

STRATEGI PENJUALAN GABAH DALAM MENINGKATKAN

PENDAPATAN PETANI PADI DI DESA BENDO KABUPATEN

BOJONEGORO

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DENIS ALFIAN NUGROHO

NIM. 21010040

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO
TAHUN 2025

**STRATEGI PENJUALAN GABAH DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PETANI PADI DI DESA BENDO KABUPATEN
BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

Oleh:

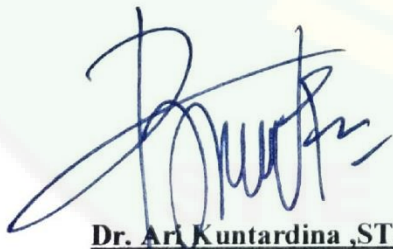
Denis Alfian Nugroho

NIM. 21010040

Menyetujui:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM.

NUPTK. 3754753654230072



Eka Adiputra, SE., MSM.

NUPTK. 9437762663137012

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji

Skripsi Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh:

Nama Mahasiswa : Denis Alfian Nugroho

NIM : 21010040

Disetujui dan diterima pada:

Hari, Tanggal : 22 Agustus 2025

Tempat : Kampus STIE Cendekia Bojonegoro

Dewan Penguji

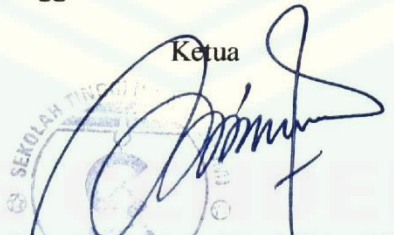
Skripsi:

1. Ketua Penguji : Dr. Abdul Azis Safii, SE., MM. (.....)
2. Sekretaris Penguji : Eka Adiputra, SE., MSM. (.....)
3. Anggota Penguji : Latifa Anom, SE., MM. (.....)

Disahkan Oleh:

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua


Nurul Mazidah, SE., MSA., AK
NUPTK. 78337753654232242

MOTTO

“Manusia tidak akan bisa saling memahami, jika belum merasakan penderitaan yang sama”

(Pain)

Kupersembahkan untuk :

Allah SWT, sumber segala ilmu kekuatan,

Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti,

Diri saya sendiri yang telah berjuang menyelesaikan Pendidikan Sarjana,

Saudara-saudaraku, yang senantiasa menemani perjalanan akademik saya,

Dosen pembimbing, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini,

Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini.

ABSTRAK

Nugroho, Denis, A. 2025. Strategi Penjualan Gabah Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro. Skripsi. Manajemen. STIE Cendekia Dr. Ari Kuntardina ,ST., SE., MM. selaku pembimbing satu dan Eka Adiputra, S.E., MSM. selaku pembimbing dua.

Kata kunci : Strategi Penjualan, Gabah, Pendapatan Petani Padi.

Petani padi sering menghadapi tantangan serius dalam penjualan gabah. Mayoritas petani masih bergantung pada tengkulak karena kemudahan proses dan pembayaran tunai. Namun, ketergantungan ini justru merugikan mereka. Tengkulak sering menetapkan harga rendah dan memanipulasi harga, sementara petani tidak punya pilihan lain akibat kurangnya akses ke pasar yang lebih adil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan gabah yang diterapkan oleh petani padi di Desa Bendo, Kabupaten Bojonegoro, serta pengaruhnya terhadap pendapatan petani. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui (1) Wawancara, (2) Observasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas petani masih bergantung pada tengkulak sebagai saluran penjualan utama karena kemudahan proses dan pembayaran tunai yang cepat. Namun, ketergantungan ini menyebabkan harga jual gabah rendah dan posisi tawar petani lemah. Sebagian kecil petani, seperti Ketua Kelompok Tani, telah mencoba strategi alternatif dengan menjual gabah ke penangkar benih yang menawarkan harga lebih stabil. Pengaruh penjualan terhadap pendapatan petani terlihat dari fluktuasi harga gabah, di mana pada tahun 2025 harga meningkat menjadi Rp6.700–Rp7.200 per kilogram, tetapi tetap tidak optimal akibat biaya produksi yang tinggi. Pola hubungan antara petani dan tengkulak bersifat tidak seimbang, dengan tengkulak mendominasi penetapan harga berdasarkan kualitas gabah dan kondisi pasar. Hambatan utama yang dihadapi petani meliputi kurangnya kelembagaan penjualan, minimnya sarana pascapanen, dan praktik manipulasi harga oleh tengkulak. Dari penelitian ini dapat disarankan agar petani membentuk kelembagaan ekonomi seperti koperasi untuk memperkuat posisi tawar, pemerintah memberikan dukungan kebijakan dan fasilitasi penjualan, serta penangkar benih menjalin kerja sama yang lebih adil dengan petani. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi penjualan gabah yang lebih efisien dan berkeadilan bagi petani.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Denis Alfian Nugroho

