

Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan dan Produktivitas Petani dalam Perspektif Ekonomi Regional (Studi Pada Petani Jagung di Desa Planggiran Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan)

Hotimah*, Aldila septiana, Aulia dawam

STKIP PGRI Bangkalan

*Correspondence email: hotimah01021999@gmail.com

Abstrak. Di Indonesia khususnya di Madura pertanian merupakan suatu hal yang begitu penting bagi kehidupan masyarakat. Pertanian sangat berperan penting sebagai penunjang ketersediaan sumber bahan pangan untuk masyarakat, di Indonesia khususnya di Madura tepatnya di desa planggiran kecamatan tanjungbumi kabupaten bangkalan itu sendiri memiliki hasil pertanian yang bermacam-macam, yaitu meliputi jagung, padi, kedelai, cabe, kacang hijau, kacang tanah, kacang panjang, dan ubi kayu dan sebagainya. Karena Indonesia merupakan sebagian besar daerah yang berpotensi untuk digunakan sebagai lahan pertanian. Dengan adanya pertanian bukan hanya sebagai penghasil pangan akan tetapi juga sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat itu sendiri. Jagung merupakan salah satu macam pertanian yang paling banyak ditekuni oleh petani di desa planggiran. Akan tetapi, meskipun banyak yang bertani jagung pendapatan petani belum maksimal dikarenakan kurangnya strategi dalam hal pemasaran. Berdasarkan latar belakang di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap "Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan dan produktivitas petani dalam perspektif ekonomi regional (studi pada petani jagung di desa planggiran kecamatan tanjungbumi kabupaten bangkalan)". Data yang di gunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Objek dalam penelitian ini adalah petani di Desa Planggiran Kecamatan Tanjung Bumi kabupaten Bangkalan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh para petani di Desa planggiran Kecamatan Tanjung bumi Kabupaten Bangkalan yaitu menggunakan *Marketing mix* yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Dengan cara di pasarkan langsung produknya kepada calon pembeli yaitu *personal selling*. Sedangkan dalam perspektif ekonomi regional, di tengah semakin majunya pembangunan tidak membuat para petani mundur atau berfikir untuk tidak menjadi petani lagi, hal tersebut didukung karena sebagian tanah mereka jauh dari pemukiman warga.

Kata kunci : ekonomi regional, jagung, pendapatan, petani, produktivitas, dan strategi pemasaran.

Abstract. In Indonesia, especially in Madura, agriculture is something that is very important for people's lives. Agriculture plays an important role in supporting the availability of food sources for the community, in Indonesia, especially in Madura, precisely in Planggiran village, Tanjungbumi district, Bangkalan district itself has various agricultural products, which include corn, rice, soybeans, chilies, green beans, peanuts, long beans, and cassava and so on. Because Indonesia is a large part of the area that has the potential to be used as agricultural land. With the existence of agriculture not only as a producer of food but also as a provider of jobs for the community itself. Corn is one type of agriculture that is mostly occupied by farmers in the village of Planggiran. Corn is one type of agriculture that is mostly occupied by farmers in the village of Planggiran. However, even though many are farming corn, farmers' income has not been maximized due to a lack of strategy in terms of marketing. Based on the above background, researchers are interested in conducting research on "Analysis of marketing strategies in an effort to increase farmers' income and productivity in a regional economic perspective (study on corn farmers in Planggiran village, Tanjungbumi district, Bangkalan district)". The data used in this study are primary data and secondary data. The object of this research is the farmers in the village of Planggiran, Tanjung Bumi district, Bangkalan district. The results of this study indicate that the marketing strategy used by farmers in the village of Planggiran, Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency is to use a marketing mix, namely product, price, place and promotion. By selling their products directly to potential buyers, namely personal selling. Meanwhile, from a regional economic perspective, in the midst of advancing development, farmers do not back down or think about not becoming farmers anymore, this is supported because some of their land is far from residential areas.

Keywords : farmers, income, maize, marketing strategy, productivity, and regional economy.

