

**STRATEGI PENINGKATAN PRODUKSI DAN PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN USAHA TANI  
(Studi Kasus Sub Usaha Tani Bapak Trisno Banyumas)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :  
**ANUNG GALIH SUTANTO**  
**NIM. 2017201250**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anung Galih Sutanto  
NIM : 2017201250  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Usaha tani Di Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas (Studi Kasus Usaha tani Buah Naga Bapak Trisno)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 2 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,



Anung Galih Sutanto  
NIM.2017201250



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENINGKATAN PRODUKSI DAN PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN USAHA TANI (STUDI KASUS SUB  
USAHA TANI BAPAK TRISNO BANYUMAS)**

Yang disusun oleh Saudara **ANUNG GALIH SUTANTO NIM 2017201250** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat, 18 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

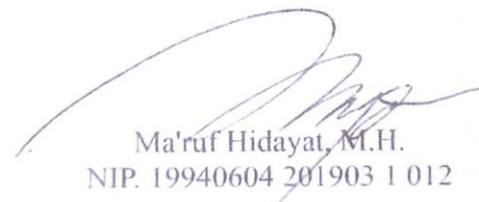
Ketua Sidang/Penguji

  
Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.  
NIP. 19731014 200312 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

  
Ma'ruf Hidayat, M.H.  
NIP. 19940604 201903 1 012

Purwokerto, 20 Oktober 2024

Mengesahkan  
Dekan



  
H. Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di - Purwokerto.

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Anung Galih Sutanto NIM2017201250 yang berjudul:

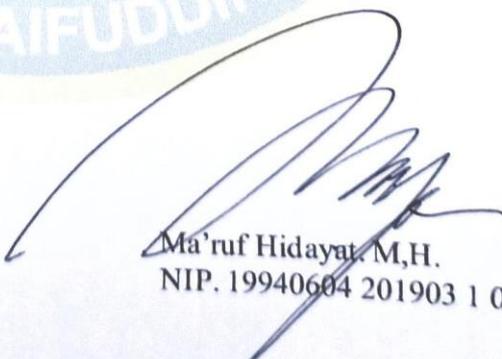
**Strategi Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Usaha Tani (Studi Kasus Sub Usaha Tani Bapak Trisno Banyumas.)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 2 Oktober 2024

Pembimbing



Ma'ruf Hidayat, M.H.  
NIP. 19940604 201903 1 012

## MOTTO

“Manusia lahir untuk menjadi manfaat, dan semoga kita selalu menjadi kuat yang hebat, *simple to perfection*”

~ Anung Galih Sutanto ~



**STRATEGI PENINGKATAN PRODUKSI DAN PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN USAHA TANI  
(Studi Kasus Sub Usaha Tani Bapak Trisno Banyumas)**

**Anung Galih Sutanto**

**NIM. 2017201250**

E-mail : [anunggalih29@gmail.com](mailto:anunggalih29@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Usaha tani merupakan rangkaian kegiatan pertanian yang dilakukan oleh petani dalam mengupayakan produksi komoditas yang maksimal untuk mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat dan dengan tujuan utamanya adalah kesejahteraan. Petani buah naga yang menggunakan metode *natural* mengandalkan alam hanya menghasilkan kuantitas dan kualitas produk yang biasa. Sedangkan, sub usaha tani (buah naga) Pak Trisno berdiri sejak 2017 yang memiliki terobosan teknologi pencahayaan lampu yang berpengaruh terhadap waktu produksinya berdampak pada peningkatan kuantitas dan kualitas, apalagi didukung dengan 100% pupuk organik dan menjadi binaan Dinas Pertanian Kabupaten Banyumas secara intensif menjadikan sub usaha tani tersebut memiliki sertifikasi buah segar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi peningkatan produksi dan pemasaran buah naga dalam meningkatkan kesejahteraan usaha tani di Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini merupakan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik usaha tani buah naga. Teknik analisis data yang digunakan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan produksi dan pemasaran yang diterapkan pada sub usaha tani Pak Trisno sudah efektif dalam meningkatkan kesejahteraan usaha tani, karena dengan strategi produksi penggunaan pupuk organik, optimalisasi tenaga kerja, dan pemanfaatan teknologi pencahayaan lampu. Kemudian, strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan *word of mouth marketing* dan didukung juga *branding* di media sosial. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi usaha tani buah naga untuk memperluas lahan, meningkatkan cakupan dalam ranah strategi digital marketing, dan menggiatkan kolaborasi dengan berbagai *stakeholder*.

**Kata Kunci :** *Strategi, Produksi, Pemasaran, Usaha Tani Buah Naga*

# **STRATEGIES FOR INCREASING PRODUCTION AND MARKETING IN IMPROVING THE WELFARE OF FARMING BUSINESSES**

**(Case Study of Mr. Trisno Banyumas' Farming Sub Business)**

**Anung Galih Sutanto**

**NIM. 2017201250**

E-mail: [anunggalih29@gmail.com](mailto:anunggalih29@gmail.com)

Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business

State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

## **ABSTRACT**

Farming is a series of agricultural activities carried out by farmers in order to achieve maximum commodity production to support the economic sustainability of the community and with the main aim being welfare. Dragon fruit farmers who use natural methods rely on nature to only produce the usual quantity and quality of product. Meanwhile, Pak Trisno's farming sub-business (dragon fruit) was founded in 2017 and has breakthrough lighting technology which affects production time and has an impact on increasing quantity and quality, moreover it is supported by 100% organic fertilizer and is intensively supported by the Banyumas Regency Agricultural Service to make the sub The farming business has fresh fruit certification. This research aims to examine strategies for increasing the production and marketing of dragon fruit in improving the welfare of farming businesses in Banyumas District, Banyumas Regency.

This research is (field research) with a qualitative approach. Data obtained using interviews, observation and documentation. The main informant in this research is the owner of a dragon fruit farming business. The data analysis technique used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity using triangulation techniques.

The research results show that the strategy to increase production and marketing applied to Pak Trisno's farming sub-business has been effective in improving the welfare of the farming business, because the production strategy uses organic fertilizer, optimizes labor, and uses lighting technology. Then, an effective marketing strategy that utilizes word of mouth marketing and is also supported by branding on social media. This research provides recommendations for dragon fruit farming businesses to expand land, increase coverage in the realm of digital marketing strategies, and intensify collaboration with various stakeholders.

**Keywords:** Strategy, Production, Marketing, Dragon Fruit Farming

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987 :

### 1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan garis di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge

ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	Waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

**2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap**

عِدَّة	ditulis	'iddah
--------	---------	--------

**3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka

كرامة الأولياء	ditulis	kâramatul al-auliâ'
----------------	---------	---------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, *fathah* atau *kasroh* atau *dommah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	zakât al-fitr
------------	---------	---------------

**4. Vokal pendek**

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasroh	diulis	i

ُ	Dommah	ditulis	u
---	--------	---------	---

### 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	<i>jâhiliyah</i>
2.	Fathah + alif	ditulis	a
	تنس	ditulis	<i>tansa</i>
3.	Kasroh + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	<i>karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furûd</i>

### 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدة	ditulis	<i>u'idat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'insyakartum</i>

### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	<i>al-Qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

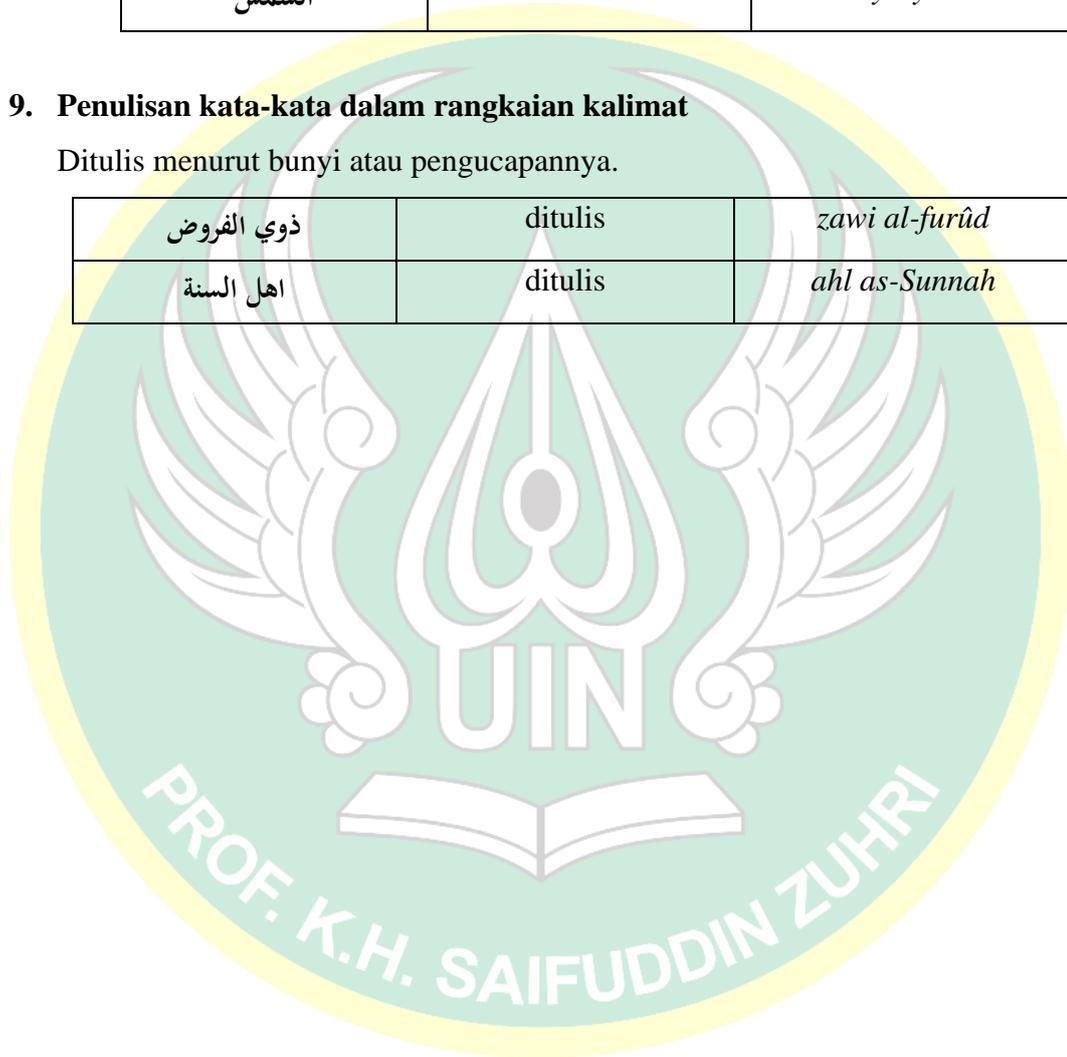
- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya. Serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	ditulis	<i>as-Samâ</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	ditulis	<i>zawi al-furûd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan maksimal. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. yang telah membawa perubahan besar bagi peradaban dunia dengan keteladanan yang berakhlak mulia. Penulisan karya ilmiah ini merupakan bagian dari syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan Strata Satu (S.1.) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjudul “Strategi Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Usaha tani Di Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas (Studi Kasus Usaha tani Buah Naga Bapak Trisno)”. Dalam Penyelesaian Tugas Akhir Ini, Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dalam proses penelitian dan penyusunan tugas akhir ini, antara lain :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Dr. H. Chandra Warsito, M. Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Sochim, Lc., M. Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Maruf Hidayat, M.H., selaku Dosen Pembimbing Penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, motivasi, masukan dan kesabaran demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah memberikan bekal ilmu serta pengalamannya yang bermanfaat selama masa kuliah.
14. Pahlawanku, Bapak Sugeng dan Ibu Warsini yang telah mencurahkan seluruh tenaganya demi ketiga anak-anaknya untuk bisa berjuang di bangku perkuliahan ini. Adik-adiku Rifqi Faiq Khayunaji dan Nafisa Malikhatun Nikmah yang selalu support dan mendoakan, semoga senantiasa dilancarkan juga masa studinya. Doa terbaik keluarga kecil ini, semoga hal baik selalu membersamai.
15. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang melewati dinamika hidup serta proses pendewasaan di masa sekarang ini, semoga lahir untuk hebat dan menjadi manfaat untuk sesama dan terkhusus Ika Ratna Juwita yang menjadi support terhebat serta *partner* berkeluh kesah selama ini.
16. Terimakasih saya ucapkan kepada Bapak Trisno beserta karyawannya yang sudah memberikan ruang dan izin bagi saya untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi dan data-data terkait penelitian.

17. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah F angkatan 2020 yang kebersamai penulis dari awal semester hingga saat ini.
18. Teman-teman seperjuangan berproses saya di organisasi mahasiswa GenBI (Generasi Baru Indonesia) dan KSEI (Komunitas Studi Ekonomi Islam).
19. Teman-teman seperjuangan di Yayasan Abulyatama Indonesia yang selalu menjadi penyujuk di dalam masa pengerjaan skripsi ini dan juga tim Langit Muda Foundation.
20. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Purwokerto, 2 Oktober 2024



Anung Galih Sutanto  
NIM.2017201250



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Dasar-Dasar Produksi.....	15
B. Dasar-Dasar Pemasaran .....	22
C. Kesejahteraan .....	25
D. Usaha Tani .....	28
E. Landasan Teologis .....	31
F. Kajian Pustaka.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
C. Jenis dan Sumber Data .....	45
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Uji Keabsahan Data.....	49
G. Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>

A. Gambaran Umum Kebun Buah Naga Pak Trisno .....	55
B. Strategi Peningkatan Produksi dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sub Usaha Tani Pak Trisno .....	64
C. Strategi Sistematika Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sub Usaha Tani Pak Trisno .....	73
<b>BAB PENUTUP</b> .....	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daerah Penghasil Buah Jawa Tengah .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian .....	47
Tabel 4.1 Total Cost Bulanan .....	70
Tabel 4.2 Analisis SWOT .....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Banner Website .....	53
Gambar 4.2 <i>Google Maps</i> .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Instrumen Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 Surat Menyurat



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia berperan penting dan terlibat aktif dalam berbagai kerjasama multilateral dan bilateral. Tujuannya untuk mengawal kepentingan nasional Indonesia di kancah global. Langkah ini diambil sebagai upaya mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045 (Bappenas RI, 2021). Salah satu sektor kunci dalam pencapaian visi tersebut adalah sektor pertanian, yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Pertanian tidak hanya menjadi sumber utama penerimaan devisa negara, tetapi juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta menyediakan bahan baku penting bagi industri, khususnya agroindustri seperti pengolahan makanan dan minuman. Peran sektor pertanian menjadi sangat krusial, terutama dalam mendukung ketahanan pangan nasional yang merupakan salah satu aspek fundamental bagi stabilitas sosial dan ekonomi negara. Sektor ini menjadi tulang punggung bagi jutaan masyarakat Indonesia yang bergantung pada pertanian sebagai mata pencaharian, serta menjadi motor penggerak bagi berbagai industri hilir. (Harina et al., 2019).

Ketahanan sektor pertanian menjadi salah satu pilar utama dalam menjaga kestabilan pangan nasional, yang merupakan prasyarat penting bagi terciptanya kemandirian ekonomi dan keberlanjutan pembangunan nasional. Oleh karena itu, perhatian yang lebih besar terhadap pengembangan sektor pertanian dan peningkatan nilai tambah produk-produk pertanian sangat diperlukan guna menghadapi tantangan global dan mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045. Indonesia dengan julukan negara agraris yang mempunyai wilayah relatif luas dengan lahan pertanian cukup menjanjikan, semestinya penduduk desa yang tinggal di perdesaan dapat hidup makmur dan sejahtera. Akan tetapi pada kenyataannya belum berkondisi demikian, karena sebagian besar masyarakat yang bermukim di perdesaan khususnya para petani/buruh tani masih banyak yang miskin. Pembangunan pertanian Indonesia menghadapi tantangan untuk

menjadi sektor unggulan dalam penyediaan pangan bagi penduduk, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Selain itu, harus mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi petani sambil tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup, termasuk sumber daya pertanian.

Pengembangan prospek usaha tani buah naga di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang, terutama dalam hal memperluas pangsa pasar domestik. Eksistensi buah naga sebagai salah satu komoditas hortikultura yang semakin diminati oleh masyarakat Indonesia menunjukkan bahwa buah ini telah berhasil menarik perhatian konsumen dalam negeri. Hal ini selaras dengan tren peningkatan permintaan masyarakat terhadap komoditas hortikultura yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Buah naga, dengan cita rasa yang khas dan manfaat kesehatan yang tinggi, kini menjadi salah satu komoditas hortikultura yang diminati untuk dijadikan usaha tani yang menjanjikan.

Meskipun usaha tani buah naga di Indonesia tergolong baru dibandingkan dengan komoditas lain, namun perkembangannya sangat pesat. Hampir di seluruh wilayah Indonesia, terutama di daerah-daerah dengan iklim yang mendukung, usaha tani buah naga mulai bermunculan. Hal ini didorong oleh tingginya permintaan dalam negeri, yang setiap tahunnya menunjukkan tren peningkatan. Konsumen tidak hanya tertarik pada buah naga sebagai buah segar yang kaya nutrisi, tetapi juga sebagai bahan dasar berbagai produk olahan, seperti jus, minuman kemasan, hingga produk kecantikan kesehatan, yang semakin memperluas peluang pasar komoditas ini (Hidayatullah, 2021).

Peluang usaha tani buah naga tidak hanya terbatas pada pasar domestik. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan untuk buah naga di pasar internasional juga meningkat, terutama di negara-negara Asia seperti China, Malaysia, dan Singapura. Hal ini membuka peluang ekspor yang signifikan bagi Indonesia, yang dapat meningkatkan devisa negara dari sektor pertanian. Untuk dapat memaksimalkan potensi ini, diperlukan peningkatan kualitas produk buah naga melalui penerapan teknologi pertanian modern, standar mutu yang ketat, serta manajemen pasca panen yang baik. Penggunaan teknologi irigasi,

pemupukan organik, serta pengendalian hama yang ramah lingkungan akan sangat membantu dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi buah naga di Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Daerah Penghasil Buah Naga Terbesar**  
**di Provinsi Jawa Tengah Periode 2020-2022**

No	Daerah	2020		2021		2022	
		rumpun	kuintal	rumpun	kuintal	rumpun	kuintal
1	Kab. Tegal	-	-	-	-	7.900	8.610,00
2	Kab. Banyumas	-	-	4.667	788,00	4.418	6.101,40
3	Kab. Cilacap	-	-	27.266	5.183,30	25.925	5.436,15

*Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah*

Tabel di atas menggambarkan jumlah produksi dari berbagai rumpun tanaman, termasuk produksi buah naga, di Provinsi Jawa Tengah selama periode 2020-2022. Dalam tabel tersebut, tiga daerah penghasil terbesar buah naga diidentifikasi sebagai penyumbang utama produksi buah naga di Jawa Tengah. Data ini menunjukkan bahwa dari 35 Kabupaten/Kota yang ada di Jawa Tengah, hanya tiga kota yang tidak mencatat adanya progresifitas atau peningkatan dalam produksi buah naga selama periode tersebut. Dengan kata lain, mayoritas wilayah di Jawa Tengah telah mulai mengembangkan komoditas ini, yang tercermin dari fakta bahwa sekitar 70% daerah di provinsi ini memiliki potensi untuk mengoptimalkan produksi buah naga.

Potensi besar ini menjadi indikator penting bahwa Jawa Tengah masih memiliki ruang yang signifikan untuk pengembangan usaha tani buah naga, terutama di daerah-daerah yang menunjukkan progresivitas dalam produksi. Permintaan buah naga yang terus meningkat baik di pasar domestik maupun

internasional memberikan dorongan bagi para petani untuk lebih serius menggarap komoditas ini.

Selain itu, fakta bahwa hanya ada tiga kota yang belum mencatat progresifitas dalam produksi buah naga dapat dijadikan dasar untuk mengarahkan intervensi pembangunan pertanian di daerah-daerah tersebut. Pemerintah dan pihak terkait dapat merancang program-program yang bertujuan untuk mendukung daerah-daerah ini agar mulai terlibat dalam produksi buah naga atau meningkatkan skala produksinya, misalnya melalui penyediaan akses teknologi, pelatihan petani, atau insentif ekonomi yang mendorong pengembangan hortikultura. Dengan memanfaatkan lahan yang tersedia dan mengintegrasikan teknologi pertanian modern, seperti sistem irigasi yang efisien dan penggunaan varietas buah naga unggul, Jawa Tengah dapat terus memperkuat posisinya sebagai salah satu pusat produksi buah naga di Indonesia. (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2023).

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang sistematis dan teratur yang dimulai dari penyelidikan sampai dengan mengetahui keinginan konsumen yang belum terpenuhi. Adanya pemasaran sebagai mempertahankan kelangsungan hidup dan mendapatkan keuntungan. Tujuan dari adanya pemasaran yakni tidak hanya untuk memperluas target pasar, melainkan untuk mengetahui dan memahami selera konsumen yang menyangkut kebutuhan dan keinginannya, sehingga konsumen akan merasa cocok dan puas (Zainurossalamia, 2020).

Fokus dari pemasaran itu sendiri adalah memuaskan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. Adapun kunci bagi pelaku usaha dalam melakukan strategi pemasaran yaitu dengan memperkuat merek, mengukur keefektifan pemasaran, inovasi produk yang didasarkan atas kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta penggunaan teknologi modern dengan target pemasaran yang baru (Saleh & Said, 2019). Selaras dengan dukungan pasar modern saat ini telah terbentuk secara *cyber* dan *online*, hal ini memungkinkan pasar bergerak lebih dinamis dan tidak lagi dibatasi oleh dinding-dinding yang statis (Sochimin, 2021).

Petani dalam melakukan kegiatan pemasaran dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu tingkat pendidikan yang diterima oleh petani, frekuensi petani dalam mengikuti penyuluhan, akses petani terhadap informasi pemasaran komoditas, syarat untuk memasuki pasar yang mudah, tingkat hasil panen dengan kualitas baik serta keterikatan petani terhadap sumber pembiayaan tertentu mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan petani di daerahnya masing-masing dalam melakukan kegiatan pemasaran (Rasmikayati et al., 2021).

Pembangunan pertanian tidak hanya berfokus pada peningkatan produksi, tetapi juga dapat dipahami sebagai suatu proses perubahan sosial yang kompleks. Dalam konteks pembangunan pertanian di Indonesia, tujuan utamanya adalah meningkatkan daya saing sektor pertanian di tengah persaingan global, serta meningkatkan kesejahteraan petani yang merupakan tulang punggung ekonomi pedesaan. Proses ini melibatkan transformasi menyeluruh mencakup adopsi teknologi modern, inovasi berkelanjutan, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia di sektor pertanian.

Pembangunan pertanian di era modern tidak lagi hanya berkisar pada aspek tradisional seperti peningkatan luas lahan atau penggunaan tenaga kerja konvensional. Sebaliknya, ia kini lebih identik dengan penerapan inovasi dan teknologi yang memungkinkan peningkatan produktivitas dengan sumber daya yang lebih efisien. Pertanian modern berusaha mengoptimalkan hasil produksi melalui penggunaan teknologi seperti sistem irigasi otomatis, drone untuk pemantauan lahan, pemupukan presisi, serta penggunaan benih unggul yang tahan hama dan cuaca ekstrem. Inovasi ini dirancang untuk menjawab tantangan pertanian di masa depan, seperti perubahan iklim, degradasi lahan, dan kebutuhan pangan yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi.

Lebih dari sekadar teknologi, pembangunan pertanian juga menekankan pada keberlanjutan. Pertanian modern yang berkelanjutan berarti mengelola sumber daya alam secara bijak agar dapat dimanfaatkan dalam jangka panjang tanpa merusak lingkungan. Pendekatan ini melibatkan praktek pertanian ramah lingkungan, seperti penggunaan pupuk organik, rotasi tanaman untuk menjaga

kesuburan tanah, dan pengelolaan air yang efisien. Dengan mengedepankan prinsip keberlanjutan, pembangunan pertanian diharapkan tidak hanya meningkatkan produksi jangka pendek, tetapi juga menjamin bahwa generasi mendatang dapat terus mengandalkan sektor ini untuk kebutuhan pangan dan ekonomi.

