi. Penyusutan aset-aset investasi dipengaruhi oleh seberapa lama aset tersebut masih layak untuk digunakan. Pada usaha tunas baru hidroponik kendari alat yang digunakan yaitu pipa bertahan hingga umur 10 tahun, besi dengan umur 15 tahun, mesin hanya bertahan hingga 2 tahun sementara plastik masih layak digunakan hingga pemakaian 10 tahun.

Biaya Tetap

Menurut Sherly *et al*, (2021), Biaya tetap adalah pengeluaran bisnis yang tidak bergantung pada tingkat barang atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis terhadap pengeluaran ini berkaitan dengan waktu, seperti gaji atau beban sewa yang dibayar setiap bulan, dan sering disebut sebagai pengeluaran tambahan. Adapun komponen biaya tetap pada usaha tunas baru hidroponik kendari seperti tenaga kerja, listrik dan biaya tambahan (buku dan pulpen). Biaya tetap usaha tunas baru hidroponik kendari dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3 Biaya Tetap Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kota Kendari

No	Uraian Biaya	Total Biaya Perbulan
1.	Tenaga Kerja	7.500.000
2.	Listrik	3.000.000
3.	Biaya ATK:	
	a. Buku	2.000
	b. Pulpen	3.000
4	Penyusutan	14.404.880
Total Biaya		24.909.880

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4, menunjukkan bahwa biaya tetap usaha tunas baru hidroponik kendari dengan system pemasaran offline memiliki 4 komponen biaya, yang meliputi: biaya tenaga kerja, pulsa data, biaya bahan bakar (bensin), biaya listrik dan biaya ATK (buku dan pulpen). Sedangkan pada system pemasaran offline memiliki tiga komponen biaya yang meliputi: biaya tenaga kerja, biaya listrik, dan biaya ATK (buku dan pulpen).

Biaya investasi yang dikeluarkan pada awal usaha mengalami penyusutan disetiap tahunnya dengan umur yang berbeda pada setiap aset investasi. Penyusutan aset-aset investasi dipengaruhi oleh seberapa lama aset tersebut masih layak untuk digunakan. Tugas dari tenaga kerja dalam usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari ini adalah mulai dari penanaman bibit hingga proses pengemasan saat ada pemesanan

Tanaman hidroponik memerlukan satu daya sebagai sumber listrik dalam menyalurkan air pada tanaman, sama halnya dengan pada usaha Tunas Baru Hidroponik kendari yang menggunakan listrik untuk sumber pengganti cahaya matahari serta untuk menyalurkan air pada tanaman. Penggunaan listrik ini dilakukan secara terus menerus tanpa mengenal waktu. Berdasarkan hasil penelitian jumlah biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan listrik setiap bulan adalah sebesar Rp3.000.000,-.

Pengadaan Alat Tulis Kantor (ATK) yakni buku dan pulpen digunakan untuk mencatat pembukuan tentang pengeluaran dan pemasukan yang dilakukan pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari. Berdasarkan hasil penelitian jumlah biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan Alat Tulis Kantor (ATK) pada system pemasaran online dan offline yakni buku dan pulpen setiap bulan adalah sebesar Rp5.000,-.

Biaya Variabel

Menurut Assegaf, (2019), Biaya variable (*variabel cost*) adalah biaya yang berubah secara proposional dengan aktivitas bisnis. Biaya variable adalah jumlah biaya marjinal terhadap semua unit yang di produksi. Komponen biaya variabel pada usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari meliputi: biaya sarana produksi (bibit/benih, nutrisi) dan rockwool. Biaya variabel usaha Tunas Baru hidroponik Kendari dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4 Biaya Variabel Usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kota Kendari

N o	Komponen Biaya	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Per	Nilai (Rp)
1.	Benih :					
	a. Kailan	8	Bungk	45.000		360.000
	b. Pakcoy	8	us	35.000		280.000
	c. Selada	8	Bungk	45.000		360.000
	d. Samhong	8	us	40.000		320.000
	e. Dakota	8	Bungk	50.000		400.000
	f. Daun Mint	8	us	10.000		80.000
	g. Kucay	8	Bungk	120.00		960.000
			us	0		
			Bungk			
			us			
			Bungk			
			us			
			Bungk			
			us			
2.	Pupuk Nutrisi	90	Bungk	140.00		4.200.0
			us	0		00
3.	Roockwool	26	Ball	780.00		780.000
				0		
	Total					7.740.0
						00

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4, menunjukkan bahwa biaya variabel dalam usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari terdapat 3 komponen yaitu: bibit (kailan,pakcoy, selada, samhong, Dakota, daun

mint dan kucay) yang memiliki harga yang berbeda-beda pada setiap bungkusnya, pupuk atau nutrisi dan roockwool.