NIM : 21010040

Tempat Tanggal Lahir : Bojonegoro, 11 September 2001

Agama : Islam

Pendidikan Sebelumnya : MA Ibnu Hajar

Nama Orang Tua/Wali : Karjani

Alamat Rumah : Ds. Bendo, RT 09, TW 01.

Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro.

Judul Skripsi : Strategi Penjualan Gabah Dalam Meningkatkan
Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten
Bojonegoro

Bojonegoro, 12 Agustus 2025

Penulis



Denis Alfian Nugroho

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan petunjuknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Penjualan Gabah Terhadap Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.

Penyusun skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, kasih sayang, kesabaran, dengan motivasi serta pengorbanan yang selalu dinerikan kepada penulis.
2. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA, Ak, selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Ibu Latifah Anom, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
4. Ibu Dr. Ari Kuntardina ,ST., SE., MM dan Bapak Eka Adiputra ,SE., MSM. selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa studi.
6. Teman – teman seperjuangan yang selalu memberikan motivasi dan bantuan.

Bojonegoro, 12 Agustus 2025

Penulis



Denis Alfian Nugroho

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
BIODATA SINGKAT PENULIS.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS.....	8
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Strategi Pemasaran	8
a. Pengertian Strategi.....	8
b. Pengertian Pemasaran.....	8
c. Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
d. Tujuan Strategi Pemasaran	11
e. Fungsi Strategi Pemasaran.....	12
f. Konsep Strategi Pemasaran.....	13
2. Sistem Pemasaran.....	15
a. Pengertian Sistem	15
b. Pengertian Sistem Pemasaran.....	16
c. Komponen Sistem Pemasaran.....	16

d. Jenis Sistem Pemasaran.....	17
3. Gabah	17
a. Pengertian Gabah.....	17
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Gabah.....	18
c. Manfaat Limbah Gabah.....	18
4. Pendapatan Petani Padi	19
a. Pengertian Pendapatan Petani padi.....	19
B. Kajian Empiris.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
A. Metode Penelitian dan Alasan Penggunaan.....	23
B. Tempat Penelitian.....	24
C. Intrumen Penelitian.....	25
D. Sampel Sumber Data.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	29
G. Pengujian Keabsahan Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Singkat Objek Penelitian	33
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data	34
1. Strategi Penjualan Gabah yang di Terapkan oleh Petani di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.....	34
2. Pengaruh Penjualan Terhadap Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.....	39
3. Pola Hubungan dan Kerja Sama Antara Tengkulak dan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro	41
C. Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

1. Tabel.1 Kajian Empiris.....	21
--------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran.1 Pedoman Wawancara	53
2. Lampiran.2 Hasil Wawancara	55
3. Lampiran.1 Dokumentasi	59



STIE CENDEKIA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mengingat melimpahnya sumber daya alam di Indonesia, termasuk tanahnya yang subur, yang mendukung hampir semua spesies tanaman, pertanian merupakan sumber pendapatan utama bagi nenek moyang kita. Beras merupakan makanan pokok di Indonesia, dan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani, yang menunjukkan betapa kayanya sumber daya alam negeri ini.