PENDAHULUAN

Keanekaragaman hayati yang ada di Indonesia sangatlah melimpah baik itu flora maupun fauna, keanekaragaman hayati pertanian merupakan rantai makanan yang dikembangkan dan dilestarikan oleh petani, selain menanam jagung, para petani di Indonesia khususnya di Madura juga menanam padi, kacang hijau, kacang tanah, kedelai, dll. Jagung termasuk tanaman yang terbilang sangat cukup penting selain padi di Madura khususnya di desa planggiran kecamatan tanjungbumi kabupaten bangkalan, jagung dijadikan bahan alternatif pengganti padi dan juga dijadikan bahan sela dalam memasak nasi, selain dijadikan sebagai sumber pangan manusia, jagung juga dijadikan sebagai sumber pangan ternak seperti, aya, burung, dll. Begitu juga di Desa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan pertanian dijadikan sebagai mata pencaharian utama sedangkan hasil taninya dijadikan sumber

pangan bagi masyarakat planggiran itu sendiri dan sebagian hasil taninya dipasarkan agar mendapatkan keuntungan, dan masyarakat planggiran sudah sejak dulu turun temurun menjadi petani dan mengandalkan hasil taninya sebagai sumber kehidupan sehari-hari bagi mereka. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa sebagian besar mata pencaharian orang Madura terutama di desa planggiran kecamatan tanjung bumi adalah bertani. Bisa dipastikan mereka akan sibuk diladangnya setiap hari untuk mengurus pertaniannya. Para petani jagung di desa planggiran menggunakan bibit jagung lokal, yang mana mereka menggunakan bibit yang berkualitas dan juga bagus, dengan harapan bisa meningkatkan pendapatan dan produktivitas petani.

Strategi pemasaran yang digunakannya para petani di desa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan dalam memasarkan hasil taninya masih menggunakan cara yang sederhana yang mana dengan cara di jual langsung ke pasar tradisional dengan cara ditawarkan kepada tengkulak maupun pengunjung pasar. Para petani amengabaikan dalam hal strategi pemasaran, oleh karena itu petani menawarkan harga jagung dengan harga yang cukup rendah, salah satunya, hal ini terjadi karena tidak adanya pengolahan jagung yang tidak bervariasi dan juga dan juga karena kurangnya pengetahuan para petani dalam hal strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan dan produktivitas petani dalam perspektif ekonomi regional. Strategi pemasaran menurut Septiana, dkk (2021) merupakan upaya memasarkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan taktik tertentu sehingga hasil penjualan lebih tinggi. Sedangkan menurut Mokhtar, s (2020) bahwa strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan barang atau jasa dengan rencana atau taktik dengan tujuan untuk meningkatkan omset penjualan.

Pendapatan merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup petani, oleh karena itu harus semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang di harapkan. Karena hal ini merupakan kegiatan pokok dan pendapatan masyarakat. Menurut Sholihin (2013) pendapatan merupakan hasil akhir dari penjualan, pendapatan sangat berpengaruh untuk kelangsungan hidup para petani pendapatan bisa berupa tunai maupun bukan tunai dari hasil penjualan barang maupun jasa. Sedangkan produktivitas merupakan rasio antara output dan input dari proses produksi tertentu yaitu meliputi tenaga kerja, modal, lahan pertanian dan faktor sosial ekonomi Sari (2019). Faktor sosial yang mempengaruhi di bidang pertanian yaitu pengalaman bertani, yakni semakin lama pengalaman yang dimiliki oleh para petani maka petani tersebut akan memiliki keahlian atau keterampilan yang tinggi. Dengan hal itu diharapkan bisa meningkatkan pendapatan dan juga produktivitas petani. Dalam meningkatkan pendapatan dan produktivitas daerah diperlukan strategi yang tepat karena di setiap daerah mempunyai keadaan dan karakteristik yang berbeda, menurut Sahara (2013) ekonomi regional bukan hanya membahas kegiatan perorangan atau individu akan tetapi ilmu yang menganalisis suatu wilayah atau bagian wilayah bagaimana menagtur suatu kebijakan yang bisa mempercepat pertumbuhan suatu wilayah.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif merupakan penelitian memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, perilaku individu atau kelompok orang (Moleong, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif terhadap data primer, data sekunder dan sampling konvenien. Data primer diperoleh dengan membagikan angket kepada responden, data sekunder diperoleh buku, jurnal online, artikel dan penelitian terdahulu dan sampling konvenien merupakan metode penarikan sampel dengan mendapatkan orang yang paling mudah diakses atau sebagai kumpulan informasi dari anggota populasi yang mudah diperoleh dan bisa menyediakan informasi (Suhartono, 2014).