Menurut sudjindro (2009), Benih adalah cikal bakal dari suatu kehidupan tanaman. Karena benih merupakan penentu atau kunci keberhasilan suatu usaha pertanian. Dalam usaha Tunas Baru hidroponik kendari pemakaian bnh bias mencapai 6-8 bungkus per bulan. Penanaman benih tidak menentu, hal ini dikarenakan bapak ambo Inang selaku pemilik usaha lebih memprioritaskan sayuran yang memiliki banyak permintaan.

Nutrisi hidroponik adalah zat-zat yang dibutuhkan oleh tanaman hidroponik agar dapat tumbuh dengan baik. Tujuan pemberian nutrisi Hidroponik adalah menambahkan unsur hara yang dibutuhkan tumbuhan pada media tanamnya. Menurut Wahyuningsih *at all* (2016), penambahan nutrisi mutlak dibutuhkan untuk budidaya tanaman system hidroponik, baik unsur hara esensial makro maupun mikro. Pada usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari pemilik usaha memberikan nutrisi pada tanaman hidroponik setiap hari dan bisa menghabiskan 3 bungkus nutrisi per hari, sehingga jika dijumlahkan keseluruhan pemakaian nutrisi 90 bungkus/bulan. Jumlah biaya yang dikeluarkan untuk nutrisi adalah sebesar Rp140.000/bungkus, sedangkan untuk perbulan biasa menghabiskan 90 bungkus dengan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp4.200.000,-.

Roockwool digunakan sebagai media tanam hidroponik yang mampu menyerap banyak pupuk cair sekaligus udara yang membantu pertumbuhan akar dalam penyerapan unsur hara, mulai dari tahap persemaian sampai pada fase produksi. Pemakaian roockwool tidak dapat digunakan berkali-kali karena telah rusak oleh akar, selain itu roockwool yang telah dipakai juga sudah terkena virus atau hama dari tanaman yang sebelumnya sehingga pemakaian roockwool tidak disarankan untuk dipakai kembali. Jumlah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian roockwool adalah sebesar Rp780.000/bulan.

Biaya Total

Biaya total dalam usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari merupakan hasil dari penjumlahan seluruh biaya investasi, biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan selama satu bul an selama proses produksi hidroponik. Total biasa usaha Tunas Baru Hidroponik kendari dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5 Total Biaya Pemasaran Online dan Offline pada Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari Di Kota Kendari

No	Jenis Biaya	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Biaya Investasi	49.885.800
2.	Biaya Tetap	24.909.880
3.	Biaya Variabel	7.740.000
	Total	82.535.680

Sumber: data diolah,2023

Total biaya usahatani Tunas Baru Hidroponik kendari adalah penjumlahan dari biaya investasi, variabel, dan biaya tetap. Berdasarkan pada Tabel 4.5, Menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari adalah sebesar Rp82.535.680.

Biaya Pemasaran Online dan Offline

Biaya pemasaran online dan offline adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendukung proses pemasaran online maupun online pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari. Adapun rincian biaya yang dikeluarkan pemasaran online maupun offline dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 6 rincian biaya pemasaran online mapun offline pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari

No	Jenis Biaya	Jumlah	Satuan	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Online:			
	a. Paket data	18	Gb	100.000

	b. Bensin	60	Liter	780.000
2.	Offline:			
	a. Spanduk 2x3		Lembar	70.000
	Total			950.000

Sumber: Data Diolah,2023

Berdasarkan pada Tabel 4.6, menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk mendukung pemasaran online yakni: paket data dan bahan bakar (bensin). Pemakaian paket data diperlukan untuk mempromosikan produk hidroponik 54 melalui media sosial seperti facebook, whatsapp dan instagram. Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian paket data adalah sebesar Rp100.000/bulan sedangkan pembelian bensin ditujukan untuk mengantar pesanan yang dapat dijangkau sedangkan pemesanan yang lebih jauh dikirim melalui angkutan umum dan biaya ongkir ditanggung oleh pemesan tersebut. Adapun biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bensin adalah sebesar Rp780.000/bulan. Sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk mendukung pemasaran offline adalah pemasangan spanduk di disekitar rumah untuk memudahkan tetangga mengetahui adanya pengolah hidroponik. Biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan spanduk adalah sebesar Rp70.000.