Transformasi menuju pertanian modern juga melibatkan perubahan sosial di tingkat petani. Petani perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan inovasi melalui pelatihan, pendidikan, dan peningkatan akses terhadap informasi. Peningkatan kapasitas petani menjadi kunci utama dalam mewujudkan keberhasilan pembangunan pertanian. Petani yang melek teknologi dan memahami praktek pertanian modern akan lebih siap menghadapi tantangan global, seperti fluktuasi harga komoditas, ketergantungan pada input impor, serta perubahan pola konsumsi di pasar domestik maupun internasional. Tantangan pembangunan pertanian di Indonesia adalah memastikan bahwa sektor ini menjadi sektor utama penyediaan pangan bagi penduduk, baik dari segi kuantitas, kualitas dan kapasitas, serta peningkatan pasokan pendapatan. Mengupayakan kesejahteraan ekonomi petani dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan penghidupan, termasuk sumber daya pertanian. Inilah pertanian berkelanjutan sebagai salah satu implementasi konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang mencakup tiga aspek pembangunan yaitu aspek ekonomi, sosial, dan ekologi/lingkungan (Subhan et al., 2020).

Dalam hal ini, kesejahteraan tergambar dengan terpenuhinya kebutuhan dasar dan meningkatnya daya beli. Sedangkan, indikator kesejahteraan petani yaitu Nilai Tukar Petani (NTP), upah yang diterima buruh tani, inflasi, pendapatan perkapita. NTP merupakan indikator *proxy* kesejahteraan petani. NTP merupakan rasio atau perbandingan antara indeks harga yang diterima petani (It) dengan indeks harga yang dibayar petani (Ib) yang dinyatakan dalam persentase (Yacoub & Mutiaradina, 2020). Ketika kepala keluarga memiliki pendidikan rendah dampaknya adalah kurang optimalnya pemberian nafkah sebagai poros utama dalam membangun kesejahteraan keluarga (Syaubari,

2021). Penghasilan layak yaitu jumlah upah yang diterima oleh pekerja cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya baik berupa makanan, minuman, kesehatan, rekreasi ataupun pensiunan. Faktor yang sangat mempengaruhi pekerja adalah meningkatkan karir dan kesejahteraan, diantaranya dari peningkatan gaji sesuai tanggungjawabnya (Hidayat, 2021).

Usaha tani ialah sektor pusat dalam agribisnis. Usaha tani mencakup semua bentuk organisasi produksi, mulai dari yang berskala kecil sampai yang berskala besar termasuk juga budidaya pertanian yang menggunakan lahan secara intensif (Erlani & Sisvaberti, 2023). Agribisnis memiliki proses produksi yang paling banyak menggunakan biaya dan sangat menentukan keberhasilan bisnis. Untuk mencapai produktivitas yang tinggi, kegiatan produksi harus dilakukan secara efektif. Efisiensi produksi dapat dicapai dengan mengurangi pemborosan selama proses produksi, yang mencakup pemborosan sumber daya, waktu, dan tenaga, serta pemborosan karena kehilangan alat dan kerusakan produk. Salah satu sub sektor pertanian adalah hortikultura. Dimana hortikultura secara bahasa diambil dari bahasa latin, yaitu "*hortus*" yang berarti kebun, dan kata "*culture*" yang berarti cocok tanam. Jadi makna hortikultura adalah cara atau teknik bercocok tanam yang menggunakan media organik ataupun non organik. Pembangunan hortikultura nasional merupakan bagian dari upaya integrasi untuk membangun daya saing dan meningkatkan peran pertanian nasional dalam percaturan perekonomian. Pembangunan hortikultura meliputi pembangunan produksi, rantai pasok dan kelembagaan tani sebagai kesatuan utuh dan terintegrasi yang berkelanjutan. Pembangunan hortikultura berkembang seiring dengan dinamika konsumen, produsen dan pelaku rantai pasok yang membangun hortikultura menjadi sub sektor yang menjanjikan. Pertumbuhan hortikultura menjadi daya tarik bagi setiap pelaku usaha dan menjadi potensi ekonomi, sosial dan budaya yang dapat memberi pendapatan bagi masyarakat secara keseluruhan.

Tanaman buah naga (*hylocereus polyrhizus*) adalah tanaman hortikultura yang sedang banyak dikembangkan. Buah naga yang dalam bahasa Inggris disebut *dragon fruit* merupakan buah berdaging segar yang berasal dari Benua

Amerika yang sejenis dengan kaktus dan tumbuh secara merambat atau menjalar sebelum akhirnya masuk ke Indonesia sekitar tahun 1997 (Ayu et al., 2023). Selanjutnya, ditanam sebagai tanaman di beberapa wilayah Provinsi di Indonesia. Tanaman ini memiliki prospek yang menguntungkan dan potensi yang baik sebagai komoditi ekspor. Di Indonesia buah ini masih tergolong baru, namun telah mendapatkan tempat dan harga yang baik di pasaran karena tanaman buah naga sangat bagus dibudidayakan di daerah tropis seperti Indonesia (Putri, 2023).

Buah naga memiliki berbagai macam manfaat bagi tubuh manusia. Seiring berjalannya waktu untuk kemudahan akses pengetahuan, maka dari itu masyarakat menyadari manfaat dari mengkonsumsi buah naga (Anggraini et al., 2023). Keberhasilan kegiatan usaha tani buah naga tidak dilihat semata-mata dari peningkatan produksinya saja, namun ada bentuk dan analisa mendalam dari keuntungan terhadap kesejahteraan usaha tani buah naga dan masyarakat sekitar pada umumnya serta pendapatan daerah lebih luasnya (Purwanto et al., 2022).

Kabupaten Banyumas merupakan sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas juga berada posisi kedua, telah memiliki peningkatan produksi buah naga yang signifikan dengan perbandingan antara rumpun dan hasil produksinya. Konsistensi selama dua tahun menunjukkan bahwa Kabupaten Banyumas memiliki target yang lebih dalam memaksimalkan potensi buah naga.

Salah satu sub usaha tani buah naga yang lokasinya di Desa Pekunden, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas merupakan salah satu objek wisata edukasi bukan alam yang menjadi primadona, karena wisatawan bisa memetik sendiri buah naga secara benar didampingi langsung oleh pengelola dan selain itu terdapat juga objek wisata lain di Desa Pekunden yang mendapatkan anugerah juara pertama dalam ajang kompetisi desa wisata se-Provinsi Jawa Tengah dan menjadi satu-satunya desa wisata kreatif di Kabupaten Banyumas (Sinaga et al., 2023).

Adapun rujukan atau bahan referensi sebagai berikut : Pertama, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ilham Hadi Purwanto M,

Masyhudah Rosni, dan Yusuf Aziz (2023) dengan judul “Analisis Usaha tani Buah Naga Di Kecamatan Tambang Ulang Kabupaten Tanah Laut (Studi Kasus Usaha tani Buah Naga Bapak Maksum)”. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa usaha tani buah naga milik Bapak Maksum pada tahun 2022 menghasilkan keuntungan yang signifikan. Biaya total produksi selama satu tahun mencapai Rp59.159.250,00. Penerimaan yang dihasilkan mencapai Rp107.010.000,00. Keuntungan bersih yang diperoleh selama satu tahun (4 kali panen) mencapai Rp47.850.750,00. Analisis kelayakan finansial menunjukkan nilai RCR (Rasio Keuntungan terhadap Biaya) lebih besar dari 1, yaitu sebesar 1,809. Ini menunjukkan bahwa usaha tani buah naga milik Bapak Maksum menguntungkan dan layak untuk dijalankan serta dikembangkan. Persamaannya yaitu topik penelitian membahas tentang budidaya buah naga (ekonomi pertanian) dan fokus terhadap usaha tani seseorang dan untuk perbedaannya berada pada lokasi penelitian dan model pembahasan.

Kedua, artikel yang ditulis oleh Neta Ayu Puspita Ledoh, Marthen R. Pellokila, Alfetri N. P Lango, Johanna Suek (2023), yang berjudul “ Faktor Penentu Produksi Tanaman Buah Naga Merah (*Hylocereus Polyrhizus*). Studi Kasus : Desa Kolobolon Kecamatan Lobalain Kabupaten Rote Ndao)”. Hasil penelitian dalam artikel tersebut, dijelaskan bahwa produksi buah naga daging merah (*Hylocereus polyrhizus*) dipengaruhi oleh beberapa faktor, dengan pupuk organik, tenaga kerja, dan jumlah tanaman menjadi faktor yang paling signifikan. Dalam produksi terdapat faktor-faktornya seperti luas lahan dan pestisida, memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap hasil produksi. Persamaan pada penelitian ini terdapat pembahasan mengenai produksi dan perbedaannya pada pembahasan yang tidak ada poin pemasaran dan juga lokasi penelitian yang berbeda. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penting dilakukan penelitian yang lebih merinci dan mendalam mengenai **“Strategi Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Usaha Tani (Studi Kasus Sub Usaha Tani Bapak Trisno Banyumas)”**

## B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi khusus yang dirumuskan oleh peneliti. Dengan demikian definisi operasional tidak dengan definisi konseptual yang didasarkan pada teori tertentu. (Pasaribu, 2022). Agar tidak terjadi kesalahpahaman, maka penulis memberikan penjelasan tentang konsep yang akan digunakan supaya sesuai dengan fokus penelitian :

1. Strategi adalah rencana yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya dan mengimplementasikan misinya. Penerapan strategi yang akurat ini dapat menjadi kunci keberhasilan bagi sebuah perusahaan. Strategi juga diartikan sebagai perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan atau sasaran tertentu.
2. Produksi adalah proses menciptakan atau memperluas penggunaan suatu produk atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia
3. Pemasaran yaitu kegiatan yang sistematis dan teratur yang dimulai dari penyelidikan sampai dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan perencanaan dan pengembangan produk yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen lalu melakukan penetapan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan produk sampai ke tangan konsumen.
4. Kesejahteraan Petani adalah cakupan aspek dari pendapatan, kondisi sosial-ekonomi, akses terhadap layanan kesehatan dan pendidikan, keamanan pangan dan kepuasan hidup secara keseluruhan yang dipengaruhi oleh implementasi teknologi pertanian dalam usaha tani buah naga.
5. Usaha tani yaitu kegiatan atau usaha pertanian yang dilakukan secara komersial atau sebagai mata pencaharian utama oleh petani. Dalam usaha tani, petani melakukan serangkaian kegiatan mulai dari penanaman, pemeliharaan, hingga panen tanaman secara sistematis dan terencana.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji yaitu:

1. Bagaimana strategi produksi dalam sub usaha tani Bapak Trisno di Kecamatan Banyumas?
2. Bagaimana sistematika pemasaran dalam meningkatkan kesejahteraan usaha tani buah naga Pak Trisno di Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas?

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Menganalisis strategi produksi dan pemasaran sub usaha tani untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- b. Mengidentifikasi tingkat kesejahteraan pelaku sub usaha tani buah naga di Desa Pekunden, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas

#### 2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis bagi beberapa pihak, diantaranya yaitu:

##### a. Manfaat Akademis

Penelitian ini bertujuan memberikan keluasan wawasan dengan adanya fenomena atau sebuah peristiwa di tengah masyarakat sebagai upaya dukungan penuh dalam proses berfikir terkhusus mengenai pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi yang berkaitan dengan ekonomi pertanian yaitu sub usaha tani buah naga.

##### b. Manfaat Praktis

- 1) Untuk suatu lembaga, penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan saat pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) di dalam memajemen usahanya.
- 2) Untuk masyarakat umum, sebagai informasi tambahan mengenai pemanfaatan teknologi dalam sub usaha tani buah naga.

- 3) Untuk seorang peneliti, penelitian ini dapat dikembangkan serta dievaluasi secara lanjut sehingga bisa menambah wawasan atau ilmu terbaru dan melahirkan informasi alternatif yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian lanjutan khususnya bagi peneliti dengan proyeksi permasalahan yang linear ataupun yang serupa.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan disusun guna mempermudah pembaca dalam melihat bagian secara rinci dari penelitian ini. Sistematika pembahasan pada penelitian ini terdiri dari 3 bagian, yaitu :

1. Bagian awal

Dalam bagian penelitian ini terdiri dari pengantar yang berisikan sampul depan, sampul dalam, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, nota dinas dosen pembimbing, abstrak dan kata kunci, pedoman transliterasi, kata pengantar daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, serta daftar lampiran.

2. Bagian isi pembahasan terdiri dari lima bab, yang terdiri dari beberapa sub bab sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**, bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**, bab kedua berisi teori-teori terkait permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian, landasan teologis, dan kajian pustaka.

**BAB III METODE PENELITIAN**, pada bab tiga mencakup penjabaran metode yang akan digunakan dalam penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, bab empat ini akan berisikan pembahasan yang menyajikan data-data laporan dan fakta temuan dari hasil penelitian yang diperoleh yang disesuaikan dengan urutan masalah penelitian dan kemudian diuraikan secara sistematis.

3. Bagian penutup

**BAB V PENUTUP**, bab kelima ini merupakan penutup dari penelitian, Bab ini berisikan kesimpulan, kritik, saran ataupun solusi dari hasil penelitian.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Dasar-Dasar Produksi**

##### **1. Pengertian Produksi**

Produksi menurut Joesron (2003) sebagai hasil akhir dari proses atau rangkaian aktivitas ekonomi yang memanfaatkan berbagai input atau masukan. Menurut Heizer dan Render (2006), mendefinisikan produksi sebagai proses mengubah input menjadi output. Perlakuan dari perusahaan dengan menggunakan berbagai macam tenaga kerja, modal, dan peralatan produksi lainnya. Menurut Mulyani dan Herawati (2016), produksi adalah proses pembuatan barang atau administrasi dengan tujuan untuk memperluas pemanfaatannya.

Menurut Imran & Indriani, (2022), Produksi terbagi menjadi dua, pertama yaitu produksi secara ekonomi adalah pekerjaan yang menghasilkan manfaat, memperbesar manfaat yang sudah ada, dan membagikan manfaat itu kepada masyarakat. Sedangkan, produksi secara teknis mencakup perihal rangkaian proses memadukan atau membuat kompartemen dan tenaga yang tersedia. Dengan kata lain production (produksi) juga disebut aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan nilai suatu benda atau membuat barang baru guna memenuhi kebutuhan..

Dalam sektor pertanian, produksi adalah komponen utama dari perekonomian. Untuk menghasilkan produk, diperlukan sejumlah input di bidang pertanian, kapital, tenaga kerja, dan teknologi adalah input yang paling umum. Tingkat output per unit waktu atau periode, sehingga dianggap sebagai konsep arus yaitu sebagai taraf ukuran dari adanya sebuah proses produksi. Kualitas yang konstan diasumsikan sebagai output yang relevan. Dalam komoditas pertanian, terdapat dua tahapan produksi, yaitu waktu budidaya dan waktu pasca panen. Budidaya berkaitan dengan bahan yang digunakan sampai panen, dan ketika pasca panen yaitu berkaitan dengan pengolahan produk siap dikonsumsi (Megavitry et al., 2022). Kegiatan produksi jasa dengan daya guna dari benda yang dapat ditingkatkan tanpa mengubah bentuk daripada produk.

Namun, produksi barang melibatkan kegiatan meningkatkan daya guna dengan mengubah sifat dan bentuk benda tersebut. Produsen adalah individu yang berperan dalam proses produksi, dan para produsen harus memutuskan jumlah output yang akan diproduksi dengan berapa banyak input yang akan digunakan, serta bagaimana produsen menggabungkannya. Produsen umumnya selalu berusaha menghemat uang dengan mengurangi biaya produksi. Konsep output maksimum hanya ingin menekankan bahwa produsen hanya akan menghasilkan kombinasi input yang paling efisien (Zakaria, 2012).

Berikut prinsip dari adanya kegiatan produksi melalui pendekatan oleh produsen menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

- 1) Produksi jangka pendek (*short run*) : Pada periode ini, sejumlah faktor input tetap (*fixed inputs*) seperti mesin dan tanah tidak dapat diubah. Sebagai contoh, dalam pertanian, lahan yang tersedia untuk tanam tidak dapat diperluas dalam waktu singkat. Dalam jangka pendek, produsen biasanya menyesuaikan variabel input seperti tenaga kerja dan pupuk untuk memaksimalkan output. Teknologi yang digunakan juga tetap konstan, sehingga inovasi dalam metode produksi tidak akan terlihat dalam periode ini. Hal ini sering menyebabkan peningkatan produktivitas yang terbatas karena hanya ada penyesuaian kecil dalam produksi.
- 2) Produksi jangka panjang (*long run*) : Pada periode ini, semua input dianggap variabel (*variable inputs*), artinya produsen memiliki fleksibilitas penuh untuk menyesuaikan semua faktor produksi sesuai kebutuhan. Teknologi tetap konstan pada awalnya, namun keputusan strategis dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
- 3) Produksi jangka yang sangat panjang (*very long run*) : Jangka waktu ini memungkinkan perubahan teknologi. Fokus utama adalah bagaimana inovasi teknologi dapat meningkatkan berbagai fungsi produksi dan efisiensi. Kemudian, pemahaman yang mendalam tentang tren teknologi dan adaptasi yang cepat menjadi kunci keberhasilan produsen. (Rahayu & Dinarossi, 2015).

## 2. Proses Produksi

Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimanasesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 1995). Menurut Ahyari (2002) proses produksi adalah suatu cara, meode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada. Melihat kedua definisi diatas, dapat diambil kesimpulanbahwa proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambahkegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti : tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Kemudian, ada aspek pentingnya efisiensi dalam penggunaan sumber daya untuk memaksimalkan output J. D. Timmons dan D. E. Spinelli (2016).

Proses produksi dilihat dari wujudnya terbagi menjadi proses kimiawi, proses perubahan bentuk, proses assembly, proses transportasi dan proses penciptaan jasa-jasa administrasi (Ahyari, 2002). Proses produksi dilihat dari arus atau flow bahan mentah sampai menjadi produk akhir, terbagi menjadi dua, yaitu proses produksi terus-menerus (*Continuous Process*) dan proses produksi terputus-putus (*Intermittent Process*). Dengan penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Proses Produksi Terus-Menerus (*Continuous Process*) merupakan proses produksi barang atas dasar aliran produk dari satu operasi ke operasi berikutnya tanpa penumpukan di suatu titik dalam proses. Pada umumnya, industri yang cocok dengan tipe ini adalah yang memiliki karakteristik yaitu output direncanakan dalam jumlah besar, variasi atau produk yang dihasilkan rendah dan produk bersifat standard.
- 2) Proses Produksi Terputus-Putus (*Intermittent Process*) adalah produk di proses dalam kumpulan produk bukan atas dasar aliran terus-menerus dalam proses produk ini. Perusahaan yang menggunakan tipe ini biasanya terdapat sekumpulan atau lebih komponen yang akan diproses atau

menunggu untuk diproses, sehingga lebih banyak memerlukan persediaan barang dalam proses.

Proses produksi dilaksanakan oleh produsen dengan cara mengkombinasikan sumber daya dengan tujuan sebagai berikut :

- a) Menghasilkan produk, baik untuk konsumsi produsen maupun keluarganya.
- b) Untuk dipasarkan dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Imran & Indriani, 2022)

### 3. Faktor-Faktor Produksi

Menurut Soekarwati (1990) istilah faktor produksi sering disebut dengan “korbanan produksi”, karena faktor produksi tersebut “dikorbankan” untuk menghasilkan produk. Semua yang diperlukan untuk membuat barang dan jasa disebut faktor produksi. Faktor produksi asli (utama) terdiri dari sumber daya alam, tenaga kerja (*labor*), modal, (*capital*), keahlian (*skill*), atau sumber daya pengusaha. Sumber daya, modal, dan keahlian disebut faktor produksi turunan. Sumber daya yang mencakup semua kekayaan alam semesta yang dapat digunakan dalam proses produksi, faktor produksi alam juga disebut sebagai faktor produksi asli (Rahmatullah et al., 2018).

Faktor-faktor produksi disebut juga sebagai input, sedangkan produk yang dihasilkan merupakan output. Jadi faktor produksi merupakan fungsi yang menggambarkan suatu hubungan antara input dan output. Secara umum digambarkan bahwa faktor-faktor produksi melibatkan berbagai faktor yang menentukan suksesnya penetapan tingkat produksi. Suksesnya suatu pencapaian tingkat output tinggi, tidak hanya ditentukan oleh mutu atau kualitas faktor produksi tersebut.

Dalam faktor-faktor produksi seperti bahan baku, modal, tenaga kerja, penggunaan lahan dan berbagai input lainnya, efektivitasnya tidak hanya ditentukan oleh jumlah yang tepat, namun juga ditentukan oleh kualitas faktor-faktor tersebut. Secara garis besar faktor produksi diklasifikasikan menjadi : faktor produksi alam, tenaga kerja, modal, dan kemampuan.

Keempat faktor produksi tersebut penting artinya dalam suatu proses produksi, dan dijelaskan sebagai berikut :

a) Tanah

Faktor produksi alam meliputi tanah, bahan tambang, mineral air dan kekuatan alam. Tanah merupakan bagian yang terpenting dalam faktor produksi alam yang dipergunakan sebagai teropang dan mengandung zat/ unsur yang berguna bagi pertanian. Faktor produksi alam disebut juga faktor produksi asli, yaitu segala sesuatu yang bisa menjadi faktor produksi, yang disediakan oleh alam dan tidak berasal dari kegiatan manusia.

b) Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja dilihat dari sudut ekonomi adalah setiap pengorbanan pikiran dan fisik yang sebagian atau seluruhnya ditujukan untuk menghasilkan barang dan jasa, atau dapat dikatakan sebagai usaha manusia yang bersifat fisik maupun pikiran yang ditujukan untuk produksi. Bersama dengan faktor produksi alam, tenaga kerja juga digolongkan sebagai faktor produksi asli. Faktor produksi tenaga kerja merupakan elemen yang mengorganisasikan proses produksi. Tenaga kerja disini mencakup tenaga kerja terdidik atau tidak, trampil atau tidak, dan tenaga terlatih atau tidak terlatih, yang semuanya dapat disumbangkan untuk memproduksi barang dan jasa

c) Modal

Faktor produksi modal adalah semua jenis barang yang dibuat untuk menunjang kegiatan produksi barang lain. Faktor produksi modal tidak termasuk faktor produksi asli, artinya tidak diproduksi oleh alam. Jadi barang modal yaitu barang yang timbul karena produksi dan yang berguna lagi untuk proses produksi selanjutnya. Mesin pabrik, peralatan produksi, dan lainlain adalah contoh dari faktor produksi. Sedangkan modal dalam pertanian dapat diartikan sebagai bentuk kekayaan baik berupa uang maupun barang yang digunakan dalam proses produksi baik langsung maupun tidak langsung. Modal pertanian di luar tanah adalah cangkul, dan alat-alat

pertanian lainnya, termasuk juga bibit, pupuk, hasil panen yang belum dijual, tanaman yang masih ada di sawah, dan lain-lain.

#### d) Pengelolaan (Manajemen)

Faktor produksi ini tidak dapat dilihat wujudnya tetapi hanya dapat dirasakan keberadaannya. Sekalipun demikian entrepreneurship merupakan satu keahlian yang sangat penting perannya dalam kegiatan produksi. Kemampuan dalam pengelolaan pertanian sangatlah penting, dalam hal ini petani harus pandai menggunakan faktor produksi secara baik agar mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam hal ini petani bertindak sebagai manajer atau pengelola, karena petani menentukan tingkat efisiensi yang dikelolanya misalnya pupuk, obat-obatan, tenaga kerja, modal dan lain-lain, bila ini tidak dikelola dengan baik peningkatan produksi akan sulit tercapai dan mengakibatkan tidak efisiensi. semua ini tergantung pada kemampuan sumber daya manusianya, kebijakan, dan langkah yang diambil dengan didukung sarana dan prasarana yang memadai (Moehar, 2002).