HASIL

Hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan dari jawaban seluruh responden bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh petani di desa planggiran masih sederhana atau *personal selling* yaitu hanya melalui perorangan, strategi pemasaran yang dilakukan oleh petani jagung tersebut di lakukan dengan cara ditawarkan langsung kepada calon pembeli atau tengkulak, yaitu melalui tatap muka langsung yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan yang akan membeli jagung yang dipasarkan. Menurutnya, strategi pemasaran yang digunakan tersebut bisa meningkatkan pendapatan para petani di Desa Planggiran Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting dilakukan oleh petani agar mendapatkan hasil sesuai target yang diinginkan. Menurut Stanton (2013) strategi pemasaran merupakan dimana terdapat hubungan antara penentuan harga dan tujuan perencanaan, bagaimana mempromosikan dan menyalurkan produk baik berupa barang atau jasa kepada pembeli atau konsumen. strategi pemasaran yang diterapkan oleh para petani jagung dalam meningkatkan pendapatan adalah dengan mencapai volume penjualan, mendapatkan laba dengan cara dijual pada saat harga jagung tinggi, dan menunjang pertumbuhan usaha budidaya tanaman jagung.

Ketiga tujuan yang ingin dicapai oleh para petani, maka hal tersebut tidak terlepas dari keempat strategi pemasaran yaitu, produk, harga, distribusi, dan promosi. Dimana dari keempat strategi tersebut memiliki keterkaitan antara satu sama lain dan mempunyai kepentingan yang sama. Jadi apabila keempat hal tersebut berjalan dengan baik dan tidak ada kendala dalam produksi, maupun penyaluran barang serta harga yang sesuai dengan standar pasar maka secara tidak langsung penjualan produk yang dilakukan oleh para petani jagung akan meningkat. Melalui wawancara dengan beberapa petani jagung di desa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan, praktek wawancara dan observasi yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

- a. Produk. Produk jagung yang ditawarkan di desa planggiran adalah jagung lokal yang menggunakan bibit unggul. Berdasarkan hasil wawancara dengan para petani di desa planggiran bahwa untuk meningkatkan pendapatan hasil panen jagung harus ditingkatkan penanaman bibitnya, di pupuk dengan banar agar hasil panennya meningkat dan bagus sehingga pada saat dijual harganya mahal. Para petani menjual hasil produksinya hanya berupa jagung mentah yang tanpa diolah, alangkah lebih baik jagung tersebut dikembangkan menjadi produk yang nilai jualnya lebih tinggi dan modern seperti jasuke (jagung, susu, keju), pop corn, jagung rebus dll. Hal ini juga didukung Dawam (2022) menyatakan bahwa jika para pelaku usaha itu sendiri hanya berdiam diri dan mempertahankan produknya saja tanpa adanya inovasi dan kreativitas, maka bisa membuat pelaku usaha tersebut tertinggal.
- b. Harga. Harga yang ditawarkan oleh petani jagung di desa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan cukup dikatakan bersaing dengan penjual dan tengkulak lain yang ada di pasar tradisional. Harga yang lebih tinggi karena produk yang ditawarkan petani juga bagus, hal ini menurut para petani wajar. Sedangkan harga yang ditetapkan oleh petani jagung dalam menjual jagung adalah seharga 5.500- 6.500 per kilogram. Menurut Dewi (2020) waktu pembelian, konsumen biasanya memperhatikan kualitas produk apakah sebanding dengan harga yang di tawarkan dan apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, kualitas yang bagus akan membuat konsumen bersedia membayar uang untuk membeli produk tersebut.
- c. Tempat. Hasil panen jagung di desa planggiran dijual langsung ke pembeli atau konsumen dan ke pasar tradisional sekitar lebih tepatnya kepada tengkulak dan para pengunjung pasar.
- d. Promosi. Promosi yang dilakukan oleh para petani jagung di desa planggiran masih menggunakan cara yang sederhana atau bisa di sebut personal selling, yaitu hanya melalui perorangan atau individu. Menurut Assauri (2014), *Personal Selling* merupakan interaksi antara dua orang atau lebih secara bertatap muka dengan tujuan untuk mendapatkan produk yang ditawarkan dan juga membina hubungan komunikasi antara konsumen dan produsen.