Arus Penerimaan Penerimaan

Penerimaan adalah total pendapatan yang diterima oleh produsen berupa uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang di produksi. Penerimaan usahatani tunas baru hidroponik kendari ditinjau dari dua aspek pemasaran yaitu penerimaan dengan pemasaran online dan penerimaan dengan pemasaran offline, dengan melakukan perkalian antara total penjualan hidroponik dengan harga jual hidroponik. Berikut penerimaan usahatani tunas baru hidroponik kendari selama bulan Agustus Tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Penerimaan Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media Pemasaran Online

No	Jenis hidroponik	Jumlah	Satuan	Harga	Total
1.	Selada	300	Kg	45.000	13.500.000
2.	Pakcoy	178	Kg	35.000	6.230.000
3.	Samhong	202	Kg	40.000	8.080.000
4.	Kalian	205	Kg	45.000	9.225.000
5.	Dakota	250	Kg	50.000	12.500.000
	Total	1.135	Kg		49.535.000

Sumber: Data Diolah,2023

Berdasarkan pada Tabel 7, menunjukkan bahwa penjualan hidroponik menggunakan media online mencapai 1.135/bulan dengan penerimaan sebesar Rp49.535.000/bulan.

Tabel 8 Penerimaan Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari dengan media Pemasaran Offline

No	Jenis hidroponik	Jumlah	Satuan	Harga	Total
1.	Selada	200	Kg	45.000	9.000.000
2.	Pakcoy	149	Kg	35.000	5.215.000
3.	Samhong	110	Kg	40.000	4.400.000
4.	Kalian	153	Kg	45.000	6.885.000
5.	Dakota	150	Kg	50.000	7.500.000
	Total	1.135	Kg		33.000.000

Sumber: Data Diolah,2023

Berdasarkan pada Tabel 8, menunjukkan bahwa penjualan hidroponik dengan media offline sebanyak 762 kg/bulan dengan penerimaan sebesar Rp33.000.000/bulan.

Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh dari usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari adalah selisih antara selisih antara penerimaan dan biaya total. Untuk mengetahui pendapatan pemasaran online dan pendapatan pemasaran offline pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di kota kendari selama bulan Agustus Tahun 2023 dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 9 Pendapatan Pemasaran Online dan Pemasaran Offline pada Usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kota Kendari

No	Strategi Pemasaran	Penerimaan (Rp/Bulan)	Total Biaya (Rp/Bulan)	Total Pendapatan (Rp/Bulan)
1.	Online	49.535.000	780.000	48.755.500
2.	Offline	33.000.000	70.000	32.930.000
Total				82.685.500

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 9, Menunjukkan bahwa total pendapatan yang diterima oleh usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kota Kendari menggunakan media pemasaran online adalah sebesar Rp48.755.500/bulan. Sedangkan menggunakan media pemasaran offline adalah sebesar Rp32.930.000/bulan. jika dijumlahkan total pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari di Kota Kendari adalah sebesar Rp82.685.500/bulan. hal ini menunjukkan bahwa pendapatan yang diterima menggunakan media pemasaran online pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari lebih besar jika dibandingkan dengan pendapatan menggunakan media pemasaran offline dengan selisih pendapatan sebesar Rp15.825.500.

Kontribusi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Usaha Tunas Baru Hidroponik Kendari

$$\text{Kontribusi pemasaran online} = \frac{\text{pemasaran online}}{\text{total pendapatan usahatani}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{KPO} &= \frac{48.755.500}{82.685.500} \times 100\% \\ &= 0,6 \times 100 \\ &= 60\% \end{aligned}$$

Jadi kontribusi/pengaruh pemasaran online terhadap pendapatan usahatani tunas baru hidroponik kendari adalah 60%.