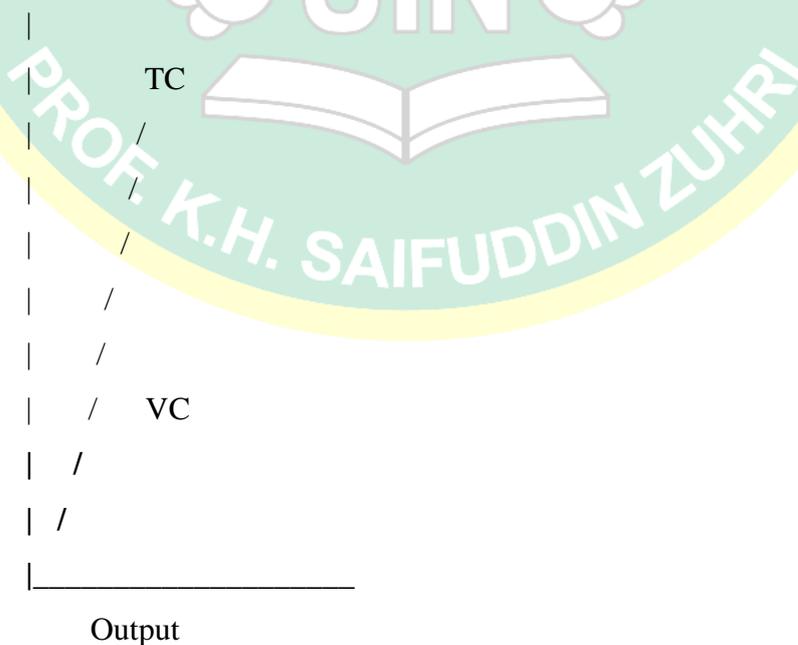
Keempat faktor produksi yang telah disebutkan diatas adalah unsur yang saling terkait dan harus bekerja sama dalam proses produksi. Namun dalam setiap proses produksi tidak harus semua faktor tersebut ada. Dalam kenyataannya proses produksi dapat berlangsung walaupun hanya menggunakan dua faktor produksi saja, misalnya mengambil buah-buahan di hutan hanya perlu dua faktor produksi saja yaitu faktor produksi alam dan tenaga kerja.

Faktor produksi juga dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu faktor produksi tetap dan faktor produksi tidak tetap. Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlahnya tidak dapat diubah dalam waktu yang relatif singkat. Ada atau tidak adanya produksi, faktor produksi ini harus tetap tersedia, misalnya : tanah, gedung, modal, teknologi. Faktor produksi tidak tetap adalah faktor produksi yang jumlahnya dapat diubah dalam waktu yang relatif singkat, seperti pupuk, bibit, pestisida, buruh harian. Faktor produksi tidak tetap dapat dikombinasikan dengan faktor produksi tetap dalam proporsi berbeda-beda, untuk menghasilkan tingkatan produksi.

Untuk menganalisa faktor produksi digunakan asumsi hanya satu faktor produksi yang berubah-ubah, dan yang lainnya tetap (Zaini, 2014).

Adapun teori biaya totalnya (TC) adalah jumlah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi sejumlah output. Teori ini menghubungkan biaya tetap dan biaya variabel dalam produksi. FC (*Fixed Cost*) atau biaya tetap : Biaya yang tidak berubah seiring dengan perubahan tingkat produksi. Contohnya adalah sewa gedung atau pembayaran gaji manajer tetap. VC (*Variable Cost*) atau biaya variabel : Biaya yang berubah tergantung pada tingkat produksi. Misalnya, biaya bahan baku atau upah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan jam kerja (Sukirno & Sadono, 2011).

Rumus Total Cost :  $TC = FC + VC$ . Artinya, biaya total merupakan penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Diagram Biaya Total : Sumbu vertikal: Biaya (rupiah, dolar, dsb.), Sumbu horizontal: Tingkat output (jumlah barang atau jasa yang dihasilkan), Kurva biaya tetap (FC) : Garis horizontal, karena biaya tetap tidak berubah seiring output. Kurva biaya variabel (VC) : Kurva naik karena biaya variabel meningkat seiring peningkatan output. Kurva biaya total (TC): Kurva yang dimulai dari titik yang sama dengan FC dan mengikuti tren VC karena biaya total merupakan penjumlahan FC dan VC.



#### 4. Strategi Produksi

Strategi produksi adalah serangkaian tujuan, rencana, dan kebijakan yang menjelaskan bagaimana fungsi produksi mendukung strategi bisnis perusahaan. Menurut Roger G. Schroeder (1993) strategi produksi merupakan cara efektif untuk menentukan arah dan dorongan dalam pengambilan keputusan. Pengembangan strategi produksi berfokus pada *customer* perusahaan, mengidentifikasi kebutuhan mereka, menganalisis kekuatan pesaing, dan menilai kemampuan adaptasi teknologi.

Analisis ini dilakukan dalam konteks analisis lingkungan eksternal. Pandangan dari Schroeder (2000) menyatakan bahwa keputusan operasi produksi berkaitan dengan proses (*process*), kapasitas (*capacity*), persediaan (*inventory*), tenaga kerja (*labor*) dan kualitas (*quality*). Kegiatan bisnis membutuhkan strategi produksi atau operasi. Adapun strateginya sebagai berikut :

- a) Keinginan dalam mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas produk.
- b) *Bargaining position* yang dilemahkan ketika suplai bahan baku, suku cadang, dan komponen.
- c) Persaingan yang lebih *power* untuk memasarkan produk yang sama, tenaga kerja profesional yang *limited* dalam bidang keahlian tertentu yang berkontribusi pada pembentukan kemampuan tertentu. (Arifianti, 2019).

Bisnis yang dijalankan dari suatu perusahaan memiliki harapan yang logis sebagai dasar dari adanya strategi perusahaan. Misalnya, perusahaan elektronik terkenal di Indonesia yang memiliki produk lampu philips dengan slogannya “terus terang philips terang terus”. Strategi bisnis (*business strategy*) dalam upaya perusahaan besar yang memiliki beberapa bisnis yang berbeda, dan dalam bersaing pada setiap segmen-segmen pasar yang berbeda juga. Setiap bisnis harus mencari dasar kepemilikan untuk siap tempur atau bersaing dalam pasar.

Treacy dan Wierserma (1995) menyebutkan ada tiga tipe umum dari strategi bisnis mencakup dekat dengan *customer*, memimpin produk dan

unggul dalam operasi. Analisis lingkungan internal seperti ketersediaan sumber daya, kultur, keahlian, sumber daya manusia, letak usaha dan keadaan fasilitas yang mengarah kepada kekuatan dan kelemahan. Sedangkan eksternalnya identifikasi peluang dan ancaman karena berkaitan dengan teknologi dan informasi, politik, regulasi / peraturan pemerintah serta kondisi sosial konsumen.

## **B. Dasar-Dasar Pemasaran**

### **1. Pengertian Pemasaran**

Menurut M. Nur Rianto al-Arif (2012), pemasaran adalah proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Definisi pemasaran yang lebih ringkas yaitu "memenuhi kebutuhan secara menguntungkan." Komponen dalam pemasaran terdapat kebijakan terpenting bagi perusahaan karena selain menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, juga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mengatur semua sumber daya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pemasaran sebagai kunci keberhasilan tujuan perusahaan. Pemasaran yang efektif merupakan hasil dari perencanaan dan pengaplikasiannya yang teliti.

### **2. Macam-Macam Pemasaran / Model Pemasaran**

- a) Pemasaran Tradisional (*Marketing Mix/4P*) : *Product* (Produk) meliputi barang atau jasa yang ditawarkan kepada pasar. *Price* (Harga) jumlah atau besaran yang dikeluarkan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. *Place* (Tempat) sebagai saluran distribusi yang digunakan untuk menyalurkan produk ke konsumen. *Promotion* (Promosi) merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa ke konsumen (McCarthy, 1960).
- b) Pemasaran Hubungan (*Relationship Marketing*) : Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan dilakukan secara fokus, dan tidak hanya penjualan jangka pendek. Hal ini mencakup strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan para konsumen,

melalui interaksi berkelanjutan dan layanan pelanggan yang memuaskan (Berry, 1983).

- c) Pemasaran Berbasis Nilai (*Value-Based Marketing*) : Tujuan utama dari pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan, dengan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kesejahteraan pelanggan dan membangun hubungan yang lebih erat. Strategi ini melibatkan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi konsumen (Kotler, Philip & Keller, 2006).
- d) Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) : Pemasaran digital memanfaatkan platform digital seperti media sosial, *web* dan *e-mail* untuk menjangkau konsumen. Hal ini melibatkan strategi seperti optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, pemasaran afiliasi, dan iklan berbayar (*adsense*) di internet (Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, 2019).
- e) Pemasaran Holistik (*Holistic Marketing*) : Pemasaran holistik mencakup empat dimensi utama yaitu pemasaran internal, pemasaran terintegrasi, pemasaran hubungan, dan pemasaran sosial. Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan perusahaan, pelanggan, serta masyarakat secara keseluruhan.
- f) Pemasaran Inbound (*Inbound Marketing*) : Menurut Brian Halligan dan Dharmesh Shah (2006), *Inbound marketing* sebagai strategi pemasaran yang fokus pada menarik pelanggan dengan membuat konten yang bernilai, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dibandingkan dengan pemasaran tradisional yang bersifat mengganggu (*outbound*), *inbound marketing* bertujuan untuk menarik perhatian konsumen secara alami.
- g) Pemasaran Hijau (*Green Marketing*) : Pemasaran hijau menurut Polonsky, Michael Jay (1994), aktivitas pemasaran yang menekankan keberlanjutan lingkungan, karena melibatkan produksi, distribusi, dan promosi produk-produk yang ramah lingkungan. Fokusnya adalah pada kepedulian terhadap lingkungan dalam setiap aspek pemasaran, agar keberlanjutan ekonomi tidak harus merusak alam.

### 3. Strategi Pemasaran

Pendekatan atau metode utama yang digunakan oleh perusahaan dalam aktivitas pemasaran disebut strategi pemasaran. Informasi yang diperoleh dari analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*SWOT*) digunakan untuk mempertimbangkan strategi secara menyeluruh. Kotler dan Armstrong (2008) mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah logika pemasaran di mana perusahaan berharap untuk membuat nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

Kurtz (2008), menyatakan strategi pemasaran adalah program perusahaan secara keseluruhan untuk menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membuat kombinasi elemen dari *marketing mix* (*product, distribution, promotion, and price*). Namun, menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah alat penting untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menciptakan keunggulan daya saing yang konsisten melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar tersebut (Haque-fawzi et al., 2022).

Sedangkan, Kotler (2000), diferensiasi produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan keunggulan kompetitif. Tujuan strategi pemasaran adalah sebagai berikut :meningkatkan koordinasi tim pemasaran, alat untuk mengukur pencapaian hasil pemasaran sesuai dengan standar prestasi, dasar yang logis untuk pengambilan keputusan pemasaran dan meningkatkan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika di dalam pemasaran. Kemudian, penerapan strategi pemasaran ada beberapa metode yang digunakan yaitu :

- 1) Partnership yaitu *collaboration* dengan pihak tertentu dengan tujuan *win-win solution*. Strategi pemasaran ini dinilai ramah kantong karena sesuai keunggulan sumber daya yang ada dan lebih berpeluang untuk berhasil.
- 2) *Endors influencer* menggunakan sistem kontrak atau perjanjian kerjasama untuk mempromosikan produknya melalui *platform* digital.

- 3) Melibatkan karyawan dengan cara membuat konten atau iklan lucu yang menambah rasa memiliki dan bangga dari karyawan terhadap usaha atau bekerjanya.
- 4) Menjaga konsumen artinya memastikan kepuasan guna mengikat loyalitas dari pelanggan, dan menciptakan *positive review* yang berujung meningkatnya nilai transaksional yang berakhir dengan sebuah keuntungan untuk perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) strategi penentuan harga berdasarkan pesaing bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara profitabilitas dan daya tarik produk di mata konsumen. Walaupun produk yang dijual memiliki kualitas yang lebih baik, penting untuk menjaga harga tetap terjangkau agar tidak memicu eksklusivitas yang berlebihan dan tetap dapat bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain. Menurut Zeithaml et al. (2009), memberikan insentif kepada pelanggan setia merupakan upaya menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Strategi promosi menurut Kotler dan Keller (2016) tentang promosi berbasis pengalaman pelanggan, di mana pelanggan yang merasa puas cenderung merekomendasikan produk kepada jaringan mereka, selain itu kepercayaan pelanggan juga dapat meningkatkan hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen. Kepuasan pelanggan dan keadilan dalam distribusi produk menjadi prioritas utama Sheth & Parvatiyar (1995). Pemasaran berkelanjutan, yang berfokus pada hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen, serta pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab (Peattie & Crane, 2005).

## C. Kesejahteraan

### 1. Definisi Kesejahteraan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) makna kesejahteraan adalah hal atau keadaan sejahtera, keamanan, keselamatan, ketentraman, kemakmuran dan sebagainya. Sedangkan kesejahteraan sosial juga telah diatur oleh negara dan tercantum dalam Undang-Undang No. 11 tahun 2009

tentang Ketentuanketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial, Pasal 1 Ayat 1 yang berbunyi “Kesejahteraan sosial ialah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsisosialnya”. Menurut Sen (1999), kesejahteraan seseorang dapat dilihat dari kebebasan yang dimilikinya untuk menjalani hidup yang diinginkannya.

Kesejahteraan merupakan suatu hal yang bersifat subjektif, sehingga setiap keluarga atau individu di dalamnya akan memiliki nilai yang berbeda tentang faktor-faktor yang menentukan tingkat kesejahteraan daripada individu (BKKBN, 2015). Habibullah (2020) mengatakan bahwa terpenuhinya kebutuhan dasar dan peningkatan daya beli adalah dua aspek yang membentuk kesejahteraan petani. Sebaliknya, Simatupang dan Maulana (2008) dan Wartyo (2015) mengatakan bahwa struktur pendapatan petani juga mempengaruhi tingkat kesejahteraan petani, yang ditunjukkan oleh upah yang diterima buruh dan kemampuan taraf daripada tingkat daya beli rumah tangga petani (Yacoub & Mutiaradina, 2020).

## **2. Prinsip dan Faktor Kesejahteraan**

Prinsip kesejahteraan adalah sebagai berikut:

- a) Kepentingan kelompok masyarakat harus lebih penting daripada kepentingan pribadi
- b) Mengatasi kesulitan harus lebih penting daripada mendapatkan keuntungan; dan
- c) Kerugian besar tidak dapat diterima demi mengorbankan keuntungan yang kecil.

Dalam etika Islam, kesejahteraan seseorang diterima selama tidak bertentangan dengan kepentingan umum atau melanggar hak-hak orang lain. Dalam Al-Qur'an tercantum hal-hal berikut menyebabkan kesejahteraan adalah keadilan dan persaudaraan secara keseluruhan, nilai-nilai sistem ekonomi, dan keadilan dalam pembagian pendapatan (Mahadewi, 2022).

### 3. Indikator Kesejahteraan

Menurut Nasikun (1993), indikator kesejahteraan dapat digambarkan sebagai makna dari konsep martabat manusia melalui empat indikator: rasa aman (*security*), kesejahteraan (*welfare*), kebebasan (*freedom*), dan jati diri. Adapun menurut Badan Pusat Statistik, beberapa indikator digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan sosial rumah tangga sebuah wilayah. Indikator-indikator ini termasuk tingkat pendapatan keluarga, komposisi pengeluaran rumah tangga dengan membandingkan pengeluaran pangan dan non pangan, tingkat pendidikan keluarga, tingkat kesehatan keluarga, dan kondisi rumah serta kondisi fasilitasnya.

Ukuran yang digunakan berbagai negara untuk tingkat kesejahteraan masyarakat yaitu IPM (Indeks Pembangunan Manusia) / *HDI (Human Development Index)*. HDI sebagai suatu tolak ukur angka kesejahteraan suatu daerah atau negara yang dilihat berdasarkan tiga dimensi yaitu: angka harapan hidup pada waktu lahir (*life expectancy at birth*), angka melek huruf (*literacy rate*), rata-rata lama sekolah (*mean years of schooling*), dan kemampuan daya beli (*purchasing power parity*). Indikator angka harapan hidup mengukur kesehatan, indikator angka melek huruf penduduk dewasa dan rata-rata lama sekolah mengukur pendidikan dan terakhir indikator daya beli mengukur standar hidup (UNDP, 1990).

Adapun indikator kesejahteraan rakyat, yaitu : 1. kependudukan (*population*), 2. kesehatan dan gizi (*health and nutrition*), 3. pendidikan (*education*) 4. ketenagakerjaan (*employment*) 5. taraf dan pola konsumsi (*consumption level and patterns*), 6. perumahan (*housing*) 7. kemiskinan (*poverty*), 8. sosial lainnya (*other social concerns*) (Badan Pusat Statistik, 2023).

Secara lebih merinci bahwa fungsi kesejahteraan *W (welfare)* dengan persamaan sebagai berikut :  $W = W(Y, I, P)$ . Dimana (Y) adalah pendapatan perkapita, (I) merupakan ketimpangan dan (P) sebagai kemiskinan absolut. Ketiga variabel ini mempunyai signifikansi yang berbeda, dan harus diperhitungkan secara menyeluruh untuk menilai

kesejahteraan negara berkembang. Maka dari itu, sesuai fungsi persamaan di atas, kesejahteraan sosial berhubungan positif dengan pendapatan perkapita, namun berhubungan negatif dengan kemiskinan.

Menurut WHO (1946), kesehatan adalah keadaan sejahtera fisik, mental, dan sosial, yang mendukung pemenuhan potensi individu dalam masyarakat. Ketahanan pangan di tingkat rumah tangga dapat meningkatkan kualitas hidup, seperti yang dinyatakan oleh FAO (2008) yang menjelaskan pentingnya akses terhadap pangan yang cukup dan bergizi bagi kesejahteraan.

## **D. Usaha Tani**

### **1. Pengertian Usaha Tani**

Mosher (1968) mengatakan bahwa usaha tani adalah pertanian rakyat dari kata "*farm*". Dr. Mosher mendefinisikan "*farm*" sebagai suatu tempat atau sebagian dari permukaan bumi di mana seorang petani tertentu, baik itu pemilik atau hanya manajer yang digaji, menjalankan pertanian. Usaha tani terdiri dari semua sumber alam yang ada di lokasi yang diperlukan untuk pertanian, seperti tanah dan air dan sinar matahari serta bangunan di atasnya. Usaha tani didefinisikan sebagai tempat di mana sekumpulan orang yang berusaha mengelola unsur-unsur produksi seperti alam, tenaga kerja, modal, dan ketrampilan dengan tujuan menghasilkan sesuatu di lapangan pertanian, menurut Kadarsan (1993).

Usaha tani adalah kombinasi organisasi antara faktor produksi seperti lahan, tenaga kerja, modal, dan manajemen dengan tujuan menghasilkan produk pertanian. Menurut (Djamali, 2000) usaha tani adalah jenis interaksi antara manusia dan alam di mana saling mempengaruhi terjadi antara manusia dan alam sekitarnya. Selanjutnya, ada beberapa definisi usaha tani sebagai subsistem produksi: 1) usaha tani sebagai seni (*art*), 2) usaha tani sebagai ilmu (*science*), 3) usaha tani sebagai cara hidup (*way of life*), dan 4) usaha tani sebagai usaha ekonomi (*business*).

Dalam produksi, usaha tani mengikuti tritunggal "manusia, tanah, tanaman, dan hewan". Dalam perkembangannya, usaha tani mencakup lebih dari tiga unsur di atas. Ini termasuk lahan atau tanah, tenaga kerja dan modal, tanaman dan ternak, alat-alat pertanian, kelembagaan, dan kebijakan pertanian. Kemudian, Altieri (2002), di mana diversifikasi dalam waktu panen dapat menjaga keseimbangan ekosistem pertanian dan mengurangi risiko kerusakan akibat hama atau cuaca ekstrem. Menurut R. P. Pimentel dan D. Pimentel (2006), pertanian berkelanjutan mengutamakan pengelolaan sumber daya alam secara optimal untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## **2. Klasifikasi Usaha Tani**

- a) Pola usaha pertanian terbagi menjadi dua kategori : sawah basah dan sawah kering. Ada beberapa sawah atau lahan yang irigasi dipengaruhi oleh jenis pengairannya. Jenisnya seperti sawah atau lahan dengan pengairan teknis, sawah atau lahan dengan pengairan setengah teknis, sawah atau lahan dengan pengairan sederhana, sawah atau lahan dengan pengairan tadah hujan, dan sawah atau lahan pasang surut, yang biasanya terjadi di dekat muara sungai.
- b) Tipe usaha tani terdiri dari klasifikasi tanaman disebut berdasarkan jenis tanaman dan cara penyesuaiannya. Contohnya ada padi dan palawija (sereal, umbi-umbian, jagung) adalah dua jenis usaha tani.
- c) Pola tanam :
  - 1) Usaha tani monokultur, yang berarti hanya satu jenis tanaman sayuran ditanam di satu area. Pola ini melarang tanaman lain dari jenis yang di lahan yang sama. Bisnis tanaman adalah tujuan dari pola tanaman ini. Oleh karena itu, perawatan tanaman di lahan diperhatikan secara maksimal (Nazaruddin, 1994). Mengusahakan tanaman tunggal pada waktu tertentu di atas sebidang tanah disebut monokultur, menurut Makeham dan Malcoim (1990).

- 2) Usaha tani campuran, juga dikenal sebagai "tumpangsari", di mana dua atau lebih jenis sayuran ditanam bersama dalam satu area tanah. Jenis sayuran yang digabungkan dapat sangat berbeda. Pola tanam ini dimaksudkan untuk menggunakan lahan semaksimal mungkin (Ruthenberg, 1980).
- 3) Usaha tani bergilir adalah sistem pertanian yang melibatkan penggunaan lahan secara bergantian untuk menanam tanaman berbeda atau membiarkannya kosong untuk periode waktu tertentu. Ini merupakan praktek penting dalam menjaga kesuburan tanah, mengendalikan hama dan penyakit, serta meningkatkan keanekaragaman hayati.

### 3. Struktur Usaha Tani

Struktur usaha tani menunjukkan bagaimana suatu komoditas pertanian diusahakan. Ada tiga cara utamanya yaitu :

- a) Usaha tani khusus artinya berfokus pada satu jenis komoditas dalam satu lokasi.
- b) Usaha tani tidak khusus, dimana berganti-ganti lahannya atau varietas tanamannya secara periodik
- c) Usaha tani campuran yaitu menggabungkan dua atau lebih jenis varietas tanaman, seperti tumpangsari dan tumpang gilir, atau menggabungkan dua komoditas dengan pola berbeda, seperti hortikultura yang masuk ke dalam *mix farming*.

### 4. Bentuk Usaha Tani

Bentuk usaha tani dibedakan berdasarkan siapa yang menguasai faktor produksi, yaitu :

- 1) Usaha tani perorangan yaitu faktor produksi seperti modal, tanah, tenaga kerja dimiliki atau dikuasai oleh satu orang. Hasil produksi sepenuhnya ditentukan oleh orang tersebut.
- 2) Usaha tani koperatif adalah faktor produksi yang dimiliki secara bersama oleh sekelompok orang yang tergabung dalam koperasi, maka hasilnya ditujukan dan dibagi berdasarkan besar kecilnya kontribusi dari pencurahan faktor yang lain. Program usaha tani dan pembagian hasil

ditentukan melalui musyawarah bersama seluruh anggota koperasi (Shinta, 2011).

## E. Landasan Teologis

### 1. Produksi Menurut Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan produksi tidak hanya sebatas aktivitas ekonomi, tetapi juga berkaitan erat dengan manusia dan eksistensinya. Produksi diartikan sebagai upaya menciptakan kekayaan dengan memanfaatkan sumber daya alam. Proses ini melibatkan manusia sebagai pelaku utama dalam memanfaatkan sumber daya alam untuk menghasilkan barang dan jasa. Penting untuk diingat bahwa produksi dalam Islam haruslah menghasilkan barang dan jasa yang halal dan baik (menguntungkan), sesuai dengan nilai-nilai Islam. Artinya, kegiatan produksi harus menghindari hal-hal yang dilarang oleh Islam, seperti riba, perjudian, dan penipuan. (Haneef, 2010).

Dalam perspektif ini, berproduksi berarti menciptakan dan atau meningkatkan nilai dari suatu barang/jasa tertentu. Penting untuk memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan syariat Islam yaitu halal dan juga bermanfaat. Aktivitas produksi bukan sekadar menciptakan sesuatu yang belum ada secara fisik, tetapi lebih mengacu pada kemampuan manusia dalam menghasilkan produk atau barang yang bermanfaat melalui aktivitas produksi. Hal ini karena seseorang tidak bisa menciptakan sesuatu yang benar-benar baru (Turmudi, 2020). Membuat suatu barang atau produk yang bermanfaat berarti menghasilkan suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan memiliki nilai tawar yang signifikan (Tila dkk., 2020). Dalam ekonomi Islam, konsep produksi sebagai berikut :

- a. Akidah terbagi dibagi menjadi *ilahiyyah dan rabbaniyyah*, dalam rabbaniyyah mencakup konsep *istikhaf*, dan manusia sebagai khalifah dan selaras dengan *al-maqasid al-syari'ah* yang berisikan : menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan dan menjaga harta.