Secara umum pengertian dari pertanian adalah suatu kegiatan manusia yang termasuk didalamnya yaitu bercocok tanam, peternakan, perikanan dan juga kehutanan. Sebagian besar kurang lebih dari 50 persen mata pencaharian masyarakat di Indonesia adalah sebagai petani, sehingga sektor pertanian sangat penting untuk dikembangkan di negara kita. Pengertian pertanian dalam arti sempit hanya mencakup pertanian sebagai budidaya penghasil tanaman pangan padahal kalau kita tinjau lebih jauh kegiatan pertanian dapat menghasilkan tanaman maupun hewan ternak demi pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Sedangkan pengertian pertanian yang dalam arti luas tidak hanya mencakup pembudidayaan tanaman saja melainkan membudidayakan serta mengelola dibidang peternakan seperti merawat dan membudidayakan hewan ternak yang bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat banyak seperti: ayam, bebek, angsa. Serta pemanfaatan hewan yang dapat membantu tugas para

petani kegiatan ini merupakan suatu cakupan dalam bidang pertanian (Bukhori, 2014). Pertanian merupakan sektor ekonomi yang utama di Negara-Negara Berkembang. Peran atau kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi suatu negara menduduki posisi yang penting sekali. Hal ini antara lain disebabkan beberapa faktor menurut Mardikanto, (2007:3) dalam (Jeliantika & Lastari, 2022). Dalam sektor pertanian, padi masuk ke dalam subsektor tanaman pangan, bersama jagung, kedelai, ubi, dan lainnya.

Tanaman padi merupakan tanaman semusim dengan morfologi berbatang bulat dan berongga yang disebut sebagai jerami. Bentuk daunnya memanjang dengan ruas searah batang daun. Padi adalah salah satu tanaman budidaya terpenting dalam peradaban juga tanaman yang paling penting di Indonesia karena makanan pokok di Indonesia adalah nasi. Nasi berasal dari beras yang dihasilkan oleh tanaman padi. Tanaman padi termasuk ke dalam tanaman air (*waterplant*). Meskipun tergolong ke dalam tanaman air bukan berarti bahwa tanaman padi hanya dapat tumbuh di atas tanah yang terus menerus digenangi oleh air, tanaman padi bisa tumbuh ditanah daratan atau tanah yang kering, asalkan curahan hujannya mencukupi akan kebutuhan tanaman air tersebut. Masyarakat Indonesia mengonsumsi padi yang telah digiling kulitnya (beras) kemudian dimasak menjadi nasi sebagai sumber energi. Nasi banyak mengandung karbohidrat yang berguna sebagai bahan bakar bagi tubuh dan membantu dalam menjalankan fungsi normal otak (Darman 2018:157).

Meskipun secara geografis lebih kecil daripada pulau-pulau besar lainnya seperti Sumatra, Kalimantan, atau Papua, Jawa merupakan pulau yang mendominasi wilayah panen padi Indonesia. Jawa dikenal memiliki tingkat kesuburan yang tinggi, terutama di wilayah seperti Jawa Tengah dan Jawa Timur. Jawa Tengah dan Jawa Timur merupakan salah satu daerah penghasil dan penghasil padi teratas di Indonesia. Menurut data BPS, Jawa Timur adalah provinsi dengan luas panen padi terbesar di Indonesia dengan luas panen 1,79 juta ha data terakhir valid 2023 sedangkan pada tahun 2024 diperkirakan sekitar 1,7-1,8 juta ha. Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu penghasil padi yang cukup penting di provinsi Jawa Timur. Kabupaten Bojonegoro memiliki lahan sawah yang cukup luas, dengan sebagian besar digunakan untuk budidaya padi. Sebagian lahan bergantung pada irigasi dari bengawan solo dan waduk Pacal sehingga kekeringan dapat menjadi masalah di musim kemarau. Salah satu Desa penyumbang produksi padi di kabupaten ini adalah Desa Bendo.

Desa Bendo, yang terletak di Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, merupakan salah satu wilayah dengan potensi pertanian yang cukup besar. Berdasarkan keterangan dari Ketua Kelompok Tani Desa Bendo, luas lahan pertanian yang ada di desa ini mencapai sekitar 345 hektare. Lahan tersebut sebagian besar digunakan untuk budidaya tanaman pangan, terutama padi, yang menjadi komoditas utama para petani. Jumlah petani yang menggantungkan hidupnya dari sektor pertanian di Desa Bendo mencapai

kurang lebih 650 orang. Mereka tergabung dalam beberapa kelompok tani yang secara aktif berperan dalam kegiatan produksi, pengelolaan lahan, serta penjualan hasil panen. Dengan rata-rata kepemilikan lahan yang relatif kecil per petani, pengelolaan lahan dilakukan secara intensif agar hasil produksi dapat optimal.