Berdasarkan perhitungan besaran kontribusi pemasaran online terhadap pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari adalah sebesar 60% maka dapat dikatakan bahwa kontribusi pemasaran online terhadap pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari tergolong sangat tinggi. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian Jati dan Yuliansyah (2017), yang menganalisis Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). Pada penelitian ini menghasilkan kontribusi/pengaruh sebesar 91,4% yang tergolong sangat tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pendapatan yang diterima menggunakan media pemasaran online pada usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari lebih besar jika dibandingkan dengan pendapatan menggunakan media pemasaran offline dengan selisih pendapatan sebesar Rp15.825.500.
2. Berdasarkan hasil perhitungan kontribusi pemasaran online terhadap pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari adalah sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi/pengaruh media pemasaran online sangat mempengaruhi pendapatan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari.

SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disimpulkan di atas, untuk pengembangan usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari, maka saran yang dapat diberikan:

1. Bagi pengusaha Tunas Baru Hidroponik kendari agar tetap mempertahankan mutu dan kualitas hidroponiknya dan selalu melakukan pembukuan pada setiap pengeluaran ataupun pemasukan usaha.
2. Bagi pemerintah diharapkan dapat membantu dan lebih memperhatikan lagi para pelaku UMKM khususnya usahatani Tunas Baru Hidroponik Kendari agar dapat terus berkembang dan mampu bersaing dengan produk-produk lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha Hidroponik di Kota Kendari

DAFTAR PUSTAKA

- Resdiana, F. R., Wagiono, W., & Suhaeni, S. (2022). Analisis Kelayakan Usaha dan Nilai Tambah Sayuran Pakcoy (*Brassica rapa L.*) Hidroponik Kemasan (Studi Kasus CV Spirit Wira Utama Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(15), 243-254.
- Zulkarnain. 2014. *Dasar-Dasar Hortikultura*. PT. Bumi Akasara. Jakarta.
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15-24.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Khasanah I, Zainistika M. 2021. Perbandingan Penjualan Online dan Offline Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada Grosir Hijab Marsha Collection). *Ekonomi Managemen*. 2(2): 28-35.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta, CV.
- Istinganah NF, Widiyanto. 2020. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Perkembangan UKM *Economic Education Analysis Journal*. 9(2): 438-455.
- Mandang, M., Sondakh, M. F. L., & Laoh, O. E. H. (2020). Karakteristik Petani Berlahan Sempit di Desa Tolok Kecamatan Tompaso. *Agri-SosioEkonomi*, 16(1), 105-114.
- Wardana, F. K., Qomaruddin, M., & Soeroto, W. M. (2021). Analisis Kelayakan Investasi Dengan Pendekatan Aspek Financial Dan Strategi Pemasaran Pada Program Ayam Petelur di BUM Desa Bumi Makmur. *Sebatik*, 25(2), 318-325.
- Sherly, A., Widia, N., & Putri, A. M. (2021). Analisis Biaya Tetap (Studi Kasus Pada Toko Pinocchio Di Duri). *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(2), 283-290.
- Assegaf, A. R. (2019). Pengaruh biaya tetap dan biaya variabel terhadap profitabilitas pada pt. Pecel lele lele internasional, cabang 17, tanjung barat, jakarta selatan. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 20(1).
- Mayola CA, Megasari DS, Dwiyantri A, Lutfiati D. 2021. Strategi Pemasaran Marketing Mix Produk Bulu Mata Palsu Ellashes.Pro. *E-Jurnal*. 10(3): 83-95.
- Stefanny M, Indriyani R. 2013. Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Furniture pada Aspek Pemasaran CV. Megahtama Cemerlang. *Agora*. 1(1)
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda. Mulawarman University Press.
- Raharjo NP, Rofiuddin M. 2022. Strategi Digital Marketing Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Bringin, Kabupaten Tuban. *Sekretari dan Manajmen*. 6(2): 168-175.
- Sudjindro, S. (2009). Permasalahan dalam Implementasi Sistem Perbenihan. *Buletin Tanaman Tembakau, Serat dan Minyak Industri*, 1(2), 92-100.

Wahyuningsih, A., Fajriani, S., & Aini, N. (2016). Komposisi Nutrisi Dan Media Tanam Terhadap Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Pakcoy (Brassica Rapa L.) Sistem Hidroponik The Nutrition And Growth Media Composition On The Growth And Yield Of Pakcoy (Brassica Rapa L.) Using Hydroponics System. *Jurnal Produksi Tanaman*, 4(8), 595-601.

Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online (online marketing strategy) terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 125.