- b. *Fardhu kifayah* dan *fardhu kaidah* masuk ke dalam syariah (hukum Islam).
- c. Produksi dengan sepenuh akhlak menerangkan bahwa seharusnya : menghindari *negative externalities*, efisiensi sumber daya alam, inovasi, dan menjadikan *dharuriyat* paling utama dan kemaslahatan sebagai tujuan. Adapun kebaikan itu sendiri untuk kemaslahatan individu, keluarga, masyarakat, makhluk hidup dan kemaslahatan bumi.

Tujuan produksi dalam perspektif Fiqh Ekonomi khalifah Umar bin Khatab adalah sebagai berikut :

- a. Memaksimalkan keuntungan dengan bijaksana artinya tujuan produksi bukan sekadar menghasilkan barang atau jasa secara urtin, tetapi juga mengutamakan realisasi keuntungan yang optimal. Dengan ini, setiap produksi harus dirancang dan dijalankan dengan pertimbangan yang cermat guna mencapai hasil yang menguntungkan. Namun, pencapaian keuntungan ini tidak boleh diartikan sebagai pengejaran keuntungan secara berlebihan seperti dalam paham kapitalis, yang seringkali mengabaikan aspek keadilan dan kesejahteraan sosial.
- b. Menjamin kemandirian dan menghindari ketergantungan karena Khalifah Umar bin Khatab dengan bijaksana mengajarkan pentingnya hal tersebut. Menekankan wahna seseorang yang mampu bekerja tidak boleh meminta-minta kepada orang lain, hal ini mendorong kaum muslim bersandar kepada kemampuan diri sendiri dan tidak berharap kepada harta orang lain yang bukan haknya dan tentu dapat menjalankan aktivitas yang dapat memenuhi kebutuhan dirinya sendiri dan keluarga secara maksimal hingga kehidupan berjalan secara layak dan sejahtera.
- c. Melindungi harta dan mengembangkan harta untuk kemakmuran yaitu karena dalam Islam harta memiliki peranan pokok. Harta bukan hanya sekadar alat pemuas kebutuhan duniawi, tetapi juga menjadi fondasi untuk menegakkan agama dan menjalankan kehidupan yang bermakna. Umar R.A menekankan urgensi harta dalam berbagai aspek kehidupan tentang bagaimana secara bijak dalam melindungi dan mengembangkan

harta agar dapat digunakan untuk kebaikan dunia dan akhirat. Harta yang dikelola dengan baik akan menghasilkan kemuliaan, kehormatan dan keamanan bagi pemiliknya, serta dapat menjadi benteng bagi keimanannya (Turmudi, 2020).

Dalam ranah produksi, terdapat tuntutan moral yang mendalam untuk memastikan bahwa setiap langkah, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pemasaran produk, selaras dengan nilai-nilai luhur Islam. Aktivitas produksi bijaknya dijalankan dengan mencari sumber-sumber yang halal dan baik untuk diubah menjadi produk yang bermanfaat. Sumber-sumber ini harus bebas dari segala bentuk ketidakbersihan dan kemungkaran yang dilarang oleh syariat.

Dalam aktivitas produksi yang sesuai dengan prinsip Islam, pemilihan sumber bahan baku adalah langkah pertama yang sangat krusial. Bahan baku yang digunakan harus berasal dari sumber yang halal, artinya tidak melibatkan sesuatu yang diharamkan, baik dari segi zat maupun cara memperolehnya. Hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kehalalan bahan itu sendiri, hingga keabsahan transaksi yang dilakukan untuk mendapatkannya. Sumber-sumber bahan baku harus diperoleh dengan cara yang jujur, adil, dan bebas dari unsur-unsur riba, penipuan, atau ketidakadilan, yang secara tegas dilarang dalam syariat Islam. Produk terbebas dari unsur-unsur yang diharamkan oleh syariat. Sesuai dengan yang dijelaskan dalam Al Quran Surat Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Terjemahan Kemenag 2019*

*Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata (Q.S Al-Baqarah/2:168).*

Dalam tafsir Ibnu Katsir, ayat suci ini mengungkap peran Allah SWT sebagai pemberi rezeki bagi seluruh makhluk, termasuk manusia. Allah SWT dengan penuh kasih sayang menganugerahkan kepada manusia nikmat berupa kebebasan mengkonsumsi segala sesuatu yang tersedia di alam, selama hal tersebut halal dan baik. Manusiaizinkan untuk menikmati rezeki-Nya dengan penuh syukur dan bijaksana. Tipu daya setan berusaha menyesatkan manusia dengan mengharamkan apa yang dihalalkan Allah SWT dan menjerumuskan ke dalam kesesatan dengan mengumbar hawa nafsu serta keinginan duniawi. Akal dan hati nurani sebagai anugerah yang diberikan Allah SWT untuk manusia, dengan hal tersebut manusia dituntut untuk menerima rezeki Allah SWT dengan penuh ketaatan dan syukur serta menghindari sikap serakah dan tamak, dengan menjalankan hidup yang penuh kesederhaan dan kepuasan dalam batas wajar. (Ilmia & Ridwan, 2023).

Dalam surah Al Baqarah ayat 168, Firman Allah SWT menguraikan aspek halal dan kebaikan yang ada dalam pembuatan barang dan jasa. Mengenai prinsip *halal* dan *thoyyibah*, itu berarti mengikuti prinsip syariah. Produsen dapat dikategorikan ke dalam kategori etika bisnis syariah atau perilaku bisnis syaria'ah atau perilaku bisnis syaria'ah jika mereka melakukan hal-hal seperti menghindari kezhaliman, seperti menimbun barang agar harganya naik (*ihtikar*), curang (*tadlis*), atau menggunakan faktor produksi atau bahan mentah yang merusak alam. (Bank Indonesia, 2024).

عَنْ التُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: إِنَّ  
الْحَلَالَ بَيْنَ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيْنَ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ  
فَقَدِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرَعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ

أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمِّي، أَلَا وَإِنَّ حِمِّيَ اللَّهِ مَحَارِمُهُ (HR. Al-Bukhari, dari Nu'man bin Basyir R.A.)

Hadits ini menekankan pentingnya menjauhi perkara-perkara *syubhat* (samar-samar) untuk menjaga diri dari jatuh ke dalam yang haram.

## 2. Pemasaran Menurut Islam

Pemasaran dalam islam sebagai kebijaksanaan memuaskan kebutuhan produk dan layanan sehat, murni dan halal dengan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli untuk tujuan mencapai kesejahteraan material dan spiritual di dunia dan akhirat serta membuat konsumen sadar akan hal itu melalui perilaku baik pemasar dan periklanan yang etis. Hal ini termaktub dalam Surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan Kemenag 2019

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa ayat/4 : 29).

Memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil dilarang secara tegas dalam surah An-Nisa ayat 29, yang berkaitan dengan hal-hal yang mengandung kemaksiatan. Ayat di atas menjelaskan larangan Allah SWT mengenai keburukan yaitu *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), *riba* (bunga) atau “*maghrib*”.

*Tafsir An-Nasafi* karya Imam Nasafi, menyebutkan maksud dari larangan memakan harta yang batil yaitu cara atau sesuatu yang tidak dibolehkan oleh syariat, seperti perampasan, pencurian, khianat dan segala akad yang mengandung riba. *Tijarah* yaitu perniagaan, yang mana disebutkan sebagai cara memperoleh atau mendapatkan harta yang benar dan sesuai syariat. Namun, perdagangan yang dimaksud tidak hanya sekedar transaksi jual dan beli barang atau jasa tertentu tanpa memperdulikan kondisi dari pembeli. Prinsip yang harus tercapai di sini adalah suka sama suka (*'an tradin minkum*). Dalam *fiqh*, tolak ukur dari suka sama suka yaitu terlaksananya ijab dan *qabul*. Dalam konteks transaksi jual beli, ijab merupakan pernyataan tegas dan lugas dari pemilik barang atau jasa yang menyatakan kesediaannya untuk menyerahkan kepemilikan atas barang atau jasa tersebut kepada pihak lain. *Qabul*, di sisi lain, adalah pernyataan tegas dari pihak penerima yang menyatakan kesediaannya untuk menerima kepemilikan atas barang atau jasa tersebut dari pihak pemilik. Ijab dan *qabul* merupakan dua pilar utama dalam transaksi jual beli, menandai persetujuan dan kesepakatan antara kedua belah pihak. Ijab merupakan pernyataan awal yang membuka jalan bagi terjadinya transaksi, sementara *qabul* merupakan tanggapan yang menetapkan kesepakatan dan menghasilkan ikatan hukum antara kedua belah pihak.

Dalam konteks pemasaran digital, khususnya dalam implementasi *e-commerce*, para pelaku bisnis online yang mengusung nilai-nilai Islam perlu memahami tantangan utama yang dihadapi dalam pemasaran Islam di dunia saat ini (Jan & Wan, 2018). Tantangan tersebut meliputi:

1. Mendefinisikan merek Islami sebagai *branding* yang ramah dan selaras dengan pedoman syariah. Akan tetapi, definisi merek Islami ini masih bisa diperluas dan disempurnakan, tergantung pada interpretasi masing-masing terhadap konsep merek.
2. Permasalahan terkait halal, mencakup kualitas, desain, karakteristik, merek, kemasan, ukuran dan lain-lain.

3. Tantangan selanjutnya terletak pada aspek keutuhan dari legalitas, yaitu bagaimana mengintegrasikan ajaran Islam ke dalam hukum modern. Secara teoritis, praktek pemasaran kontemporer sebagian besar dianggap sah berdasarkan prinsip etika Islam (Arham, 2011). Oleh karena itu, para pemasar memiliki peluang untuk meraih kesuksesan dengan menggabungkan prinsip-prinsip Islam secara efektif dalam praktek pemasaran kontemporer. Keberhasilan pemasaran digital terletak pada kemampuan untuk mencapai kepuasan pelanggan melalui saluran elektronik. (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Dalam Islam, transaksi perdagangan yang dilakukan dengan senang bersama dan saling ridha dibolehkan dan dihalalkan. Namun, meskipun transaksi atas dasar suka sama suka dibolehkan, ada beberapa catatan khusus dari Al-Qur'an dan hadits yang mengharamkan jual beli minuman keras (*khamar*), bangkai, dan daging babi. Menurut surah Al-Qashash ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahan Kemenag 2019

*Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S Al-Qashash /28 : 77).*

Kemudian, Rasulullah SAW bersabda:

رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ، وَإِذَا اشْتَرَى، وَإِذَا اقْتَضَى

"Semoga Allah merahmati seseorang yang toleran ketika menjual, ketika membeli, dan ketika menagih haknya." (HR. Al-Bukhari (2076)).

Dalam Islam, menganjurkan sikap toleran dan ramah dalam transaksi jual beli. Seorang pedagang harus bersikap mudah dan tidak kaku, baik ketika menjual maupun membeli, serta bersikap adil saat menagih pembayaran.

### 3. Kesejahteraan Menurut Islam

Dalam pandangan Islam, kesejahteraan dimaknai dengan istilah "*falah*", yang merujuk pada kesejahteraan holistik dan seimbang antara dimensi material dan spiritual, individual dan sosial. *Falah* mencakup kesejahteraan di dunia dan akhirat. Kesejahteraan di dunia meliputi:

- a) Kelangsungan hidup (*Survival/Baqa*) : terpenuhi kebutuhan dasar manusia seperti pangan, sandang, dan papan.
- b) Kebebasan dari kemiskinan (*Freedom from Want/Ghana*): memaksimalkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan layak dan terbebas dari kemiskinan.
- c) Kekuatan dan kehormatan (*Power and Honour/'Izzah*) : memiliki kekuatan dan kehormatan di mata manusia dan Allah SWT.

Sedangkan, kesejahteraan di akhirat meliputi:

- a) Kelangsungan hidup yang abadi artinya mendapatkan kehidupan abadi di surga.
- b) Kesejahteraan abadi dengan menikmati kenikmatan surga yang tak terhingga.
- c) Kemuliaan abadi dengan upaya mendapatkan kemuliaan dan kehormatan di hadapan Allah SWT. Sebagaimana Allah menyatakan dalam Al Qur'an surah Al-Baqarah ayat 201 sebagai berikut :

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ

النَّارِ

*Terjemahan Kemenag 2019*

*Di antara mereka ada juga yang berdoa, “Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat serta lindungilah kami dari azab neraka.” (Q.S Al-Baqarah /2 : 201).*

Dalam kehidupan di dunia, ada tiga cakupan dari *falah* itu sendiri seperti : kelanjutan hidup, kebebasan mencapai keinginan yang *haqiqi*, dan kekuatan serta kehormatan. sedangkan dalam kehidupan akhiratnya mencakup kelangsungan hidup, kesejahteraan, kemuliaan dan keselamatan yang abadi (Damiri, 2020).

Rasulullah SAW bersabda:

الْمُسْلِمُ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ وَالْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ مَا كَتَبَ اللَّهُ عَنْهُ

*"Barangsiapa di antara kalian yang berada dalam keadaan aman di rumahnya, sehat badannya, dan memiliki makanan untuk hari itu, maka seolah-olah dunia telah dikumpulkan untuknya." (HR. Tirmidzi (2346) dan Ibnu Majah (4141)).*

Hadits ini menekankan bahwa kesejahteraan hidup tidak semata-mata diukur dari kekayaan yang melimpah atau harta benda yang banyak, bahwa dianggap sebagai anugerah yang besar, seolah-olah dunia dan segala isinya telah terkumpul untuk orang tersebut. Maka dari itu, poin kesejahteraan adalah :

- a) Keamanan di rumah : Hidup dalam kondisi aman tanpa ancaman dari luar, seperti perang, kekerasan, atau kriminalitas, adalah nikmat besar. Keamanan memberikan ketenangan batin dan stabilitas sosial, memungkinkan seseorang untuk menjalani kehidupan dengan tenang dan damai.
- b) Kesehatan badan : Kesehatan adalah salah satu nikmat paling berharga yang sering kali tidak disadari hingga hilang. Seseorang yang sehat dapat melakukan aktivitas sehari-hari, bekerja, beribadah, dan menikmati hidup. Tanpa kesehatan, harta dan kekayaan pun tidak akan terasa bermanfaat.

- c) Makanan untuk hari itu: Cukupnya makanan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari adalah simbol kecukupan hidup. Rasulullah SAW mengingatkan kita untuk tidak selalu berfokus pada harta yang berlebihan, tetapi pada nikmat-nikmat yang mendasar yang telah diberikan oleh Allah SWT, yang sering kali dilupakan.

## F. Kajian Pustaka

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1.	Analisis Usaha tani Buah Naga Di Kecamatan Tambang Ulang Kabupaten Tanah Laut (Studi Kasus Usaha tani Buah Naga Bapak Maksum) (Purwanto et al., 2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha tani buah naga milik Bapak Maksum harus mengeluarkan total Rp59.159.250,00 selama satu tahun produksi, dengan jumlah penerimaan sebesar Rp107.010.000,00, dan memperoleh keuntungan sebesar Rp47.850.750,00 selama satu tahun produksi atau empat kali pemanenan.	Persamaan : Topik penelitian membahas tentang budidaya buah naga (ekonomi pertanian) dan fokus terhadap usaha tani seseorang. Perbedaan : Lokasi penelitian dan model pembahasan
2.	Faktor Penentu Produksi Tanaman Buah Naga Merah ( <i>Hylocereus Polyrhizus</i> ). Studi Kasus : Desa Kolobolon Kecamatan Lobalain	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga faktor penting yang mempengaruhi produksi tanaman buah naga daging merah ( <i>Hylocereus</i>	Persamaan : Fokus topik produksinya. Perbedaan :

	Kabupaten Rote Ndao) (Ayu et al., 2023)	polyrhizus) adalah pupuk organik, tenaga kerja, dan jumlah tanaman. Faktor produksi lainnya, seperti pestisida dan luas lahan, tidak memiliki pengaruh yang signifikan.	Lokasi penelitian dan pembahasannya tidak mencakup topik pemasarannya.
3.	Dilema Petani: Pengejaran Keuntungan atau Bertahan Dalam Pertanian Buah Naga (Meyliani & Yuswadi, 2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertanian buah naga memiliki potensi keuntungan maksimal jika petani memiliki etos kerja yang lebih tinggi untuk menemukan cara, teknik, dan strategi untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil produksi	Persamaan : Membahas keuntungan dalam pertanian buah naga Perbedaan : Teori yang digunakan adalah teori tentang rasionalitas petani menurut Popkin (1979)
4.	Analisis Kelayakan Pada Usaha tani Buah Naga di Desa Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember (Hidayatullah, 2021)	Dengan menyesuaikan objek yang diteliti, hasil penelitian dia akan lebih baik. Aspek kelayakan finansial yang diteliti diukur dengan menggunakan alat analisis Gross B/C, Net B/C Ratio, waktu pengembalian, Nilai Net Present Value, Internal Rate of Return, dan analisis sensitivitas. Penelitian	Persamaan : Mengangkat mengenai kelayakan dan keuntungan dalam pertanian buah naga Perbedaan : Alat analisis, lokasi penelitian, dan metode penelitian

		menunjukkan nilai NPV sebesar Rp 1.213.493.768, Net B/C sebesar 6,46, Gross B/C sebesar 3,44, IRR sebesar 73%, PR sebesar 14,64, dan analisis sensitivitas menunjukkan bahwa ketika kenaikan harga sebesar 5% dan 10%.	
5.	Strategi Peningkatan Kesejahteraan Petani di Kabupaten Temanggung : Sebuah Analisis SWOT (Waluyo et al., 2023)	Menurut penelitian tersebut, memperpanjang rantai pemasaran tembakau kering, memperbanyak festival, bekerja sama dengan orang lain, dan mengelola pasca panen adalah beberapa cara untuk memperbaiki analisis SWOT.	Persamaan : Analisis dan Kesejahteraan Petani Perbedaan : Objek penelitian dan lokasi penelitian.

*Sumber : Data sekunder yang diolah. 2024*

Berdasarkan olah data kajian pustaka tersebut peneliti memiliki kesamaan mengenai analisis dan produksi buah naga sebagai penunjang kesejahteraan usaha tani, dan dari penelitian terdahulu dapat memperkuat peneliti untuk melakukan observasi lebih dalam mengenai topik strategi peningkatan produksi dan pemasaran dalam meningkatkan kesejahteraan sub usaha tani buah naga di Desa Pekunden Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, diantaranya metode penelitian yang digunakan, variabel penelitian, subjek

dan objek penelitian, alat analisis serta teknik pengumpulan data. Dengan perbedaan tersebut, peneliti harus lebih mengkaji secara mendalam dan teliti menelaah serta memvalidasi penelitian ini sehingga dapat menjadi bahan referensi terbaru dan evaluasi untuk penelitian selanjutnya yang linear.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif menggunakan alat analisis lapangan (*field research*). Bodgan dan Taylor (1992) mengatakan bahwa bentuk penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan berupa data deskriptif yang memuat ucapan, tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Penelitian lapangan yaitu penelitian tentang manusia dan kejadian serta latar secara mendalam. Dalam penelitian kualitatif, peneliti membutuhkan waktu yang lama di lapangan, mencatat dengan teliti apa saja yang terjadi di lapangan, melakukan analisis terhadap dokumen yang ditemukan di lapangan, kemudian menyusun laporan penelitian secara detail (Sugiyono, 2023).

Analisis data yang dilakukan pada penelitian kualitatif bersifat induktif dengan didasarkan pada segala fakta yang ditemukan kemudian disusun menjadi hipotesis atau teori (Sugiyono, 2023). Metode penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini bertujuan menggambarkan secara mendalam tentang kasus yang diteliti (Sujarweni, 2023).

Penelitian ini mengkaji secara terbuka, fleksibel dan tidak terstruktur ketika di lapangan, hal tersebut terkait perihal peneliti mempunyai peluang menentukan fokus kajian (Nugrahani, 2014). Data diperoleh dari observasi sangat mendalam sehingga memerlukan waktu berlama-lama di lapangan, wawancara dengan anggota kelompok budaya secara mendalam, mempelajari dokumen atau artifak secara jeli (Murdiyanto, 2020). Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian akan dilaksanakan dengan pengamatan kepada objek dan terjun langsung untuk melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini fokus mengkaji

tentang strategi peningkatan produksi dan pemasaran untuk mengetahui kesejahteraan pada usaha tani buah naga Pak Trisno dan kemudian hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan juga bisa menjadi *database* perusahaan serta arsip bagi usaha tani buah naga Pak Trisno tersebut.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di kebun buah naga Pak Trisno yang beralamat di Jalan Pekunden, Karangturi, Desa Pekunden, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas. Lokasi usaha tersebut dekat dengan permukiman warga walaupun sudah berada di ujung selatan batas tanah desa, sehingga menimbulkan beberapa dampak bagi masyarakat dan keadaan sekitar. Hal tersebut berkaitan dengan kesejahteraan usaha tani karena di dalam usaha tersebut terdapat karyawan yang merupakan masyarakat sekitar usaha tani tersebut. Sedangkan untuk waktu penelitian dilakukan dari bulan Juli-September 2024.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dengan mengacu kepada sumber data primer dan sekunder. Data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data yang diperoleh pada jenis kualitatif bisa melalui berbagai macam cara dalam teknik pengumpulannya, misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip). Bentuk lain data kualitatif adalah gambaran yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video (Siyoto & Sodik, 2015).

Sumber data berasal darimana perolehan data penelitian tersebut dikumpulkan. Berdasarkan sumbernya, data penelitian dibagi menjadi seperti berikut:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, atau data hasil wawancara peneliti terhadap narasumber

(Sujarweni, 2023). Pada penelitian ini, data primer yang digunakan berasal dari hasil observasi dan wawancara kepada Pak Trisno.

2. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari buku, dokumen, skripsi, dan jurnal artikel yang relevan dengan penelitian (Sujarweni, 2023). Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari membaca buku, jurnal artikel, penelitian terdahulu dan sumber lainnya yang sesuai serta dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini.

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian merujuk pada sumber data yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan. Subjek ini bisa terdiri dari individu, kelompok, atau entitas yang memberikan keterangan kepada peneliti. Dalam konteks penelitian sosial, misalnya, subjek penelitian dapat berupa responden yang diwawancarai, petugas di lapangan, atau bahkan pemangku kebijakan yang dapat memberikan wawasan berharga terkait topik yang diteliti. Selain itu, subjek penelitian juga bisa mencakup tempat atau benda tertentu yang menjadi fokus pengamatan, seperti lokasi geografis, bangunan, atau objek fisik lainnya. Penting bagi peneliti untuk memilih subjek yang tepat agar data yang diperoleh dapat representatif dan relevan dengan masalah yang diteliti. Objek ini adalah entitas atau sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari secara mendalam dengan kata lain untuk menjadi pokok persoalan yang diteliti agar mendapatkan data secara lebih terarah. (Ifadloh, 2022).

Informan dari penelitian ini dan sekaligus subjeknya adalah pemilik kebun buah naga, karyawan kebun buah naga, konsumen buah naga ataupun pengunjung serta masyarakat sekitar kebun buah naga. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah lokasi, proses produksi dan pemeliharannya serta kondisi lingkungan yang ada di kebun buah naga tersebut. Adapun data dari subjek sekaligus informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Data Informan Penelitian**

No	Identitas Informan	Jumlah
1	Pemilik	1 orang
2	Karyawan	3 orang
3	Konsumen	3 orang
Total		7 orang

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat dan relevan. Pengumpulan data merupakan tahap yang sangat kritis dalam proses penelitian, mengingat inti dari penelitian adalah memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kesalahan dalam pengumpulan data dapat mengakibatkan kesimpulan yang salah, sehingga penting bagi peneliti untuk menggunakan metode yang tepat dan sistematis, penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut :

#### **1. Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan multifaset, yang melibatkan interaksi antara proses biologis dan psikologis. Sebagai salah satu teknik pengumpulan data, observasi memainkan peran penting dalam penelitian, terutama ketika peneliti ingin memperoleh informasi langsung mengenai fenomena yang sedang diteliti. Agar observasi dapat digunakan secara efektif, terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi, yaitu: (1) observasi harus sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, (2) proses observasi harus direncanakan dan dicatat secara sistematis untuk memastikan konsistensi dan keterulangan data, dan (3) kondisi yang diamati harus dapat dikontrol, sehingga reliabilitas dan

validitas data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. (Hardani dkk., 2020).