Setelah menganalisis dari teori penerapan strategi pemasaran, serta data data pendapatan petani jagung di Desa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh petani jagung sudah berjalan dengan cukup baik, hal ini dilihat dari strategi produk, harga, distribusi dan promosi yang dilakukan oleh para petani masih rendah, yang mana dalam segi memasarkan produknya petani kurang kreatif dalam penolahan jagung agar mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi, sedangkan dalam strategi harga, para petani masih membandrol harga yang cukup murah, hal ini dikarenakan seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa kurangnya kreativitas petani dalam mengolah jagung sehingga pendapatan yang diperolehpun masih belum maksimal. Selanjutnya dalam hal strategi distribusi, para petani hanya menjual hasil produksinya ke pasar tradisional dan toko sendiri hal ini di sebabkan karena kurangnya informasi terhadap jalur distribusi dan juga dikarenakan pengetahuan yang cukup terbatas. Sedangkan yang terakhir dalam segi promosi, strategi yang diterapkan oleh para petani masih tergolong kuno dan juga sederhana yaitu hanya menggunakan promosi langsung. Akan tetapi keempat variabel strategi pemasaran ini saling melengkapi dan juga saling mendukung. Sehingga keempat variabel strategi pemasaran dibutuhkan seluruhnya dalam proses peningkatan pendapatan dan produktivitas petani jagung di Desa Planggiran Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan.

Menurut hasil wawancara dengan para petani jagung di desa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan bahwa cara meningkatkan pendapatan petani yaitu memasarkan atau menjual hasil taninya pada saat harga jagung tinggi yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani di desa planggiran. Sedangkan upaya petani untuk meningkatkan produktivitas yaitu ada beberapa cara, yaitu harus meningkatkan penanaman bibitnya dengan menggunakan bibit yang bagus dan berkualitas dan juga diawal tumbuhnya harus diberi perhatian dan dirawat seperti bayi dan juga harus dipupuk dengan benar dan merata agar hasil panennya meningkat dan bagus sehingga diharapkan dapat meningkatkan produktivitas petani di desa planggiran. Menurut Daramawani (2019) produktivitas pertanian merupakan kemampuan petani dalam memproduksi hasil tani dalam satu satuan luas, dan pendapatan yang diperoleh dengan menggunakan seluruh potensi sumber daya yang ada dan juga kemampuan untuk enanggung resiko yang dapat memperkecil pendapatan. Hal ini juga didukung Andrias, dkk (2017) bahwa dalam meningkatkan produktivitas tani ada dua faktor yaitu, yang pertama meningkatkan penggunaan varietas bibit yang berkualitas tinggi, sedangkan yang kedua yaitu meningkatkan mutu usaha tani yang dilakukan oleh para petani dengan cara, seperti dalam hal pengolahan tanah, cara penanamannya, dalam hal cara pemupukan dan sebagainya.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu petani jagung di desa planggiran bahwa pendapatan dan produktivitas hasilpanen jagung dalam dua bulan terakhir yaitu bulan januari dan mei pada tahun 2022 mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana pada masa panen pertama yaitu bulan januari menghasilkan rata-rata 2,5 ton jagung dalam satu hektar (Ha). Hasil panen dijual dengan harga Rp. 5.500-6.500 perkilogramnya dan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 4062.500. pada bulan selanjutnya dengan luas lahan yang sama dapat menghasilkan 3 ton dan memperoleh hasil sebanyak Rp. 4875.000 dalam satu tahun. Menurut mereka keuntungan bisa meningkat lebih banyak lagi pada tahun berikutnya. Rosadi (2019) Menyatakan bahwa pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang di terima oleh masyarakat atas hasil kerja selama satu periode tertentu baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Hal itu juga didukung oleh Sholihin (2013) menyatakan bahwa Pendapatan merupakan hasil akhir dari penjualan, pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup para petani, pendapatan merupakan semua penerimaan, baik itu berupa tunai atau bukan tunai yang merupakan sebuah hasil dari penjualan barang atau jasa pada waktu tertentu.