Dalam konteks ini, pengamatan dan daya ingat menjadi elemen yang krusial dalam tahap observasi. Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tidak hanya melibatkan aktivitas melihat secara fisik, tetapi juga memerlukan keterampilan analitis untuk menafsirkan dan memahami informasi yang diperoleh. Daya ingat peneliti berperan penting dalam menyimpan informasi yang relevan, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Proses pengamatan ini harus dilakukan dengan ketelitian yang tinggi, mengingat bahwa setiap detail yang diperoleh dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman fenomena yang diteliti.

## 2. Wawancara

Menurut Esterberg (2002) mengemukakan beberapa macam wawancara, pertama wawancara terstruktur (*structured interview*) digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informan yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, data yang digunakan sebagai bahan stimulan sebagai instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan.

Menggunakan wawancara terstruktur setiap informan diberi pertanyaan yang sama dan pengumpul data mencatatnya. Kedua, wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*) merupakan wawancara yang sudah termasuk dalam kategori indept-interview, pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan wawancara terstruktur. Adapun tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka dan informan ketika wawancara diminta pendapat serta ide-idenya. Ketiga, wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*) merupakan wawancara yang bebas dengan peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara adalah cara pengumpulan data

melalui komunikasi, yaitu dengan percakapan yang dilakukan oleh pewawancara dalam mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai menjawab pertanyaan tersebut (Murdiyanto, 2020). Penulis melakukan wawancara dalam penelitian ini melibatkan beberapa pihak mencakup pemilik kebun naga, karyawan dan masyarakat sekitar.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui beberapa dokumen. Dokumentasi dapat dilakukan karena lebih efisien tenaga, waktu, dan biaya (Hardani dkk., 2020). Dengan menggunakan dokumentasi, peneliti dapat mengakses informasi yang telah tersedia tanpa perlu melakukan pengumpulan data secara langsung, yang dapat memakan waktu dan sumber daya yang lebih besar. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup berbagai jenis bukti tertulis yang relevan dengan objek penelitian. Jenis dokumen ini bisa berupa laporan penelitian sebelumnya, arsip resmi, catatan lapangan, dan publikasi terkait yang memberikan konteks dan dukungan terhadap temuan penelitian.

Selain itu, dokumen juga dapat mencakup data statistik dan informasi historis yang dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai fenomena yang sedang diteliti. Penggunaan dokumentasi dalam penelitian ini juga melibatkan pengambilan gambar yang diambil langsung oleh penulis di lokasi penelitian. Gambar-gambar ini berfungsi sebagai bukti visual yang memperkuat data yang diperoleh dari dokumen tertulis. Dokumentasi visual tidak hanya memberikan representasi grafis dari objek penelitian tetapi juga membantu dalam menganalisis kondisi dan situasi di lapangan. Dengan cara ini, peneliti dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konteks dan lingkungan di mana objek penelitian berada

### **F. Uji Keabsahan Data**

Evaluasi pada keabsahan data merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007). Uji Keabsahan data pada penelitian kualitatif menggunakan uji kredibilitas

yang dapat dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu perpanjangan, pengamatan, meningkatkan ketekukan, dan triangulasi (Hardani dkk., 2020). Perpanjangan pengamatan adalah observasi ulang oleh peneliti, dan mewawancarai kembali sumber data yang baru atau yang pernah ditemui sebelumnya (Abdussamad, 2021). Meningkatkan ketekukan yaitu pengamatan yang lebih cermat dilakukan secara terus-menerus. Triangulasi berarti pemeriksaan kembali data dalam waktu yang berbeda, melalui berbagai cara dan sumber yang berbeda-beda (Murdiyanto, 2020).

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Metode ini selain mengumpulkan data juga sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan beberapa macam teknik pengumpulan data dan berbagai sumber. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti (Abdussamad, 2021). Pada teknik triangulasi, penulis menggabungkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik kebun buah naga, karyawan dan konsumen sekitar sehingga menghasilkan pengetahuan kesejahteraan sub usaha tani buah naga di Desa Pekunden.

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penggunaan beberapa sumber informasi atau metode untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan valid mengenai suatu fenomena. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan teknik triangulasi dengan menggabungkan data yang diperoleh dari wawancara dengan berbagai informan, termasuk pemilik kebun buah naga, karyawan, dan konsumen di sekitar lokasi kebun. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya untuk

mendapatkan gambaran yang lebih holistik mengenai kesejahteraan sub usaha tani buah naga di Desa Pekunden.

Melalui penerapan teknik triangulasi ini, peneliti berharap dapat menghasilkan temuan yang menggambarkan secara akurat dampak usaha tani buah naga terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar, serta menawarkan rekomendasi yang konstruktif untuk pengembangan dan peningkatan kualitas usaha tani tersebut di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada ilmu pengetahuan, tetapi juga dapat memberikan manfaat praktis bagi pemangku kepentingan yang terlibat dalam sektor pertanian.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari 3 proses yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, proses ini dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung (Siyoto & Sodik, 2015).

##### **a. Reduksi Data**

Reduksi data bertujuan untuk membuat data diperoleh dari lapangan menjadi lebih sederhana. Biasanya data yang diperoleh rumit dan tidak relevan dengan pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, data tersebut perlu disederhanakan dan dihilangkan yang tidak relevan dengan topik penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Proses reduksi data dimulai dengan pengidentifikasian informasi yang relevan dan penting untuk penelitian.

Dalam tahap ini, peneliti perlu mengevaluasi setiap elemen data yang dikumpulkan dan menentukan apakah informasi tersebut berkontribusi terhadap tujuan penelitian atau tidak. Informasi yang tidak terkait atau tidak berkontribusi secara signifikan terhadap pemahaman fenomena yang diteliti perlu dihilangkan. Dengan demikian, fokus analisis dapat diarahkan pada data yang memiliki dampak langsung terhadap pertanyaan penelitian.

## b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi terstruktur yang memungkinkan untuk mengambil kesimpulan. Penyajian data menjadikan informasi yang sudah diperoleh mudah untuk dipahami dan mudah untuk merencanakan apa yang dilakukan selanjutnya (Abdussamad, 2021). Salah satu tujuan utama dari penyajian data adalah untuk memudahkan pemangku kepentingan dalam memahami informasi yang telah diperoleh.

Dengan menyajikan data dalam format yang jelas, seperti tabel, grafik, atau diagram, peneliti dapat membantu audiens untuk melihat dan menganalisis informasi dengan lebih cepat dan akurat. Penyajian visual ini tidak hanya meningkatkan daya tarik presentasi, tetapi juga membantu dalam mengurangi kompleksitas data yang mungkin sulit dicerna jika hanya disajikan dalam bentuk naratif.

Dalam prakteknya, penyajian data melibatkan berbagai metode dan alat. Tabel adalah salah satu bentuk penyajian data yang umum digunakan untuk menampilkan angka dan statistik secara terorganisir. Grafik, seperti diagram batang, diagram lingkaran, atau grafik garis, digunakan untuk menampilkan tren dan perbandingan secara visual. Penggunaan visualisasi data ini menjadi semakin penting dalam era big data, di mana volume informasi yang harus diproses sangat besar. Alat-alat analisis data dan perangkat lunak statistik, seperti SPSS, atau Excel, sering kali digunakan untuk menghasilkan representasi visual yang memudahkan pemahaman.

## c. Kesimpulan dan Verifikasi

Proses analisis data yang terakhir adalah penarikan kesimpulan serta verifikasi. Pada proses ini, kesimpulan dibuat berdasarkan data yang sudah diperoleh. Kesimpulan dapat diambil dengan membandingkan kesesuaian antara apa yang dikatakan oleh subjek penelitian dengan makna yang terkandung dalam konsep dasar penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Kebun Buah Naga Pak Trisno

#### 1. Profil Kebun Buah Naga Pak Trisno



Gambar 4.1 Banner Website

Sumber : Google

Kebun Buah Naga Pekunden merupakan salah satu unit dari Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Wisanggeni yang berkomitmen untuk memajukan potensi pariwisata dan agrikultur di daerah tersebut. Dikelola oleh Pak Trisno, seorang petani berpengalaman berusia 57 tahun, kebun ini fokus pada budidaya buah naga merah, yang dikenal karena cita rasanya yang manis dan kaya akan nutrisi. Dengan luas lahan mencapai 1.400 m<sup>2</sup>, Pak Trisno menanam 142 rumpun pohon buah naga. Setiap pohon didukung oleh penyangga berupa pohon randu, yang berfungsi untuk menjaga kestabilan dan pertumbuhan tanaman. Jarak antar pohon yang ditetapkan sejauh 3 meter memastikan bahwa setiap pohon memiliki ruang yang cukup untuk tumbuh optimal, memaksimalkan penyerapan cahaya matahari, serta memudahkan proses perawatan dan panen.

Kebun Buah Naga Pekunden tidak hanya menjadi sumber penghidupan bagi Pak Trisno, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal. Dengan bergabung dalam unit Pokdarwis

Wisanggeni, kebun ini juga berfungsi sebagai daya tarik wisata. Pengunjung dapat menikmati keindahan kebun, belajar tentang proses budidaya buah naga, dan bahkan menikmati hasil panennya secara langsung. Hal ini membuka peluang bagi masyarakat setempat untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata pertanian, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pertanian berkelanjutan, dan mempromosikan produk lokal.

Pak Trisno berkomitmen untuk menerapkan praktek pertanian yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, dan selalu aktif mencari inovasi dalam budidaya, seperti pemanfaatan pupuk organik dan teknik pengendalian hama secara alami, untuk memastikan kualitas buah naga yang dihasilkan tetap tinggi. Dengan pendekatan ini, ia berharap dapat memberikan contoh yang baik bagi petani lain di daerah sekitarnya, sekaligus melestarikan lingkungan. Kebun ini bukan hanya sekadar ladang pertanian, tetapi juga merupakan wadah untuk berbagi pengetahuan, membangun komunitas, dan mempromosikan buah naga merah sebagai salah satu komoditas unggulan dari daerah tersebut. Dengan semangat kolaborasi dan dukungan dari Pokdarwis, Pak Trisno optimis bahwa Kebun Buah Naga Pekunden dapat berkembang lebih jauh lagi, memberi manfaat bagi petani, masyarakat, dan pengunjung yang datang.

Melihat peluang yang masih terbuka lebar, terutama di daerah eks-Karesidenan Banyumas, Pak Trisno dengan penuh kesadaran dan perencanaan matang memutuskan untuk memulai sub usaha tani buah naga. Keputusannya ini didasari oleh permintaan pasar yang terus meningkat dan potensi besar dari lahan pertanian di daerah tersebut. Bermodalkan bibit buah naga yang berkualitas tinggi, yaitu bibit super yang dibawa langsung dari Banyuwangi, Pak Trisno optimis usahanya bisa berkembang. Banyuwangi sendiri dikenal sebagai daerah penghasil utama buah naga di Indonesia, dan komoditas ini telah menjadi primadona nasional. Meskipun sebagian besar produksi buah naga di Indonesia selama ini masih terfokus di Banyuwangi, Pak Trisno melihat bahwa

komoditas ini dapat ditanam di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Banyumas. Syarat utamanya adalah situasi lahan yang tepat dan suhu yang tidak terlalu dingin, mengingat buah naga membutuhkan kondisi iklim yang mendukung pertumbuhannya. Dengan menyesuaikan teknik budidaya dan perawatan yang sesuai dengan kondisi lokal, beliau yakin potensi lahan di Banyumas bisa dimaksimalkan.

Selain itu, keberhasilan Banyuwangi dalam memproduksi buah naga memberikan inspirasi bagi Pak Trisno untuk menerapkan praktek terbaik dari daerah tersebut. Dengan modal bibit unggul dan pengetahuan mengenai teknik pertanian buah naga yang didapatkan, daerah eks-Karesidenan Banyumas bisa menjadi salah satu pusat penghasil buah naga di masa mendatang. Potensi ini tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi bagi petani setempat, tetapi juga dapat memperkuat ketahanan pangan dan memperluas pasar buah naga di Indonesia. Pak Trisno memandang bahwa budidaya buah naga merupakan salah satu cara untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memberikan lapangan pekerjaan baru, dan memperkaya ragam komoditas pertanian di daerah tersebut. Dengan semangat inovasi dan kesadaran terhadap peluang yang ada, ia siap menghadapi tantangan untuk mengembangkan usahanya

Sub usaha tani buah naga yang dikelola oleh Pak Trisno mulai beroperasi pada tahun 2017, dan hingga kini telah berumur tujuh tahun. Dengan modal awal sebesar Rp 15.000.000 untuk paket lengkap sistem pencahayaan malam dan tambahan Rp 5.000.000 untuk bibit buah naga merah super yang berasal dari Banyuwangi, Pak Trisno telah berhasil membangun usaha tani yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Sejak awal pendiriannya, Pak Trisno memiliki visi yang lebih besar daripada sekadar meraih profit dan perlu disadari sub usaha tani (buah naga) dapat berkontribusi pada keberlangsungan ekosistem dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar.

Dengan cara ini, Pak Trisno berharap bahwa keberadaan sub usaha tani buah naga di Desa Pekunden bisa menjadi pendorong bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. kebun buah naga menjadi contoh bagi petani lain, menunjukkan bahwa pertanian modern yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi individu, tetapi juga untuk komunitas.

Melalui usaha tani ini, Pak Trisno juga berupaya untuk menerapkan praktek pertanian yang ramah lingkungan. Ia menggunakan sistem pencahayaan malam yang efisien untuk mendukung pertumbuhan tanaman, serta mengadopsi teknik budidaya yang minim dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan demikian, usaha tani buah naga ini diharapkan dapat berperan sebagai model bagi pengembangan pertanian berkelanjutan di daerah sekitarnya. Lebih dari itu, Pak Trisno memiliki harapan untuk memperluas dampak positif dari usahanya.

Beliau ingin menjadikan sub usaha tani buah naga sebagai pusat edukasi bagi masyarakat sekitar, di mana mereka dapat belajar tentang teknik pertanian yang baik dan manfaat dari konsumsi buah-buahan sehat. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pertanian berkelanjutan, Pak Trisno berharap dapat membangun komunitas yang lebih kuat dan mandiri. Dalam perjalanan tujuh tahun ini, usaha tani buah naga Pak Trisno telah mengalami berbagai tantangan, tetapi komitmennya untuk menjaga keberlangsungan ekosistem dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat tidak pernah surut. Pak Trisno yakin bahwa dengan kerja keras, inovasi, dan kolaborasi, sub usaha tani ini akan terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas, tidak hanya bagi dirinya, tetapi juga bagi generasi mendatang. Melalui upaya ini, Pak Trisno ingin mewariskan nilai-nilai keberlanjutan dan kepedulian terhadap lingkungan kepada anak cucunya, serta memastikan bahwa Desa Pekunden tetap subur dan sejahtera.

## 2. Visi dan Misi Kebun Buah Naga Pak Trisno

### Visi :

*" Menjadikan kebun buah naga sebagai daya tarik wisata unggulan"*

Visi tersebut mencerminkan aspirasi untuk menjadikan kebun buah naga tidak hanya sebagai sumber hasil pertanian, tetapi juga sebagai destinasi wisata yang menarik dan berharga. Dengan mengembangkan kebun buah naga sebagai daya tarik wisata unggulan, diharapkan akan tercipta sinergi antara sektor pertanian dan pariwisata, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pertanian berkelanjutan. Visi ini didorong oleh misi, sebagai berikut :

### Misi :

- a) Menghasilkan buah naga yang segar, sehat dan berkualitas.

Misi ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua produk buah naga yang dihasilkan memenuhi standar kualitas tinggi, baik dari segi rasa maupun nutrisi. Melalui penerapan praktek budidaya yang baik dan penggunaan teknologi modern, kebun diharapkan dapat menghasilkan buah naga yang tidak hanya enak tetapi juga bebas dari pestisida berbahaya, sehingga aman untuk dikonsumsi.

- b) Meningkatkan produktifitas tanaman buah naga daerah.

Dalam upaya meningkatkan produktivitas, kebun akan menerapkan teknik pertanian yang inovatif dan berkelanjutan, termasuk pemupukan yang tepat, irigasi yang efisien, dan pengendalian hama yang ramah lingkungan. Dengan cara ini, kebun akan dapat meningkatkan hasil panen secara signifikan, sehingga memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi petani dan komunitas setempat, serta menjadi sumber pendapatan lokal yang mendukung pencapaian Desa Pekunden.

- c) Membantu pembudidayaan buah naga sebagai inovasi pertanian.

Aktif berkontribusi pada perkembangan sektor pertanian dengan memperkenalkan teknik pembudidayaan yang inovatif. Dengan menyediakan pelatihan dan pendampingan kepada petani lokal, kebun akan berfungsi sebagai pusat pembelajaran yang memperkenalkan teknologi baru dan praktek pertanian yang berkelanjutan, yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam budidaya buah naga.

d) Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pekunden.

Untuk mencapai misi ini, kebun buah naga akan menyusun berbagai program dan kegiatan menarik yang dapat menarik perhatian wisatawan, seperti *tour* kebun, festival panen, dan workshop pengolahan buah naga. Dengan menciptakan pengalaman wisata yang unik dan edukatif, diharapkan akan ada peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung, yang pada gilirannya dapat mendukung ekonomi lokal dan mendorong pelestarian budaya serta lingkungan di Desa Pekunden.

Kemudian, strategi yang bisa dilakukan untuk mencapai visi misi , sebagai berikut :

- a) Pengembangan Infrastruktur : membangun fasilitas yang mendukung, seperti area parkir, pusat informasi wisata, dan fasilitas sanitasi yang memadai untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.
- b) Promosi dan Pemasaran : melakukan kampanye pemasaran yang efektif melalui media sosial, website, dan kerjasama dengan agen perjalanan untuk menarik minat wisatawan.
- c) Kerja Sama dengan Pemangku Kepentingan : membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi non-pemerintah untuk meningkatkan sumber daya dan aksesibilitas.
- d) Monitoring dan Evaluasi : melakukan evaluasi berkala terhadap pencapaian misi dan dampak terhadap masyarakat serta lingkungan, untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program yang diimplementasikan.

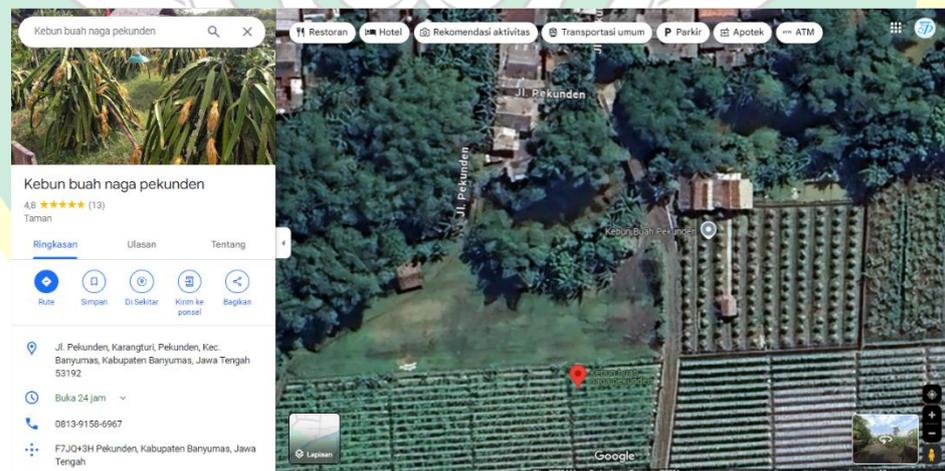
Dengan melaksanakan visi dan misi ini secara konsisten, kebun buah naga diharapkan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal, pelestarian lingkungan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar Desa Wisata Pekunden.

### 3. Struktur Kebun Buah Naga Pak Trisno

- 1) Ketua : Sutrisno
- 2) Sekretaris : Ruddi Pamungkas
- 3) Bendahara : Parwati
- 4) Anggota : Sumirah, Mei Romlah, Arif Rahman, Tofik Hidayat dan Iwan Sayogi.

### 4. Lokasi dan Jam Operasional Kebun Buah Naga Pak Trisno

Untuk mempermudah akses ke lokasi kebun buah naga bagi pengunjung dan masyarakat umum, tersedia lampiran peta *google maps*. Dengan menggunakan *google maps* pengunjung dapat mengetahui estimasi waktu perjalanan dan jarak yang harus ditempuh dari titik awal mereka, baik itu dari pusat kota Banyumas maupun dari lokasi-lokasi lain di sekitarnya.



**Gambar 4.2 Lokasi Kebun Buah Naga Pak Trisno**

*Sumber : Google Maps*

Kebun buah naga Pak Trisno melakukan proses pelayanan untuk itu produksi maupun wisata selama 7 hari atau tanpa libur. Dengan 3 karyawan yaitu Pak Jumadi, Pak Dirjo, dan Pak Nadi. Adapun jam

produktivitas kerja mulai sejak dini hari pukul 06.00 WIB hingga pukul 17.00, dan waktu jaga malam langsung oleh pemiliknya. Fleksibilitas waktu kerja di kebun buah naga sesuai dengan urgensi perawatan kepada pohon buah naganya dan area sekitar pohon serta jadwal layanan edukasi terhadap para pengunjung atau wisatawan..

## 5. Produk dan Jasa Kebun Buah Naga Pak Trisno

Adapun tersedianya produk dan jasa yang ada pada usaha tani buah naga Pak Trisno sebagai berikut :

### a) Produk buah naga merah segar

Buah naga merah yang dihasilkan dari kebun ini memiliki keunikan dan nilai tambah yang signifikan dibandingkan dengan produk serupa yang tersedia di pasaran. Beberapa aspek yang membedakan buah naga merah ini mencakup karakteristik visual, rasa, dan tekstur, yang semuanya dapat memberikan pengalaman konsumsi yang lebih baik bagi konsumen. Visualnya pada buah naga tersebut memiliki warna yang merah merona, warna yang cerah dan menarik ini tidak hanya memberikan daya tarik visual, tetapi juga merupakan indikator kualitas buah yang baik.

Penelitian menunjukkan bahwa warna buah dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kesegaran dan cita rasa produk. Oleh karena itu, kehadiran warna yang mencolok dapat meningkatkan daya tarik komersial dan membantu dalam pemasaran.

“wah mas, nyukupi kebutuhan wong-wong perekan nggo tumbas buah nagane tok be esih kedagar-dagar, dadi ya rung kepikiran nggo nyeriusi produk-produk liyane kaya jus, pudding, jelly karo krupuk” (Bu Parwati, 15 September 2024).

Kemudian, dari segi rasa buah naga merah ini memiliki rasa manis yang lebih kuat dan natural. Keberhasilan dalam mencapai tingkat kemanisan yang optimal dapat dikaitkan dengan teknik budidaya yang diterapkan, termasuk pengaturan pemupukan yang tepat, irigasi, dan pengendalian hama. Rasa manis yang lebih kuat ini tidak hanya meningkatkan kenikmatan konsumsi tetapi juga dapat meningkatkan nilai gizi. Buah

yang lebih manis sering kali lebih diminati oleh konsumen, yang dapat berkontribusi pada peningkatan permintaan pasar.

Tekstur dan kualitas kulit buah naga merah ini juga menjadi salah satu keunggulannya. Kulit yang lebih mudah dikupas memberikan keuntungan praktis bagi konsumen, memudahkan proses konsumsi dan mengurangi limbah yang dihasilkan. Dalam konteks pemasaran, kemudahan dalam mengolah dan mengonsumsi buah dapat menjadi nilai jual yang signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam mempersiapkan makanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan konsumen modern yang mencari kenyamanan.

Selanjutnya, kadar air yang tidak berlebihan dalam buah naga merah ini juga merupakan indikator kualitas yang penting. Kadar air yang seimbang tidak hanya memengaruhi rasa dan tekstur, tetapi juga berperan dalam ketahanan penyimpanan dan pengolahan buah. Buah dengan kadar air yang tepat cenderung memiliki daya simpan yang lebih lama, sehingga mengurangi kerugian pascapanen. Selain itu, kadar air yang seimbang berkontribusi pada pengalaman tekstur yang lebih baik saat dikonsumsi, dengan memberikan kesegaran tanpa menimbulkan rasa berair yang berlebihan.

Dari perspektif nutrisi, buah naga merah dikenal kaya akan vitamin, mineral, dan antioksidan. Kualitas gizi yang tinggi ini menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan dan pola makan yang sehat. Penelitian telah menunjukkan bahwa konsumsi buah naga dapat memberikan berbagai manfaat kesehatan, seperti peningkatan sistem kekebalan tubuh, pengendalian kadar gula darah, dan mendukung kesehatan pencernaan. Oleh karena itu, produk ini tidak hanya menawarkan keunikan dari segi rasa dan penampilan, tetapi juga nilai gizi yang berharga bagi konsumen. Bibit buah naga merah, Bibit yang dihasilkan dari kebun ini merupakan dahan atau keris dari pohon buah naga yang telah mencapai usia dewasa dan memiliki produktivitas tinggi.

Dalam konteks budidaya buah naga, pemilihan bibit yang berkualitas sangat penting untuk memastikan pertumbuhan yang optimal dan hasil panen yang melimpah. Bibit yang berasal dari dahan atau keris yang sudah tua dan berbuah lebat memiliki keunggulan signifikan dalam hal potensi hasil dan ketahanan terhadap penyakit.

Kualitas bibit sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan produktivitas tanaman buah naga. Bibit yang diambil dari dahan atau keris yang telah berbuah lebat menunjukkan bahwa tanaman tersebut telah melalui proses pematangan yang baik, serta memiliki kemampuan beradaptasi yang lebih baik terhadap kondisi lingkungan. Keberhasilan dalam menghasilkan buah yang berkualitas dari tanaman dewasa juga menandakan bahwa genetik bibit tersebut unggul.

Kondisi bibit yang bebas dari penyakit cacar merupakan salah satu faktor kunci dalam menjamin keberhasilan budidaya. Penyakit cacar pada tanaman buah naga, yang disebabkan oleh infeksi virus, dapat mengakibatkan kerugian signifikan dalam hal kuantitas dan kualitas hasil panen. Dengan memilih bibit yang sehat dan bebas dari penyakit, petani dapat mengurangi risiko kerugian dan memastikan bahwa tanaman yang ditanam akan tumbuh dengan baik dan menghasilkan buah yang berkualitas.

Harga jual yang ditetapkan sebesar Rp. 10.000 per keris menunjukkan nilai komersial yang wajar untuk bibit berkualitas tinggi ini. Penetapan harga ini harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk biaya produksi, permintaan pasar, dan kualitas bibit. Dengan strategi pemasaran yang tepat, potensi untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan akan semakin besar, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya menggunakan bibit yang sehat dan berkualitas dalam praktek pertanian.

b) Jasa edukasi tanaman buah naga

Pokja Pokdarwis Wisanggeni mengintegrasikan elemen edukasi ke dalam semua objek wisata yang dikelolanya, termasuk dalam usaha tani

buah naga. Konsep ini bertujuan untuk tidak hanya memberikan pengalaman wisata yang menarik, tetapi juga menambah pengetahuan dan keterampilan pengunjung mengenai pertanian dan pengelolaan tanaman. Edukasi yang diberikan dalam konteks budidaya buah naga mencakup beberapa aspek penting, terutama mengenai teknik pemetikan buah yang benar dan aman, serta penanaman bibit dan pengolahan buah.

Salah satu fokus utama dari program edukasi adalah cara memetik buah naga dengan benar. Proses pemetikan buah naga membutuhkan teknik tertentu untuk menghindari kerusakan pada buah maupun pada tanaman. Mengingat karakteristik tanaman buah naga yang dilengkapi dengan duri tajam, risiko cedera cukup tinggi bagi orang awam atau wisatawan yang tidak berpengalaman. Oleh karena itu, pengunjung akan diajarkan cara yang aman dan efektif untuk memetik buah tanpa merusak tanaman atau mengakibatkan cedera. Edukasi ini tidak hanya memberikan pengetahuan praktis, tetapi juga mengedukasi pengunjung tentang pentingnya perlindungan terhadap tanaman agar tetap produktif. Dengan demikian, pengunjung dapat memahami bahwa keberlanjutan usaha tani sangat dipengaruhi oleh praktek pemanenan yang baik.

Dalam situasi di mana buah naga belum matang saat kunjungan, layanan Pokja Pokdarwis Wisanggeni dengan *tour guide* langsung oleh Pak Trisno memberikan edukasi mengenai teknik penanaman bibit yang tepat. Proses penanaman bibit adalah fondasi dari budidaya yang sukses, dan mengajarkan pengunjung tentang cara menanam bibit dengan benar akan meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya tahap awal dalam pertanian. Informasi yang diberikan mencakup pemilihan bibit yang berkualitas, teknik penanaman, pemeliharaan tanaman, serta faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan. Edukasi ini tidak hanya bermanfaat bagi wisatawan, tetapi juga dapat mendorong minat masyarakat untuk terlibat dalam usaha tani secara langsung, sehingga meningkatkan partisipasi mereka dalam pertanian berkelanjutan.

Selanjutnya, dalam rangka memberikan pengalaman yang lebih holistik, Pokja juga menyajikan sesi edukasi tentang cara mengupas dan mengolah buah naga secara tepat. Pengunjung akan belajar cara yang benar untuk mengupas buah naga, yang tidak hanya memperhatikan aspek kebersihan dan kesehatan, tetapi juga mempertahankan kualitas rasa dan tekstur buah. Kegiatan ini dapat berujung pada sesi degustasi, di mana pengunjung dapat merasakan langsung hasil olahan dari buah naga yang telah dipanen.

Melalui pendekatan yang terintegrasi ini, edukasi di Kebun Buah Naga Pak Trisno tidak hanya berkontribusi pada pengembangan sektor pariwisata, tetapi juga memperkaya pengetahuan pengunjung tentang pertanian, khususnya dalam budidaya buah naga. Dengan menekankan edukasi dalam setiap kunjungan, usaha tani buah naga dapat menjadi contoh yang baik tentang bagaimana pertanian dan pariwisata dapat bersinergi untuk menciptakan pengalaman yang bermanfaat bagi masyarakat dan pengunjung. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya praktek pertanian yang baik dan berkelanjutan, serta mempromosikan produk lokal yang berkualitas.

## **B. Strategi Peningkatan Produksi dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sub Usaha Tani Pak Trisno**

Sub usaha tani dikelola oleh Pak Trisno (buah naga) menerapkan strategi berkelanjutan (*sustainability*) yang mencerminkan komitmennya terhadap praktek pertanian yang ramah lingkungan dan berorientasi jangka panjang. Dalam konteks pertanian modern, konsep keberlanjutan tidak hanya mencakup aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan lingkungan yang saling terkait. Salah satu aspek kunci dari strategi berkelanjutan yang diadopsi oleh Pak Trisno adalah penggunaan praktek pertanian organik.

Pertanian organik merupakan metode yang menekankan pada penghindaran bahan kimia sintetis, baik dalam pupuk maupun pestisida.

Dengan mengandalkan teknik alami dan bahan organik, seperti kompos dan pupuk hijau, usaha tani ini tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga meningkatkan kualitas tanah dan kesehatan ekosistem secara keseluruhan. Hal ini selaras dengan pendapat dari Afrianti (2019) yang menyebutkan bahwasannya strategi keinginan dalam mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas produk terjadi ketika menggunakan pupuk organik tentu tidak ada tambahan biaya untuk membeli banyak ragamnya pupuk kimia ataupun pestisida khususnya.

Selaras dengan teori dari Rahayu dan Dinarossi (2015), Usaha tani buah naga Pak Trisno tidak hanya berfokus pada hasil jangka pendek atau langsung ke masa jangka sangat panjang yang nantinya perubahan teknologi juga mempengaruhi ke dalam fungsi dari produksi itu sendiri. Strategi ini mencakup investasi dalam peningkatan fasilitas dan teknologi pertanian yang berkelanjutan. Dengan fleksibilitas dalam melakukan upgrade komoditas dan infrastruktur, usaha tani ini dapat menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan pasar dan kondisi lingkungan yang dinamis. Pendekatan ini juga memungkinkan untuk peningkatan produktivitas secara berkelanjutan, yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga mendukung keberlangsungan usaha tani dalam jangka panjang. Hal ini penting untuk membangun ketahanan ekonomi petani dan mengurangi risiko yang dihadapi dalam industri pertanian.

Salah satu inisiatif inovatif yang sedang dikembangkan dalam sub usaha tani Pak Trisno adalah proyek "Mina Naga". Proyek ini berpotensi menjadi contoh yang signifikan dalam integrasi sektor perikanan dan pertanian. Konsep Mina Naga menggabungkan budidaya buah naga dengan elemen budidaya perikanan, menciptakan sistem agroekosistem yang saling menguntungkan. Dalam praktek Mina Naga, limbah organik dari budidaya buah naga dapat digunakan sebagai pakan alami untuk ikan, sedangkan kolam ikan dapat menyediakan nutrisi yang berguna untuk tanaman. Dengan cara ini, proyek ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, tetapi juga berkontribusi pada pengurangan

limbah dan meningkatkan produktivitas kedua komoditas. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi model bagi usaha tani lain, terutama dalam konteks pengembangan pertanian berkelanjutan yang lebih luas.

Terobosan ini harapannya bisa menjadi daya tarik tersendiri untuk meningkatkan produksi komoditas dari sub usaha tani Pak Trisno karena selain buah yang diproduksi, ada tambahan ikan yang diproduksi juga. Dalam upaya membangun ekosistem yang berkesinambungan dalam Kebun Buah Naga Pak Trisno selain ada kebun, kolam ada juga kandang kambing dan kandang ayam petelor dengan kapasitas 14 ayam, kandang kambing berkapasitas 12 kambing tersebut bisa memberikan *supply* kotoran kambingnya sebagai bahan utama pupuk kompos. Begitupun dengan kandang ayam petelor yang memproduksi telur dan kotorannya, strategi multiguna juga diterapkan di kandang ayam ini, karena posisinya berada di atas kolam.

Menurut Mulyani dan Herawati (2016), produksi sebagai tindakan perluasan manfaat benda dan administrasi, dengan ini Kebun Buah Naga Pak Trisno memiliki manfaat produk utama yang dihasilkan secara masif yaitu buah naga merah dan produk turunan yaitu jus buah naga dan keripik buah naga. Manfaat administrasi ada pada terdaptarnya pokja (kelompok kerja) buah naga di dalam layanan wisata yang dikelola oleh Pokdarwis Wisangeni Desa Pekunden.

Selain itu, manfaat administrasi yang diperoleh oleh Kebun Buah Naga Pak Trisno adalah sertifikasi sebagai produsen buah naga segar, artinya standarisasi produk yang dihasilkan sudah layak masuk ke supermarket. Menurut Rahmatullah,dkk (2018) air, tanah, udara serta sinar matahari sebagai faktor produksi alam yang dapat diperbaharui dan dapat menunjang keberlangsungan dari usaha tani buah naga tersebut Faktor produksi tenaga kerja juga memiliki peran yang strategis dalam produksi sub usaha tani Pak Trisno sebagai petani dalam masalah budidaya buah naga organik masuk ke dalam tenaga kerja terampil. Faktor produksi modal memiliki peran meningkatkan atau mempercepat kemampuan

dalam memproduksi. Dalam hal ini, modal yang disiapkan untuk mempercepat panen atau hasil produksi buah naga adalah teknologi pencahayaan lampu ketika malam hari sebagai pengganti matahari artinya suhu dan cahaya selalu bisa diatur tingkat kestabilannya dari waktu ke waktu dan batang pohon randu sebagai tiang penyangganya.

Perspektif Islam mengenai produksi mengacu kepada sebelum, proses dan sesudahnya barang atau jasa itu jadi dan memiliki nilai jual dengan jaminan halal sesuai syariat Islam. Bibit buah naga yang berasal dari Banyuwangi ini juga didapatkan dengan transaksi yang aman dan ditanam di lahan pribadi yang sudah terjamin dari segi kepemilikan, legalitas dan izin serta kehalalannya. Maka dari itu, berdasarkan pendapat Turmudi (2020) manusia sebagai produsen tidak mampu menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, artinya produk buah naga tersebut merupakan hasil keberlanjutan produk yang ada di Banyuwangi dengan situasi waktu serta kondisi yang berbeda antara Banyuwangi dan Banyumas. Produksi memiliki tujuan dan dalam perspektif *fiqh* ekonomi Khalifah Umar bin Khatab sebagai berikut :

- a. Merealisasikan keuntungan seoptimal mungkin artinya keuntungan yang diperoleh dari produk Kebun Buah Naga Pak Trisno dapat dimaksimalkan secara masif karena dengan modal cukup diawal dan perawatan yang masuk ke dalam kategori mudah
- b. Mewujudkan kecukupan individu dan keluarga dengan hasil dari panen buah naga serta layanan edukasi di Kebun Buah Naga Pak Trisno sudah masuk ke dalam kategori mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari.
- c. Tidak mengandalkan orang lain, dalam perawatannya Pak Trisno hanya membutuhkan bantuan karyawannya ketika pembersihan rumput liar dan tugas-tugas kondisional lainnya, artinya tidak ada aturan baku yang mengikat untuk karyawan kerja setiap harinya. Dengan ini, ketika pekerjaan ringan seperti panen dan edukasi sudah cukup sendirian tanpa harus mendatangkan karyawan atau bantuan orang lain.

d. Melindungi harta dan mengembangkannya, untuk terjaganya usaha tani buah naga tersebut, terdapat pagar keliling dan dijaga langsung atau ronda ketika malam hari. Upaya pengembangannya yaitu dengan adanya lahan yang kosong sudah didirikan kandang kambing yang nantinya menjadi roda perputaran ekosistem produksi pupuk kandangnya.

Dalam upaya peningkatan produktivitas terjadi ketika teknik budidaya yang digunakan dalam merawat kebun buah naga Pak Trisno sudah sesuai perlakuan yang paling efektif dan efisien untuk kondisi lahan yang luas dengan modal yang terbatas, karena hakikatnya buah naga untuk kekuatan pohonnya dengan cara betonisasi, namun dengan keterbatasan yang ada justru bisa menjadi keunikannya sendiri. Penggunaan pupuk organik secara konsisten dari awal usaha sampai berjalannya sekarang menjadikan dampak yang positif terutama untuk lingkungan sekitar dan kondisi tanahnya karena kondisi alam terjaga dengan tidak menggunakan pupuk berbahan kimia, apalagi khasiat dari penggunaan pupuk organik menjadi salah satu keunggulan dalam mendorong kualitas hasil produksi buah naga tersebut.

Pengendalian hama dan penyakit masuk ke dalam kategori mudah, karena tidak ada perlakuan khusus yang mengeluarkan modal berlebih untuk perawatan tersebut. Penyakit yang sering terjadi adalah cacar pohon. Cacar pohon menyerang hingga ke setiap batang atau keris buah naganya sangat masif untuk menular ke bagian-bagian yang lainnya, maka dari itu untuk mencegah terjadinya kerusakan pohon buah naga dalam satu tiangnya, harus dipotong atau dibuang sampai ujung pangkalnya hingga bersih pada bagian yang terkena penyakit cacar tersebut.

Dalam upaya peningkatan hasil produksi dari kebun buah naga Pak Trisno dan selaras dengan teori Roger G. Schroeder (1993) yang mana strategi produksi merupakan cara efektif untuk menentukan arah dan dorongan dalam pengambilan keputusan dengan cara pemanfaatan teknologi cahaya lampu di malam hari, tujuan dari adanya pencahayaan di

malam hari untuk menjaga stabilitas suhu dan sebagai pengganti matahari, dengan stabilitas suhu yang terjaga, maka bunga-bunga yang ada bisa lebih cepat mekar dan berkembang lebih masif daripada tanpa adanya bantuan pencahayaan.

Peningkatan efisiensi dengan cara optimalisasi penggunaan tenaga kerja berlaku pada skema usaha tani buah naga Pak Trisno, skema yang dilakukan adalah dengan cara tidak memberlakukan pekerjanya untuk bekerja sepanjang waktu, artinya hanya pada waktu dan momen tertentu karyawan ada pada usaha tani buah naga tersebut bekerja, seperti pembersihan rumput, pemupukan dan panen raya. Maka dari itu, dengan hal ini optimalisasi penggunaan tenaga kerja dapat efektif dan efisien untuk *cost* yang dikeluarkan nantinya.

Kondisi lahan pertanian yang berlokasi dekat dengan area sungai memberikan keuntungan signifikan bagi kebun buah naga yang dikelola oleh Pak Trisno. Keberadaan sungai berfungsi sebagai sumber daya air yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk irigasi, mendukung pertumbuhan dan perkembangan pohon buah naga dengan optimal. Pengairan yang memadai adalah salah satu faktor kunci dalam pertanian, yang berkontribusi pada peningkatan produktivitas tanaman. Dengan memanfaatkan air dari sungai, Pak Trisno tidak hanya memastikan ketersediaan air untuk kebutuhan irigasi, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada sistem irigasi buatan yang dapat memerlukan biaya dan perawatan lebih. Keberadaan sumber air yang dekat juga memungkinkan sistem irigasi yang lebih efisien, di mana air dapat langsung dialirkan ke area pertanian tanpa kehilangan yang signifikan akibat *evaporasi* atau *drainase*.

Selain pengairan yang bersumber dari sungai, kebun Pak Trisno juga mengimplementasikan sistem kolam di antara barisan pohon buah naga. Kolam ini berfungsi sebagai area penyimpanan air yang dapat dimanfaatkan saat kebutuhan irigasi meningkat, terutama pada musim kemarau ketika ketersediaan air dari sungai mungkin berkurang. Sistem

kolam ini berkontribusi pada manajemen air yang lebih baik, memungkinkan pemanenan air hujan dan penyimpanan air secara efisien untuk digunakan ketika diperlukan. Penggunaan sumber daya air lokal, baik dari sungai maupun kolam, mencerminkan pendekatan pertanian yang berkelanjutan.

Praktek ini tidak hanya mendukung pertumbuhan tanaman tetapi juga mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan meminimalkan penggunaan air tanah dan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya alam yang tersedia. Keberlanjutan dalam praktek pertanian sangat penting dalam rangka menghadapi tantangan perubahan iklim dan meningkatkan ketahanan pangan. Berikut *Total Cost* per bulannya :

**Tabel 4.1**  
**Total Cost Bulanan**

Keterangan	Biaya (Rp)
<b>Biaya Tetap (FC)</b>	
Modal awal (bibit + sistem pencahayaan)	Rp. 20.000.000
<b>Biaya Variabel (VC)</b>	
Gaji karyawan / hari	Rp. 60.000
Listrik / bulan	Rp. 500.000
Jumlah karyawan	3
Hari kerja per bulan	12
<b>Total Gaji Karyawan/ Bulan</b>	Rp. 720.000
<b>Total Cost Bulanan (TC)</b>	Rp. 1.220.000

Fleksibilitas dalam *Total Cost* ini menuntut Pak Trisno untuk melakukan perencanaan keuangan yang matang. Analisis mendalam dari tren biaya selama tahun-tahun sebelumnya, Pak Trisno dapat mengantisipasi kebutuhan dana selama bulan panen raya dan merencanakan pengeluaran dengan lebih efektif. Pengelolaan keuangan yang baik pada sub usaha tani dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan operasional, meskipun menghadapi fluktuasi biaya yang terjadi sepanjang tahun.

Selanjutnya, strategi peningkatan pemasaran adalah dengan mengakses pasar. Pembentukan kelompok tani untuk buah naga di desa Pekunden belum terwujud, karena faktor modal yang masih terhambat, terutama di bagian lahannya. Adapun kerjasama dengan pengepul buah naga tidak dijalankan oleh usaha tani Pak Trisno karena buah naga yang dihasilkan memang langsung tertuju kepada konsumen langsung tanpa perantara distributor atau keagenan khusus. Pasar online di sini masih menggunakan konsep sederhana yaitu informasi website desa tersebut yang sudah tertera ke dalam pokja Pokdarwis yang menjadikan ladang pasar onlinenya dan yang paling utama adalah melalui story whatsapp dari Pak Trisno mengenai buah naga. Hal yang masih bisa dikembangkan ke depannya adalah pembuatan *website* atau *landing page* khusus usaha tani buah naga yang mencakup spesifikasi detail mengenai kebun buah naga Pak Trisno Desa Pekunden.

Peningkatan nilai jual merupakan pemanfaatan dari pengolahan hasil panen yang diterapkan oleh sub usaha tani buah naga Pak Trisno stabil fokusnya terhadap produk aslinya, yaitu buah segar. Karena kondisi kuantitas serta kualitas produksi yang selalu diburu dan habis ketika memasuki masa panen menjadikan produk-produk inovasi atau turunannya belum bisa maksimal dijalankan. Pemasaran berbasis *brand* di sini sudah melekat kepada Trisno Naga.

Sebelum *brand* itu melekat, Pak Trisno juga sudah memiliki branding yang kuat juga sebagai petani komoditas lainnya, yaitu komoditas bawang merah hingga menjadikan orang-orang menyebut beliau dengan *branding* melekatnya Trisno Bawang. Hal ini selaras dengan teori Ruthenberg (1980) mengenai *mix farming*, karena buah naga bagian sub usaha tani Pak Trisno yang sebelumnya ada beberapa tanaman utamanya bawang merah, timun, cabai, dan sayuran hijau lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Hal itu menjadikan suatu proses yang bertahap dan berkelanjutan, karena sebelum Trisno Naga melekat di era sekarang, pada awal memulai

rintisan usaha tani tersebut pernah terjadi momen produksi buah nanya berukuran mini, yang sempat menjadi brand yang dicibir oleh masyarakat yaitu naga mini. Produk turunan yang dihasilkan masih bisa dikembangkan ketika kondisi produksi sudah meningkat dan kebutuhan pasar tercukupi, tidak terkesan kurang seperti saat ini.

“ya pas awal nyoba ra langsung dadi mas, jenenge usaha ya ana gagal, pait, getire apa maning dipaido keluarga, tanggane juga karena pas awal hasil buahe sempet cilik ukurane ra normal ” (Pak Trisno, 15 September 2024).

Peningkatan daya saing buah naga yang dihasilkan oleh kebun Pak Trisno ini memiliki kualitas yang jauh di atas buah naga yang beredar di pasaran. Buah naga yang dihasilkan dengan perawatan pupuk organik penuh menjadikan kondisi buah yang lebih segar, kadar air yang tidak berlebihan dan warna buah cantik serta rasa manis yang menyegarkan. Sedangkan yang beredar di pasaran adalah buah naga yang segar ketika sudah berada dalam lemari pendingin ataupun kulkas. Hal tersebut menjadikan *experience* tersendiri, karena banyak konsumen yang awalnya tidak suka buah naga menjadi suka buah naga dengan catatan harus beli kepada produksi Pak Trisno.

“Jadi gini mas, yaa berdasarkan pengalaman saya membeli buah naga di Pak Trisno memang memiliki ciri khas tersendiri, sampai saya iseng nawarin ke temen, yang awalnya ga doyan, ga suka tapi karena makan buah naga tersebut jadi suka dan harus yang panenannya dari Pak Trisno” (Mas Haryanto, 20 September 2024).

Pengemasan yang menarik di sini lebih kepada non teknis, karena *treatment* ketika membeli sudah dirasa menjadi pengemasan yang menarik tanpa harus visualisasi *packaging* buah naga itu sendiri. Mengenai promosi dan branding yang efektif melalui *story whatsapp* dan *website pokdarwis* masih sangat efektif untuk *traffic generate* dari Kebun Buah Naga Pak Trisno ini. Untuk di timeline yang masuk pada tahun 2024 ini sudah ada yang *booking* untuk kunjungan pada tahun 2025 dari beberapa luar kota

dan dalam kota, artinya dengan keterbatasan yang ada masih bisa memaksimalkan potensi tanpa harus mengeluarkan cost yang berlebihan untuk promosi maupun iklan-iklan di *platform* atau media tertentu.

### **C. Strategi Sistematis Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sub Usaha Tani Pak Trisno**

Analisis situasi pasar untuk *market share* dari buah naga memiliki peluang yang terbuka lebar mengingat daerah penghasil buah naga masih didominasi oleh buah naga khas Banyuwangi untuk segmentasi nasional, dan adanya tren mengonsumsi buah naga dalam kehidupan sehari-hari karena banyak akan kandungan nutrisi di dalamnya, maka dari itu usaha tani buah naga terus memacu produk buah naga yang khas dari Banyumas untuk nantinya bisa memasuki pasar nasional dalam segmentasi yang lebih besar juga.