Selain itu produktivitas tanaman harus di rawat dengan benar agar bisa meningkatkan pendapatan. Produktivitas merupakan kemampuan suatu faktor produksi untuk memperoleh hasil produksi per satuan luas lahan. Produksi dan produktivitas ditentukan oleh banyak faktor, seperti kesuburan tanah, varietas bibit yang ditanam, penggunaan pupuk yang memadai teknik bercocok tanam yang tepat, penggunaan alat-alat pertanian yang memadai sehingga produktivitasnya meningkat. Seperti menurut Kartikasari (2011) bahwa varietas bibit yang ditanam harus bisa mempertahankan keberlangsungan tumbuhnya tanaman yang bagus atau dengan kata lain bibit unggul, sedangkan penggunaan pupuk harus dengan dosis yang tepat dan juga pada waktu yang tepat agar unsure hara dan zat mineralnya seimbang dan dapat di pertahankan. Sedangkan menurut Asmarani (2018) penggunaan alat-alat pertanian yang memadai merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan dan juga produktivitas petani.

Hasil wawancara dengan para petani di desa planggiran bahwasanya diketahui bahwa luas lahan yang dimiliki oleh para petani yang digunakan untuk bertani di desa planggiran tidak begitu luas rata-rata paling luas 1 hektar sedangkan paling sempit 0,5 hektar. Hal ini dikarenakan lahan persawahan milik mereka sudah banyak yang di alih fungsikan menjadi perumahan dan ada yang tidak digunakan untuk becococok tanam dikarenakan tidak mendukung untuk dijadikan lahan pertanian sebab tidak adanya kesuburan di tanah tersebut.

Dengan luas lahan yang tergolong sempit Petani harus mengelola lahan yang tidak begitu luas tersebut dengan semaksimal mungkin supaya mendapatkan hasil yang optimal sehingga produktivitas yang dihasilkan meningkat dan pendapatan petanipun juga meningkat. Menurut Daramawani (2019) bahwa luas lahan memiliki pengaruh terhadap peningkatan produksi, maka semakin luas lahan yang dimiliki maka akan lebih besar harapan dalam memperoleh pendapatan atau keuntungan yang di peroleh. Hal tersebut juga didukung Andrias, dkk (2017) mengatakan bahwa luas lahan pertanian merupakan penentu komoditas pertanian, semakin luas lahan yang di garap atau di Tanami maka akan semakin besar pula hasil tani yang yang dihasilkan oleh lahan tersebut. Selanjutnya, pendapatan dari hasil bertani jagung di desa planggiran dari jawaban responden mengatakan bahwa hasil pendapatan bertani sebagian besar sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari para petani jagung di desa planggiran. sedangkan Dalam segi kemandirian para petani desa planggiran dalam hal bertani menurut hasil wawancara peneliti menunjukkan bahwa para petani belum sepenuhnya mandiri dikarenakan para petani masih membutuhkan bantuan pemerintah baik berupa pupuk maupun alat pertaniannya meskipun kepala desa memaparkan bahwa adanya bantuan untuk para petani yang sebesar Rp.900.000 untuk keperluan bertani, dan tidak dapat dipungkiri bahwa bantuan pemerintah yang berupa perbaikan dan pengaspalan jalan memudahkan para petani untuk pergi kesawah mereka maupun untuk mengangkut hasil tani para petani didesa planggiran kecamatan tanjungbumi kabupaten bangkalan.

Dalam perspektif ekonomi regionalnya, menurut hasil wawancara dengan salah satu para petani didesa planggiran, mereka mengatakan bahwa pendapatan yang diperoleh oleh para petani di desa planggiran, selain digunakan untuk keperluan sehari-hari mereka juga menyisihkan sebagian hasil penjualan hasil taninya untuk tambahan modal untuk usaha kecil mereka. Selain itu, dari sebagian mereka yang tidak memiliki usaha, hasil dari penjualan nya hanya mereka gunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Kemudian, menurut hasil wawancara kepada petani di desa planggiran tentang ditengah semakin majunya pembangunan di desa, menurutnya membuat tanah atau lahan persawahan mereka semakin menyempit karena digunakan untuk pembangunan rumah atau untuk usaha mereka. Akan tetapi, hal tersebut tidak membuat para petani mundur untuk menjadi petani. Hal tersebut didukung karena sebagian tanah mereka ada yang jauh dari pemukiman warga sehingga tidak membuat para petani berfikiran untuk tidak menjadi petani lagi. Hasil penelitian terhadap 10 orang petani jagung di Desa Planggiran Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan dapat diketahui bahwa hasil penjualan jagung sebagian besar mengalami peningkatan pendapatan dan produktivitasnya.

Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa strategi yang di gunakan oleh petani jagung di desa planggiran bisa meningkatkan pendapatan petani. Strategi yang paling mempengaruhi pendapatan petani yaitu strategi harga, dengan harga yang relatif murah menarik minat konsumen untuk membeli jagung yang di pasarkan, sehingga bisa meningkatkan penjualan dan mempengaruhi tingkat pendapatan dan produktivitas petani di desa planggiran

kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan. Hal ini juga didukung oleh dewi, dkk (2020:5) Menyatakan bahwa perlunya menegaskan dalam menetapkan keputusan harga karena harga merupakan bagian penting dalam suatu penawaran barang, karena jika konsumen menganggap harga lebih tinggi dari nilai produk mereka tidak akan membelinya, sedangkan jika konsumen menganggap harga lebih rendah dari nilai produk maka konsumen akan membelinya, akan tetapi hal tersebut beresiko tidak mendapatkan laba yang maksimal.

SIMPULAN

Hasil penelitian telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh para petani jagung didesa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan dalam upaya meningkatkan pendapatan dan produktivitas petani yaitu dengan menggunakan strategi *marketing mix* yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Produk yang ditawarkan oleh para petani jagung berupa jagung lokal yang hanya dipasarkan dalam bentuk mentahnya saja sehingga dalam strategi harga yang para petani membandrol harga yang murah, Sedangkan untuk strategi tempat dalam memasarkan produknya, para petani jagung memiliki dua strategi yaitu dijual dirumah masing-masing petani dengan cara pembeli datang kerumah petani langsung sedangkan yang kedua dipasarkan ke pasar tradisional dengan cara ditawarkan kepada tengkulak maupun ke para pengunjung pasar. Sedangkan promosi yang dilakukan oleh para petani didesa planggiran kecamatan tanjung bumi kabupaten bangkalan itu sendiri menggunakan cara sederhana yaitu dengan meempromosikan langsung produknya (*personal selling*). Sedangkan dalam perspektif ekonomi regionalnya ditengah semakin majunya pembangunan di desa tidak membuat para petani mundur atau berfikiran untuk tidak menjadi petani lagi meskipun dengan hal tersebut membuat tanah atau lahan persawahan mereka semakin menyempit karena digunakan untuk pembangunan rumah atau untuk usaha mereka. Hal tersebut didukung karena sebagian tanah mereka ada yang jauh dari pemukiman warga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ifham Sholihin. 2013. *Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Andrias, A. A., Y. Darusman dan M. Ramdan 2017, pengaruh luas lahan terhadap produksi dan pendapatan usahatani padi sawah. *J. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 4(1), 521-529.
- Asmarani. 2018. Upaya Penggunaan Alat Pertanian Modern Dalam Peningkatan Produktivitas dan Kesejahteraan (Studi Masyarakat Desa Gentungang Kecamatan Bajeng Barat Kabupaten Gowa) *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Assauri Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Budiharto, W., dan Suhartono, D., 2014, *artificial intelligence konsep dan penerapannya*, andi offset, Yogyakarta.
- Dawam, A., & Ruski, R. 2022. Optimalisasi Integrated Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran Home Industry di Desa Bandang Daja Kecamatan Tanjung Bumi. *Jurnal Pendidikan Dan kewirausahaan*, 10(2), 483-499. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.403>
- Dewi, I. K., & Solihin, D. 2020. Pengaruh Current Ratio Dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(2), 183-191.
- Kartikasari, Dian.2010. Pengaruh Luas Lahan, Modal, Dan Tenaga Kerja Terhadap Hasil Produksi Padi Di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara, *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Moleong. Lexy J. 2017. *Metodologi penelitian kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Priyarsono, D., & Sahara, S. 2011. *Dasar Ilmu Ekonomi Regional*
- Rosadi, E. 2019. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industri Krupuk Kemplang Skip Rahayu Kec. Bumi Waras Teluk Betung Kota Bandar Lampung). UIN Raden Intan Lampung,
- Sari, V. N. I. 2019. Pengaruh Produktivitas Terhadap pendapatanpetani Padi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung). UIN Raden Intan Lampung,
- Sayyid, Mokhtar. 2020. *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Septiana, A., & Jumiati, S. 2021. Strategi Pemasaran Tabungan Tarbiyah Dengan Akad Mudharabah (Studi Kasus Di BPRS SPM Cabang Bangkalan). *Eco-Socio: Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1-11.
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.