Sub usaha tani Pak Trisno telah memenuhi syarat untuk memasuki pasar modern seperti supermarket, yang membutuhkan standarisasi dan legalitas produk. Legalitas yang telah dimiliki ini menjadi modal penting bagi usaha tani tersebut dalam menembus pasar formal. Namun, faktor utama yang menghambat pengembangan lebih lanjut adalah kuantitas produksi yang belum dapat memenuhi permintaan dari supermarket dalam waktu dekat. Dalam hal ini, Pak Trisno masih fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen lokal yang datang langsung ke kebun, dengan skala prioritas yang didasarkan pada kemampuan produksinya saat ini.

Di wilayah Banyumas Raya, khususnya di Desa Pekunden, persaingan dalam sub usaha tani (buah naga) masih relatif rendah. Kebun Buah Naga Pak Trisno menjadi satu-satunya sub usaha tani yang mampu menyediakan buah naga segar secara berkesinambungan. Hal tersebut memberi keuntungan kompetitif yang kuat dalam pasar lokal, di mana konsumen lebih memilih untuk membeli langsung dari kebun. Dalam kondisi ini, strategi pemasaran langsung yang berbasis pada kualitas dan kontinuitas pasokan menjadi salah satu kunci keberhasilan usaha tani buah naga ini.

Hal tersebut sesuai teori dari Arifianti (2019) mengenai persaingan yang lebih power untuk memasarkan produk yang sama, tenaga kerja profesional yang limited dalam bidang keahlian tertentu yang berkontribusi pada pembentukan kemampuan tertentu.

Produksi buah naga di usaha tani Pak Trisno mencapai 100-150 kilogram per bulan, dengan puncak panen raya yang terjadi secara rutin pada bulan Januari. Dalam satu pohon, usaha tani ini dapat menghasilkan sekitar 20 buah naga merah, dengan berat per buah sekitar 9 ons. Kapasitas ini mencerminkan potensi produksi yang stabil dalam skala pertanian buah naga, di mana pencapaian 1000 buah dapat terjual habis dalam waktu hanya tiga hari.

“Ya Alhamdulillah mas, buah naga 1000 telung dina tok ntong biasane”  
(Bu Parwati, 15 September 2024).

Pola panen di kebun ini terjadi secara bertahap, tidak serentak, yang memungkinkan adanya sirkulasi hasil panen dan pemasukan yang lancar sepanjang waktu, karena hasil panen tidak menumpuk pada satu waktu dan dapat diserap pasar secara bertahap. Dalam konteks keberlanjutan, pengaturan pola panen yang bergantian secara alamiah juga sejalan dengan strategi pertanian berkelanjutan, seperti yang diungkapkan oleh Altieri (2002), di mana diversifikasi dalam waktu panen dapat menjaga keseimbangan ekosistem pertanian dan mengurangi risiko kerusakan akibat hama atau cuaca ekstrem.

Dengan pola produksi yang berkelanjutan ini, usaha tani Pak Trisno mampu mengelola pasokan buah naga secara efisien, memanfaatkan keunggulan kompetitif di pasar lokal, serta mempertahankan stabilitas pendapatan usaha tani sepanjang tahun. Maka dari itu, untuk memperkuat analisa jangka panjang, diperlukan juga data analisis SWOT yang sesuai, sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Analisis SWOT**

<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan pupuk full organik</li> <li>2. Terbesar di Banyumas untuk Kebun Buah Naga sekaligus wisata edukasi</li> <li>3. Bisa dipercepat masa panennya</li> <li>4. Hasil produksi memiliki ciri khas khusus (mutu terjamin)</li> <li>5. Perhatian Dinas dan berbagai stakeholder yang selalu memantau</li> <li>6. Pemasaran langsung ke konsumen</li> <li>7. Penjualan bibit</li> <li>8. Sertifikasi buah segar dan cap khusus produk buah naga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal yang terbatas</li> </ol>
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perluasan lahan dan beberapa komoditas lainnya</li> <li>2. Pelopor mina naga</li> <li>3. Ekosistem berkesinambungan dari, oleh dan untuk kebun buah naga tersebut</li> <li>4. Menciptakan produk turunan (selai, jelly, Kerupuk, dll).</li> <li>5. Masuk ke supermarket</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tawaran pengembang untuk proyek sekitar lahan</li> </ol>

*Sumber : Hasil wawancara dengan pemilik usaha tani buah naga*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) mendominasi secara mutlak dari sub usaha tani Pak Trisno, sedangkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) tidak terlalu signifikan, maka dengan itu kesempatan emas untuk

menjalankan sub usaha tani (buah naga) masih terbuka lebar dengan rasionalitas yang kuat di wilayah Kabupaten Banyumas.

Perumusan strategi pemasaran untuk sub usaha tani Pak Trisno didasarkan pada segmentasi kualitas produk yang kuat. Kualitas buah naga yang dihasilkan harus selalu terjaga agar kenyamanan dan kepuasan pelanggan tetap menjadi prioritas utama. Peningkatan kualitas juga melibatkan standarisasi mutu dan ukuran. Buah naga yang diproduksi oleh usaha tani ini harus memenuhi standar minimal berat 3 ons, serta memiliki kematangan optimal (100%) agar siap konsumsi. Pengembangan produk turunan, seperti olahan buah naga, meskipun memiliki potensi besar, belum menjadi fokus utama karena usaha tani ini masih berorientasi pada pemenuhan pasar buah naga segar.

Dalam kaitannya dengan bauran pemasaran, strategi yang diterapkan menekankan pentingnya *product differentiation* atau diferensiasi produk, di mana buah naga yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kriteria kualitas yang diharapkan, tetapi juga menawarkan nilai tambah dibandingkan produk serupa di pasar. Hal ini selaras dengan teori Kotler (2000), diferensiasi produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, sub usaha tani Pak Trisno menerapkan pendekatan *customer centric* yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen melalui produk berkualitas tinggi, sambil tetap mempertimbangkan pengembangan produk turunan di masa depan seiring dengan peningkatan kapasitas produksi.

Mengenai strategi harga, konsep strategi penetapan harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kualitas produk dan harga pasar. Dalam usaha tani buah naga Pak Trisno, harga jual ditetapkan dengan menyesuaikan harga yang umum berlaku di pasaran. Meskipun buah naga yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada rata-rata produk buah naga merah lainnya, penentuan harga tetap bersaing

secara sehat. Hal ini mengacu pada strategi pricing based on competition, di mana penetapan harga tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga posisi kompetitif di pasar.

Berdasarkan pendapat dari teori Kotler dan Armstrong (2014), strategi penentuan harga berdasarkan pesaing bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara profitabilitas dan daya tarik produk di mata konsumen. Walaupun produk yang dijual memiliki kualitas yang lebih baik, penting untuk menjaga harga tetap terjangkau agar tidak memicu eksklusivitas yang berlebihan dan tetap dapat bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain.

Diskon diberikan kepada pelanggan loyal yang melakukan pembelian dalam jumlah besar secara berkelanjutan, yang merupakan bagian dari strategi customer retention. Menurut Zeithaml et al. (2009), memberikan insentif kepada pelanggan setia merupakan upaya menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan *customer lifetime value (CLV)* dan mempertahankan pangsa pasar. Pemberian diskon ini juga mendorong peningkatan pembelian dalam jumlah besar, yang tidak hanya menguntungkan dari sisi volume penjualan, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi. Dengan strategi harga yang fleksibel dan berorientasi pada pelanggan, sub usaha tani Pak Trisno tidak hanya berfokus pada peningkatan keuntungan, tetapi juga memastikan hubungan baik dengan konsumen serta keberlanjutan usaha di pasar yang kompetitif.

“Alhamdulillah, selain buah naganya emang enak, pelayanannya juga top mas, apalagi saya yang emang ambil banyak karena titipan temen-temen saya para guru, alhasil dari Pak Trisno memberikan diskon ke saya, ya mungkin bahasanya pengganti uang bensin apa yah, dan harganya juga masih normal sesuai pasaran dengan kualitas di atas rata-rata ini mas” (Pak Rudi, 20 September 2024).

Sistem pembayaran merupakan bagian integral dalam mendukung kelancaran transaksi pada suatu usaha, termasuk dalam usaha tani buah naga Pak Trisno. Saat ini, dua jenis sistem pembayaran yang diterapkan

yaitu pembayaran secara tunai (cash) dan pembayaran digital menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Pembayaran tunai masih menjadi pilihan utama untuk produk buah naga yang dijual langsung kepada konsumen di kebun. Sistem ini dianggap sederhana dan praktis, khususnya bagi konsumen yang berada di sekitar kebun dan terbiasa dengan metode tradisional.

Namun, dalam rangka mengikuti perkembangan teknologi dan tren ekonomi digital, pembayaran melalui QRIS mulai diterapkan terutama pada layanan edukasi yang dikelola oleh Pokdarwis. QRIS adalah standar pembayaran digital yang disusun oleh Bank Indonesia dan digunakan secara nasional untuk memfasilitasi transaksi yang lebih mudah dan efisien menggunakan kode QR. Sistem ini memungkinkan konsumen atau pengunjung yang mengikuti program edukasi di kebun untuk melakukan pembayaran melalui ponsel mereka dengan berbagai aplikasi dompet digital, transfer bank, atau kartu kredit yang terhubung dengan sistem QRIS.

Keuntungan penerapan QRIS dalam sistem pembayaran ini adalah kemudahan, kecepatan, dan efisiensi, baik bagi pihak pengelola usaha maupun bagi konsumen. Metode pembayaran non-tunai seperti QRIS dinilai lebih aman dan mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik karena seluruh transaksi dapat tercatat secara digital dan mudah dilacak. Dengan penerapan sistem pembayaran yang fleksibel ini, sub usaha tani (buah naga) Pak Trisno menunjukkan adaptabilitas terhadap perkembangan teknologi dan preferensi konsumen, tanpa mengabaikan metode pembayaran konvensional yang masih dibutuhkan oleh sebagian konsumen lokal.

Kemudian, pada poin peran distribusi dalam sub usaha tani (buah naga) Pak Trisno dioptimalkan melalui jaringan pelanggan loyal yang berfungsi sebagai perantara distribusi. Para pelanggan loyal ini sering kali menjadi jembatan antara konsumen yang memiliki keterbatasan akses waktu atau jarak untuk berkunjung langsung ke kebun dengan produk buah

naga segar yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan peran distribusi tidak hanya dilakukan secara konvensional melalui pengecer besar atau pasar, tetapi juga melalui individu-individu yang memiliki kepercayaan terhadap kualitas produk dan telah menjalin hubungan baik dengan usaha tani. Dengan demikian, mereka berperan penting dalam menjaga ketersediaan produk di pasar yang lebih luas, serta memperluas cakupan konsumen yang tidak dapat berkunjung langsung.

Strategi distribusi ini mencakup beberapa keuntungan utama:

- a) Efisiensi dalam Pendistribusian Produk: Pelanggan loyal dapat mengumpulkan pesanan dari konsumen lain di sekitarnya, yang secara tidak langsung memperluas jangkauan pasar tanpa perlu adanya mekanisme distribusi formal.
- b) Reduksi Biaya Distribusi: Dengan menggunakan konsumen sebagai agen distribusi informal, usaha tani dapat mengurangi biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk distribusi langsung, seperti biaya transportasi.
- c) Peningkatan Kepuasan Pelanggan: Konsumen yang mengandalkan pelanggan loyal untuk mendapatkan produk tidak hanya merasakan kenyamanan, tetapi juga mendapatkan akses ke produk berkualitas tanpa harus melakukan perjalanan ke kebun.

Promosi dalam sub usaha tani (buah naga) Pak Trisno dilakukan melalui beberapa pendekatan berbasis komunitas dan loyalitas konsumen. Strategi promosi ini didukung oleh hubungan personal yang kuat dengan pelanggan, yang selanjutnya memicu efek "*word of mouth*" (promosi dari mulut ke mulut). Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2016) tentang promosi berbasis pengalaman pelanggan, di mana pelanggan yang merasa puas cenderung merekomendasikan produk kepada jaringan mereka.

Promosi lainnya juga didukung oleh media sosial dan acara komunitas. Penggunaan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook memudahkan promosi karena memungkinkan usaha tani untuk

menjangkau konsumen potensial secara lebih luas dan langsung, dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan promosi tradisional. Selain itu, pengelolaan kegiatan edukasi melalui Pokdarwis juga berfungsi sebagai alat promosi tidak langsung, di mana wisatawan yang datang untuk belajar tentang budidaya buah naga sering kali berbagi pengalaman mereka, yang pada akhirnya meningkatkan visibilitas usaha tani ini. Promosi yang fokus pada pengalaman langsung juga menjadi alat yang efektif dalam membangun loyalitas konsumen, di mana para pengunjung tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga menjadi duta informal untuk sub usaha tani tersebut.

Pada awal pendirian usaha tani buah naga ini, modal yang dikeluarkan oleh Pak Trisno berjumlah Rp. 20.000.000, di luar dari modal lahan yang memang sudah dimilikinya secara pribadi. Modal tersebut digunakan untuk investasi dalam teknologi dan sumber daya lain yang mendukung keberlangsungan usaha. Salah satu teknologi yang diterapkan adalah sistem pencahayaan lampu untuk menjaga stabilitas suhu pada malam hari, yang merupakan faktor penting dalam proses mekarnya bunga buah naga. Teknologi pencahayaan ini menstimulus pertumbuhan bunga di lingkungan yang kurang optimal, terutama saat kondisi suhu tidak stabil atau malam hari sesuai teori model produksi dan efisiensi dari D. Timmons dan D. E. Spinelli (2016).

Di sisi lain, penggunaan teknologi pengairan berbasis konsep mina (kolam) juga diterapkan di lahan pertanian buah naga. Sistem ini memungkinkan sumber air yang lebih stabil dan terjaga, di mana air dari kolam di antara baris pohon dapat digunakan untuk menjaga kelembaban tanah dan mencegah kekeringan, yang penting dalam menjaga pertumbuhan optimal tanaman. Konsep mina ini juga sejalan dengan prinsip pertanian berkelanjutan, di mana sumber daya alam lokal seperti air sungai dimaksimalkan untuk keperluan pengairan sesuai teori dari R. P. Pimentel dan D. Pimentel (2006).

Dari segi tenaga kerja, 3 orang karyawan dipekerjakan untuk menjalankan berbagai proses perawatan, mulai dari pemupukan hingga panen. Efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja juga diupayakan dengan sistem kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan tertentu, seperti pembersihan, pemupukan, dan panen. Informasi dan pengetahuan yang menjadi dasar pengelolaan usaha tani ini tidak hanya berasal dari pengalaman pribadi dan sesama petani buah naga, tetapi juga dari pendampingan dan edukasi yang diberikan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Banyumas serta stakeholder lain yang memiliki perhatian pada sektor hortikultura. Edukasi ini mencakup teknik budidaya, manajemen sumber daya, dan inovasi dalam pertanian modern.

“ya kene balungan cilik mas, kabeh-kabeh diusahakna alon sing penting kelakon tapi pasti, ya karena njaga mutu luwih penting nggo jangka panjang mas, kue kan bekal nggo njaga nama baik usaha kie, nek pelanggan seneng dewek juga seneng mas” (Pak Trisno, 26 September 2024).

Dampak strategi pemasaran terhadap pendapatan Pak Trisno, pendapatan yang diperoleh oleh Pak Trisno dari usaha tani buah naga berjalan dengan pola yang teratur, yaitu setiap dua minggu sekali. Dalam rentang waktu tersebut, akumulasi pendapatan yang berhasil dicapai berkisar pada Rp. 3.000.000 per bulan. Pendapatan yang stabil ini mencerminkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan, di mana terdapat keseimbangan yang baik antara *supply and demand* dari konsumen.

Meningkatnya volume penjualan sangat terkait dengan musim panen raya, yang biasanya terjadi pada bulan Januari. Pada saat ini, konsep *mix farming* berjalan maksimal karena sub usaha tani buah naga mencapai potensi maksimalnya dalam hal jumlah dan ukuran buah yang dihasilkan. Kondisi ini memungkinkan Pak Trisno untuk memenuhi permintaan yang tinggi dari konsumen dengan produk berkualitas baik. Pemasaran yang berjalan dengan baik di Kebun Buah Naga Pak Trisno menunjukkan pentingnya adaptasi terhadap kondisi pasar dan perilaku konsumen.

Penerapan strategi pemasaran yang responsif terhadap perubahan permintaan dan penyediaan produk yang berkualitas tinggi, serta penyesuaian harga berdasarkan kondisi pasar, merupakan kunci dalam mempertahankan keberlangsungan sub usaha tani ini. Pendekatan ini menciptakan loyalitas pelanggan, yang menjadi aset berharga dalam dunia bisnis sub usaha tani (buah naga).

Dengan pola pendapatan yang stabil dan strategi pemasaran yang adaptif, usaha tani buah naga Pak Trisno mampu mempertahankan daya saing di pasar. Kinerja yang baik selama musim panen memberikan dampak positif terhadap pendapatan, dan penyesuaian harga yang sesuai dengan permintaan pasar menjadi strategi efektif dalam menghadapi dinamika industri agrikultur.

Meningkatnya efisiensi pemasaran pada sub usaha tani (buah naga) yang dikelola oleh Pak Trisno dapat dikaitkan dengan penerapan manajemen pemasaran yang adil dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Strategi ini tidak hanya menciptakan loyalitas di kalangan pelanggan tetap tetapi juga memastikan bahwa hak semua konsumen untuk mendapatkan produk tetap terjaga. Sesuai dengan surah An-Nisa ayat 29, mengenai “memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil dilarang secara tegas dalam yang berkaitan dengan hal-hal yang mengandung kemaksiatan. Ayat di atas menjelaskan larangan Allah SWT mengenai keburukan yaitu *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), *riba* (bunga) atau “*maghrib*. Maka dari itu transaksi yang adil dalam pemasaran sebagai jalan yang terbaik untuk produsen dan konsumen.

Menurut teori Kotler dan Keller (2016) , manajemen yang adil ini terlihat jelas saat belum ada buah yang siap dipetik. Pak Trisno memberikan penjelasan kepada konsumen bahwa mereka tidak diwajibkan untuk hadir dalam sesi edukasi, jika produk tidak tersedia. Dengan cara ini, dia memberikan transparansi dan membangun kepercayaan di antara pelanggan yang berakhir dengan loyalitas pelanggan dan potensi peningkatan penjualan dengan cara *repeat order*. Pak Trisno juga

menerapkan sistem prioritas untuk pelanggan tetap, yang mendapatkan akses lebih dahulu ketika buah naga merah segar tersedia. Meskipun demikian, sistem ini tetap menghormati hak setiap konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Pendekatan ini sejalan dengan teori pemasaran etis, di mana kepuasan pelanggan dan keadilan dalam distribusi produk menjadi prioritas utama (Sheth & Parvatiyar, 1995). Dengan demikian, manajemen pemasaran yang dilakukan tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosial.

Lebih lanjut, strategi pemasaran Pak Trisno mencerminkan konsep pemasaran berkelanjutan, yang berfokus pada hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen, serta pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab menurut teori Peattie & Crane (2005). Dalam konteks ini, efisiensi pemasaran yang dicapai bukan hanya mengenai volume penjualan, tetapi juga mencakup nilai-nilai sosial dan lingkungan yang lebih luas. Dengan cara ini, usaha tani buah naga tidak hanya berfungsi sebagai bisnis tetapi juga sebagai entitas yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar. Meningkatnya efisiensi pemasaran di Kebun Buah Naga Pak Trisno adalah hasil dari manajemen yang adil, pemberian prioritas kepada pelanggan tetap, dan komitmen terhadap pemasaran berkelanjutan. Praktik-praktik ini tidak hanya menjamin keberlangsungan usaha, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, sehingga membangun reputasi yang baik dan memperkuat posisi Pak Trisno dalam pasar lokal.

Kemudian, mengenai dampak terhadap kesejahteraan sub usaha tani, meningkatnya pendapatan petani, dalam hal ini pemasukan yang bisa dimaksimalkan selain produk utama buah naga merah adalah bibit buah naga tersebut, dengan hal itu bisa menambah pundi-pundi rupiah dalam sub usaha tani buah naga Pak Trisno. Begitupun dengan ketiga karyawan dari Pak Trisno yang sudah sejahtera dengan memiliki pencapaian menjadi

peternak kambing, selain kerja di Kebun Buah Naga Pak Trisno dengan gaji yang didapatkan sebesar Rp. 60.000/ hari.

“Alhamdulillah mas, dadi bisa due ingon wedus sing kena go pegawean ngarit ben dinane, karn ngode karo Pak Trisno kan waktune ra mesti, dadi ya kasil nabunge go tuku wedus juga go harian kecukupi si mas, kadang rejeki ya ana bae” (Pak Dirjo, 21 September 2024).

Kesejahteraan tidak hanya diukur dari segi ekonomi, tetapi juga mencakup kesehatan, pendidikan, dan partisipasi sosial. Menurut Sen (1999), kesejahteraan seseorang dapat dilihat dari kebebasan yang dimilikinya untuk menjalani hidup yang diinginkannya. Dalam konteks Pak Trisno, pendapatan tambahan yang diperoleh dari *tourguide* wisata edukasi memberikan kebebasan finansial yang lebih besar, yang memungkinkan peningkatan kualitas hidup. Hal ini sejalan dengan pendekatan multidimensional terhadap kesejahteraan, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (2023), bahwa indikator kesejahteraan rakyat, yaitu : 1. kependudukan (*population*), 2. kesehatan dan gizi (*health and nutrition*), 3. pendidikan (*education*) 4. ketenagakerjaan (*employment*) 5. taraf dan pola konsumsi (*consumption level and patterns*), 6. perumahan (*housing*) 7. kemiskinan (*poverty*), 8. sosial lainnya (*other social concerns*). Pak Trisno dan para karyawannya yaitu Pak Jumadi, Pak Dirjo, dan Pak Nadi sudah merasakan ke 8 poin tersebut karena faktor jam terbang dan konsistensi dalam bekerja. Relevan dengan pendapat Nasikun (1993) bahwa adanya indikator kesejahteraan sebagai tolak ukur dan konsep terciptanya martabat manusia yang dilihat dengan poin sebagai berikut : rasa aman (*security*), kebebasan (*freedom*), jati diri (*identity*).

Dalam *kesempatannya*, Pak Trisno menyatakan “iya alhamdulillah mas, uripe ayem karena kang usaha buah naga kiye bisa menuhi kebutuhan sehari-hari, ora mati 2 minggu ya ana bae mas rejekine, anak juga wis pada mentas sekolaeh dan siki dadi pada mandiri merantau nang kota, bebas juga usaha kaya kie karena ra ana tekanan kang pihak-pihak tertentu, juga

mbantu gawe bangga desa kang apa sing tek usahakna mas, wong jenenge menungsa ya sepira-pira kurang mas". (Pak Trisno, 15 September 2024).

Adapun sesuai hadits Nabi Muhammad SAW :

*"Barangsiapa di antara kalian yang berada dalam keadaan aman di rumahnya, sehat badannya, dan memiliki makanan untuk hari itu, maka seolah-olah dunia telah dikumpulkan untuknya."* (HR. Tirmidzi (2346) dan Ibnu Majah (4141)).

Maka dari itu, dengan terpenuhinya indikator kesejahteraan pada sub usaha tani (buah naga). Keamanan : Dalam konteks Pak Trisno, keamanan dapat diartikan sebagai stabilitas usaha tani yang ia kelola. Dengan adanya usaha yang berjalan baik, ia tidak hanya merasa aman secara finansial, tetapi juga menciptakan lingkungan yang aman bagi keluarganya dan masyarakat sekitar. Hal ini sejalan dengan konsep keamanan dalam kesejahteraan yang dijelaskan oleh Sen (1999), yang menekankan pentingnya keamanan ekonomi sebagai prasyarat untuk kesejahteraan.

Kesehatan yang baik memungkinkan Pak Trisno untuk menjalankan aktivitas sehari-hari dalam mengelola kebunnya. Dengan kesehatan fisik yang terjaga, ia dapat melakukan perawatan dan panen tanaman buah naga secara optimal. Menurut WHO (1946), kesehatan adalah keadaan sejahtera fisik, mental, dan sosial, yang mendukung pemenuhan potensi individu dalam masyarakat. Dalam hal ini, keberhasilan Pak Trisno dalam usaha tani tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraannya tetapi juga berpotensi memberikan dampak positif pada kesehatan masyarakat melalui penyediaan pangan yang bergizi.

Kecukupan pangan artinya memiliki makanan yang cukup merupakan indikator langsung dari kesejahteraan. Sub usaha tani Pak Trisno menghasilkan buah naga yang tidak hanya memenuhi kebutuhan keluarganya, tetapi juga berkontribusi pada ketahanan pangan lokal. Ketahanan pangan di tingkat rumah tangga dapat meningkatkan kualitas hidup, seperti yang dinyatakan oleh FAO (2008) yang menjelaskan pentingnya akses terhadap pangan yang cukup dan bergizi bagi kesejahteraan.

Dengan terpenuhinya ketiga indikator tersebut, motivasi Pak Trisno untuk terus mengembangkan Kebun Buah Naga tidak hanya didasarkan pada pencapaian pribadi, tetapi juga pada manfaat yang dapat diberikan kepada masyarakat sekitar. Proses yang dijalani, meskipun terkadang menghadapi tantangan, diyakini akan menghasilkan manfaat jangka panjang, sesuai dengan prinsip bahwa "tidak ada proses yang mengkhianati hasil."

Kesejahteraan Pak Trisno dan karyawan serta keberhasilan sub usaha taninya dapat dilihat sebagai contoh konkret dari penerapan prinsip-prinsip yang diungkapkan dalam hadits di atas. Dengan memenuhi kebutuhan dasar keamanan, kesehatan, dan pangan, Pak Trisno tidak hanya meningkatkan kualitas hidupnya tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat di sekitarnya. Hal ini menekankan pentingnya keterkaitan antara kesejahteraan individu dan kesejahteraan komunitas secara keseluruhan.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

- a) Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian, terdapat hal yang dapat disimpulkan bahwa strategi untuk meningkatkan produksi dan pemasaran dalam meningkatkan kesejahteraan sub usaha tani buah naga Pak Trisno sudah masuk dalam kategori efektif. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan capaian produksi pada tiap bulannya dan panen raya, dengan metode teknologi pencahayaan lampu yang dilakukan secara masif dengan tujuan mempercepat hasil produksi yang diringkas menjadi 2 minggu lebih cepat, serta stabilitas harga jual dan total omzet dalam periode setiap 2 minggu sekali.
- b) Sistematis pemasaran dan untuk produk buah naga langsung ke tangan konsumen tanpa distributor lainnya, sedangkan skema pemasaran mengenai *branding* dan layanan sudah mengarah ke arah digitalisasi, serta natural dari *word of mouth* yang dibuktikan dengan adanya para wisatawan atau pengunjung dari berbagai kota seperti Bekasi, Jakarta dan Pekalongan, artinya informasi yang sudah tersebar di internet bisa dikatakan efektif dan efisien untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang dan menikmati. Hal tersebut terbukti dalam setiap bulannya ada daftar *bookingan*, namun peran *fair* Pak Trisno disini adalah memastikan calon wisatawan tersebut memang fokus untuk terhadap buahnya atau cukup dengan layanan edukasi tanpa harus ada buah sekalipun, jadi komunikasi dan edukasi dilakukan pra dan pasca wisata langsung oleh Pak Trisno selaku pemilik usaha tani tersebut. Kesejahteraan tercapai dengan kemudahan akses pendidikan, kesehatan dan terpenuhinya sandang, papan dan pangan serta karyawan juga bisa memiliki usaha sampingan lainnya yaitu menjadi peternak kambing juga dari ketiga karyawan tersebut yang artinya tidak terikat dan merasakan kebebasan dalam titik kesejahteraan masyarakat dan individu.

## B. Saran

1. Saran Untuk Sub Usaha Tani Pak Trisno
  - a) Memperluas lahan untuk menambah kapasitas pohon yang berdampak terhadap peningkatan hasil produksi.
  - b) Meluaskan cakupan strategi digital marketingnya dengan *platform* terkini baik seperti Youtube, Instagram, Tiktok dan media-media lainnya.
  - c) Menggiatkan kolaborasi dengan berbagai *stakeholder* untuk masifnya edukasi tentang usaha tani buah naga agar tercipta usaha tani-usaha tani yang lainnya, terutama di Banyumas Raya.
2. Saran Untuk Masyarakat
  - a) Mengoptimalkan lahan yang dimiliki menjadi kebun yang produktif dan menguntungkan dengan sistem ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) dari yang sudah dilakukan oleh Pak Trisno.
  - b) Memanfaatkan peluang dari adanya destinasi wisata yang ada di sekitarnya untuk menjadi sebuah usaha.
  - c) Selalu *open minded* bahwa dari desa juga bisa menjadi primadona.
3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya
  - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dasar bagi penelitian berikutnya.
  - b) Penelitian selanjutnya dapat memaksimalkan topik-topik yang belum diangkat dan untuk lebih merinci dalam muatannya seperti Mina Naga
  - c) Kebaruan penelitian merupakan keharusan yang harus tercapai dalam penelitian selanjutnya, sehingga hasil-hasil penelitian dengan topik yang linear selalu ada kesegaran muatan informasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In D. P. Rapanna (Ed.), *Syakir Media Press* (Vol. 4, Issue 1). CV. Syakir Media Press.
- Anggraini, R. T., Tapi, T., & Isty Nur, M. G. (2023). Prospek Budidaya Buah Naga (*Hylocereus Polyrhizus*) Studi Kelayakan Usahatani Buah Naga Di Distrik Prafi Kabupaten Manokwari Papua Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 4 (1), 126–135.
- Arifianti, R. (2019). *Kebijakan Dan Strategi Produksi*. 1.
- Ayu, N., Ledoh, P., Pellokila, M. R., & Lango, A. N. P. (2023). *Faktor Penentu Produksi Tanaman Buah Naga Merah (Hylocereus Polyrhizus). Studi Kasus : Desa Kolobolon Kecamatan Lobalain Kabupaten Rote Ndao*. 3, 258–264.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Indikator Kesejahteraan Rakyat 2023. In *The Veterinary Record* (Vol. 52).
- Bank Indonesia, K. Dan P. T. (2024). *Ekonomi Mikro Islam*.
- Bappenas RI. (2021). *Indonesia Dan Dunia*. 5(2).
- Berry, L. L. (1983). *Emerging Perspectives On Services Marketing*.
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Statistik Pertanian Hortikultura Provinsi Jawa Tengah 2020-2022*.
- Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, And Practice* (7th Ed.).
- Damiri, M. (2020). Islam Bicara Kesejahteraan (Sebuah Studi Tentang Penerapan Konsep Kesejahteraan Islam Di Indonesia). In *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*.
- Djamali, A. (2000). *Manajemen Usahatani*.
- Erlani, Y., & Sisvaberti, A. (2023). Analisis Harga Pokok Dan Tingkat Keuntungan Usahatani Buah Naga Merah Cecep Sugandi Di Desa Balam Jeruju Kecamatan Cengal Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Societa*, 20–25.
- Hardani, S.Pd.,M.Si., Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*.
- Harina, H., Nuraeni, N., & Salim, M. (2019). Analisis Produksi Dan Pemasaran Usahatani Bawang Merah (*Allium Cepa L*) Studi Kasus Di Desa Banti, Kecamatan Baraka, Kabupaten Enrekang. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 2(2), 67–81.
- Hidayat, M. (2021). Analisis Kebijakan Ekonomi Dan Kesejahteraan Sosial Perspektif Maqāsid Asy-Syarī‘ah (Studi Pasal 88 Uu Nomor 11 Tahun 2020). *Jurnal Penelitian Agama*, 22(1), 49–64.

- Hidayatullah, R. F. (2021). Analisis Kelayakan Pada Usahatani Buah Naga Di Desa Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 6(1), 18–26.
- Ilmia, A., & Ridwan, A. H. (2023). Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 193–202.
- Imran, S., & Indriani, R. (2022). *Ekonomi Produksi Pertanian*. Ideas Publishing.
- Joesron, S. Dan F. (2003). *Teori Ekonomi Mikro*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & G. A. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th Ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th Ed.).
- Kotler, P. And K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). , Erlangga.
- Mahadewi, P. E. (2022). *Ekonomi Kesejahteraan* (Issue 112).
- Mccarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*.
- Megavitry, R., Hakim, R. R. Al, Amperawati, S., Jannah, A., Ismiasih, Aisyah, S., Kamarudin, A. P., Lenni, & Sutiharni. (2022). *Teknologi Pertanian* (Issue November).
- Meyliani, L., & Yuswadi, H. (2019). Dilema Petani : Pengejaran Keuntungan Atau Bertahan Dalam Pertanian Buah Naga. *Jurnal Entitas Sosiologi*, 8(2), 68–77.
- Moehar, D. (2002). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis. In Ahmad Muhaimin (Ed.), *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. Media Edu Pustaka.
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). *Green Marketing: Legend, Myth, Farce Or Prophecy?*
- Purwanto, H. I., Rosni, M. M., & Aziz, Y. (2022). Analisis Usahatani Buah Naga Di Kecamatan Tambang Ulang Kabupaten Tanah Laut (Studi Kasus Usahatani Buah Naga Bapak Maksum). *Jurnal Tam*, 6(1), 1–8.
- Putri, S. M. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Buah Naga Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Nagari Kacang , Kecamatan X Koto Singkarak, Kabupaten Solok*. 1 (7), 1250–1261.
- Rahayu, S., & Dinarossi, U. (2015). Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro. In *Universitas Muhammadiyah Palembang*.
- Rahmatullah, Inanna, & Mustari. (2018). Konsep Dasar Ekonomi Islam\_. In *Konsep Dasar Ekonomi Islam Pendekatan Nilai-Nilai Eco-Culture*.

- Rasmikayati, E., Nugroho, M., Utomo, B., Supyandi, D., Nugraha, A., & Saefudin, B. R. (2021). Faktor Sosial Dan Faktor Ekonomi Pada Usahatani Mangga Serta Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Mangga (Studi Kasus Di Dua Daerah Sentra Produksi Mangga Di Jawa Barat). *Mimbar Agribisnis*, 7(2), 1655–1672.
- Ruthenberg. (1980). *Farming Systems In The Tropics*.
- Saleh, Y. M., & Said, M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *Konsep Dan Strategi Pemasaran*.
- Sen, A. (1999). *Development As Freedom*.
- Sheth, Agdish N., & Parvatiyar, A. (1995). *The Evolution Of Relationship Marketing*.
- Shinta, A. (2011). *Ilmu Usahatani* (1st Ed., Issue 112).
- Sinaga, G. A. B., Maqbullah, A., Suthanto, R. G., Aulia, T. W., Fadilah, S. P., Muhaimin, I., Nurjannah, D., Puspitararas, N. Della, Haryanto, R., & Najmudin. (2023). Pengembangan Digitalisasi Melalui Branding Wisata Di Desa Wisata Pekunden. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 01–14.
- Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Sochimim. (2021). *Epistemologi Filsafat Kewirausahaan : Membaca Konsep Entrepreneurship Musa Asy ' Arie*. 9, 143–154.
- Subhan, M., Setiawan, I., & Setia, B. (2020). Analisis Keberlanjutan Usahatani Buah Naga Berbasis Komunitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7, 380–386.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metode Penelitian*. Pustakabarupress.
- Sukirno, & Sadono. (2011). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (3rd Ed.). Rajawali Pers.
- Syaubari, S. (2021). Analisis Implementasi Konsep Nafkah Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Keluarga Di Desa Karangari Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 98–113.
- Turmudi, M. (2020). *Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam Muhammad Turmudi*. 37–56.
- UNDP. (1990). *Human Development Report 1990: Concept And Measurement Of Human Development*.
- Waluyo, A., Ahzar, F. A., & Nurohman, Y. A. (2023). Strategi Peningkatan Kesejahteraan Petani Di Kabupaten Temanggung: Sebuah Analisis SWOT. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2), 215.

Yacoub, Y., & Mutiaradina, H. (2020). Analisis Kesejahteraan Petani Dan Kemiskinan Perdesaan Di Indonesia. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, 2017*, 92.

Zaini, I. (2014). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Kopsyah Baraka.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Issue 112).

Zakaria. (2012). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*.



# LAMPIRAN - LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### Pedoman Instrumen Wawancara

#### A. Wawancara dengan pemilik Usaha tani Buah Naga

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha tani buah naga Pak Trisno?  
Jawab : Peluang di Banyumas masih langka buah naga
2. Berapa banyak karyawan yang ada usaha tani Pak Trisno?  
Jawab : 3 orang
3. Berapa modal yang dikeluarkan untuk memulai usaha tani Pak Trisno?  
Jawab : Rp. 20.000.000
4. Siapa yang menjadi target pasarnya?  
Jawab : Semua kalangan
5. Fasilitas apa saja yang diberikan kepada konsumen?  
Jawab : Produk dan edukasi
6. Berapa total produksi per panennya?  
Jawab : 1,5 kwital / bulan
7. Bagaimana sistem promosi yang dilakukan?  
Jawab : Promosi mulut ke mulut dan sosial media
8. Berapa omzet yang didapatkan dalam 1 bulan?  
Jawab : Rp. 3.000.000

#### B. Wawancara dengan karyawan Usaha tani Buah Naga

1. Darimana anda mengetahui adanya usaha tani buah naga Pak Trisno?  
Jawab : Langsung diajak Pak Trisno
2. Tugas apa yang anda jalankan di usaha tani buah naga Pak Trisno?  
Jawab : Perawatan (pemupukan dan pemeliharaan tanaman)

#### C. Wawancara dengan konsumen Usaha tani Buah Naga

1. Darimana mengetahui usaha tani buah naga Pak Trisno?  
Jawab : Teman, google dan sosial media
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen di usaha tani buah naga Pak Trisno?

Jawab : Memuaskan karena mengutamakan keadilan / pemerataan dan selalu diedukasi tentang buah naga

3. Bagaimana kualitas buah naga yang diproduksi oleh usaha tani buah naga Pak Trisno?

Jawab : Unggul, beda dari yang lain, memiliki karakteristik yang kuat

#### **D. Latar Belakang dan Profil Usaha**

1. Berapa lama Bapak sudah menjalankan usaha budidaya buah naga?

Jawab : 7 tahun

2. Bagaimana kondisi lahan yang Bapak gunakan untuk budidaya buah naga? (Luas, jenis tanah, sumber air, dll.)

Jawab : Lahan kering dan cocok, sumber air dekat dengan sungai, lahan sementara 1400 m<sup>2</sup>

#### **E. Strategi Peningkatan Produksi**

1. Apa saja strategi yang diterapkan untuk meningkatkan produksi buah naga?

Jawab : Teknologi cahaya lampu

2. Apakah Bapak menggunakan pupuk organik atau pupuk kimia dalam budidaya buah naga? Mengapa?

Jawab : Full organik, untuk kelestarian alam

3. Bagaimana Bapak mengelola hama dan penyakit pada tanaman buah naga?

Jawab : Pangkas yang terkena cacar

4. Apakah Bapak melakukan panen buah naga secara manual atau menggunakan alat bantu?

Jawab : Gunting khusus petik buah naga

5. Bagaimana Bapak menentukan waktu panen buah naga yang tepat?

Jawab : Menunggu matang 100%

#### **F. Strategi Pemasaran**

1. Apakah Bapak memiliki strategi khusus dalam memasarkan buah naga?

Jawab : Cukup status WA dan pelanggan yang saling menularkan info

2. Apakah Bapak menjual buah naga secara langsung kepada konsumen atau melalui perantara?

Jawab : Langsung, walaupun ada yang saling titip ke pelanggan lain

3. Bagaimana Bapak menentukan harga jual buah naga?

Jawab : Menyesuaikan pasaran

4. Apakah Bapak menghadapi kendala dalam memasarkan buah naga? Jika ya, apa saja kendalanya?

Jawab : Tidak ada

5. Bagaimana Bapak mempromosikan buah naga yang Bapak hasilkan?

Jawab : Melalui status WA dan dibantu informasi *online* dan sosial media oleh Pokdarwis

### **G. Dampak terhadap Kesejahteraan**

1. Bagaimana pengaruh usaha budidaya buah naga terhadap pendapatan dan kesejahteraan Bapak?

Jawab : Alhamdulillah, mencukupi untuk sandang, pangan dan papan

2. Apakah usaha ini membantu Bapak dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari?

Jawab : Sangat membantu

3. Apakah usaha ini memberikan dampak positif bagi keluarga Bapak & masyarakat sekitar?

Jawab : Alhamdulillah memberikan dampak positif

4. Apakah Bapak memiliki rencana untuk mengembangkan usaha budidaya buah naga di masa depan?

Jawab : Rencana untuk perluasan dan tambahan mina naga

### **H. Saran dan Rekomendasi**

1. Apa saran Bapak untuk para petani buah naga lainnya agar dapat meningkatkan produksi dan pemasaran buah naga?

Jawab : Gunakan teknologi cahaya lampu dan pupuk organik

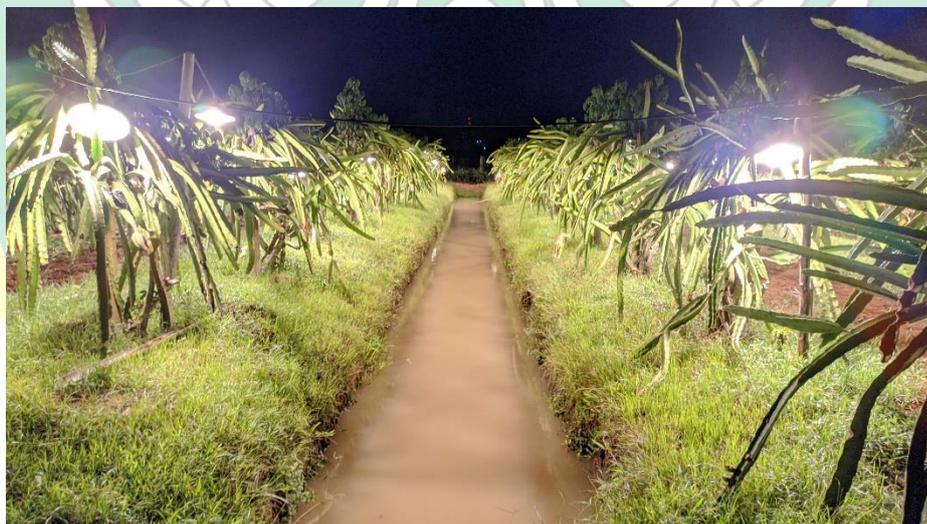
2. Apa harapan Bapak untuk pengembangan usaha tani buah naga di Kecamatan Banyumas?

Jawab : Semakin banyak yang berminat untuk usaha tani buah naga agar bisa menjadi sentra naga nantinya

**LAMPIRAN 2**  
**Dokumentasi Penelitian**



Suasana Kebun Buah Naga (Siang)



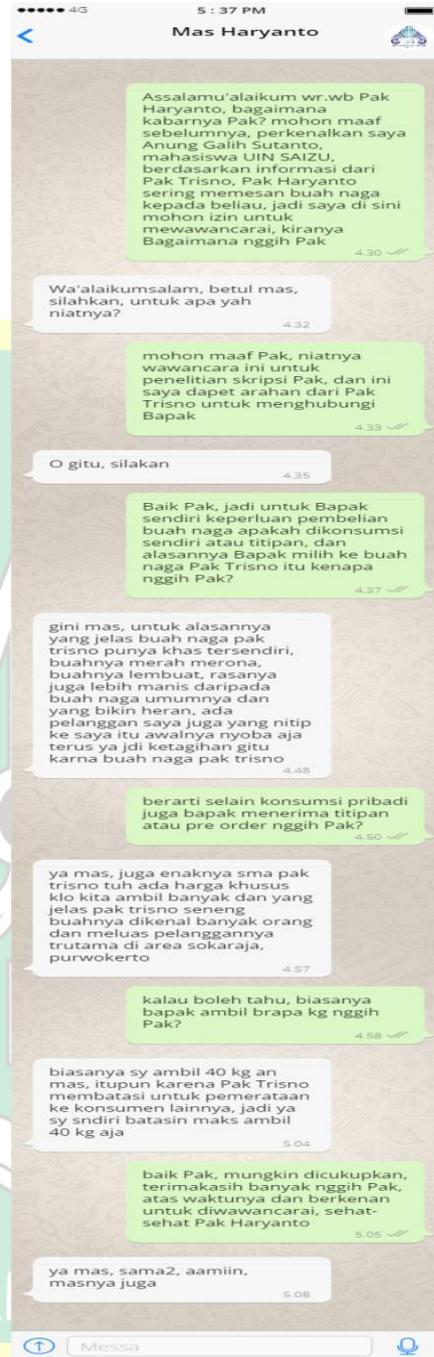
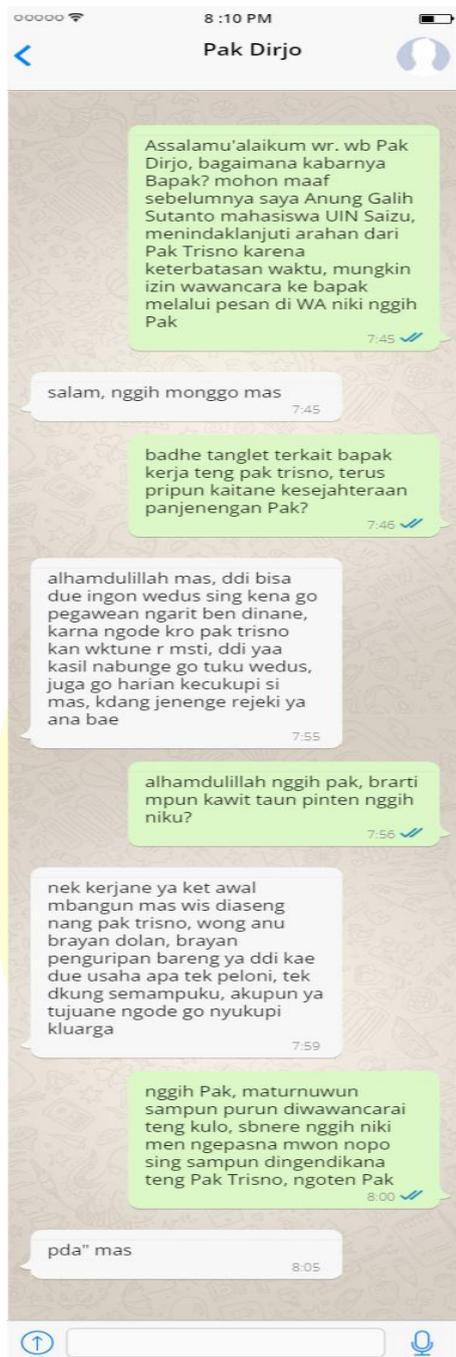
Suasana Kebun Buah Naga (Malam)



Teknologi Pencahayaan Lampu



Wawancara dengan Pak Trisno (Pemilik)



Wawanacara dengan Pak Dirjo (Pekerja) dan Pak Haryanto (Pelanggan)

**LAMPIRAN 3**  
**Surat Menyurat**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1460/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/8/2024  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

23 Agustus 2024

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan Kebun Buah Naga Pekunden  
Di Pekunden, Banyumas, Banyumas

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul STRATEGI PENINGKATAN PRODUKSI DAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN USAHATANI DI KECAMATAN BANYUMAS KABUPATEN BANYUMAS (Studi Kasus Usahatani Buah Naga Bapak Trisno).

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : ANUNG GALIH SUTANTO  
NIM : 2017201250  
Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / IX

Adapun Riset Individual tersebut dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

Objek Penelitian : Produksi dan Pemasaran  
Tempat Penelitian : Kebun Buah Naga Pekunden  
Waktu Penelitian : 23 Agustus 2024 s/d 23 Oktober 2024  
Metode Penelitian : Kualitatif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikumsalam Wr Wb*



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
NIP 19741217 200312 1 006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**REKOMENDASI MUNAQSAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : ANUNG GALIH SUTANTO

NIM : 2017201250

Program Studi : Ekonomi Syariah

Semester/ SKS : IX/ 143 SKS

Tahun Akademik : 2023-2024

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah,

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 10 Oktober 2024

Dosen Pembimbing,

Ma'ruf Hidayat, M.H.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Anung Galih Sutanto
2. NIM : 2017201250
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 29 Juli 2001
4. Alamat Rumah : Karangjati RT 3 RW 4, Kemranjen, Banyumas
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Sugeng  
Nama Ibu : Warsini

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a) TK Pertiwi Karangjati (2006-2007)
  - b) SD N 1 Karangjati (2007-2013)
  - c) SMP N 1 Kemranjen (2013-2016)
  - d) SMK N 2 Banyumas (2016-2019)
  - e) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2020-Sekarang)
2. Pengalaman Organisasi :
  - a) KSEI FEBI UIN SAIZU
  - b) GENBI PURWOKERTO

Purwokerto, 10 Oktober 2024



Anung Galih Sutanto  
NIM.2017201250