Namun, dalam praktiknya, petani di Desa Bendo masih menghadapi berbagai tantangan dalam penjualan gabah hasil panennya. Penjualan yang belum efisien, ketergantungan pada tengkulak, keterbatasan akses informasi pasar, serta kurangnya kelembagaan ekonomi petani menjadi persoalan yang menghambat peningkatan pendapatan. Harga jual yang rendah dan tidak stabil membuat keuntungan yang diperoleh petani sering kali tidak sebanding dengan biaya produksi yang dikeluarkan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana strategi penjualan gabah dapat diterapkan secara optimal di Desa Bendo, serta untuk mengevaluasi sejauh mana strategi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan petani. Maka penulis melakukan penelitian dengan judul Strategi Penjualan Gabah Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui strategi penjualan gabah yang diterapkan oleh petani padi dan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan petani. Fokus juga diberikan pada hambatan yang dihadapi dalam penjualan serta upaya perbaikan strategi penjualan agar pendapatan petani lebih optimal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang teridentifikasi diatas, rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjualan gabah yang diterapkan oleh petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro agar pendapatan petani optimal ?
2. Bagaimana pengaruh penjualan gabah terhadap pendapatan petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro ?
3. Bagaimana pola hubungan dan kerja sama antara tengkulak dengan petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis strategi penjualan gabah yang diterapkan oleh petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro agar pendapatan petani optimal.
- b. Untuk mengetahui pengaruh penjualan gabah terhadap pendapatan petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.
- c. Untuk mengetahui pola hubungan dan kerja sama antara tengkulak dengan petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk:

a. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang agribisnis dan penjualan hasil pertanian, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penjualan komoditas pertanian.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Petani

Memberikan informasi mengenai penjualan yang lebih efektif dan strategi untuk meningkatkan dalam penjualan Gabah.

2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan atau program untuk memperbaiki rantai penjualan gabah dan meningkatkan kesejahteraan petani.

3. Bagi Pelaku Usaha

Memberikan gambaran tentang kondisi nyata pasar gabah sehingga dapat membuka peluang kerjasama yang lebih adil dan saling menguntungkan dengan petani.

4. Bagi Masyarakat umum

Membantu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya penjualan yang adil dengan mewujudkan ketahanan pangan nasional.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Pemasaran/Penjualan

a. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu taktik perang atau tipu muslihat (trik) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pengertian lain mengatakan Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (*formulation*) yang di ikuti oleh pelaksanaan (*implementation*).

b. Pengertian Penjualan/Pemasaran

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2021) Penjualan adalah tindakan manusia yang diarahkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Tujuan dari proses sosial pemasaran adalah untuk memudahkan barang-barang hasil mesin produksi disesuaikan dengan preferensi dan persepsi masyarakat konsumen. Banyak orang sering membahas pembelian,

penjualan, perdagangan, dan transaksi, tetapi apakah konsep-konsep ini identik dengan pemasaran? Alasan mendasar dari asumsi yang salah ini adalah karena banyak orang masih belum yakin tentang apa sebenarnya pemasaran itu. Definisi American Marketing Association dari tahun 1960, yang menyatakan bahwa pemasaran adalah hasil dari operasi komersial yang berkaitan dengan perpindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, juga mencerminkan pandangan pemasaran yang terbatas ini. Pandangan yang sempit dalam pengertian pemasaran akan menyebabkan banyak pengusaha dunia yang berorientasi pada produksi dan berfikir dari segi produksi. Mereka menekankan produk apa yang dapat dihasilkan, bukan produk yang dapat dipasarkan.

Tindakan sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial semuanya berperan dalam pemasaran. Pemasaran, menurut definisi lain, adalah proses sosial di mana orang dan organisasi menciptakan, menawarkan, dan secara bebas bertukar barang dan jasa satu sama lain untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan.

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Bisnis perusahaan dan industri pemasaran secara keseluruhan sangat bergantung pada strategi pemasarannya. Selain itu, rencana pemasaran yang telah disusun perlu diperbarui dan dimodifikasi untuk mencerminkan perubahan dalam industri dan lingkungannya. Oleh karena itu, rencana pemasaran perlu memberikan gambaran yang jelas dan ringkas tentang bagaimana bisnis berencana memanfaatkan setiap peluang di pasar sasarannya.

Sementara itu menurut Haque-Fawzi dkk (2022) strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Selanjutnya, menurut Kotler & Amstrong (2008) dalam Haque-Fawzi dkk, (2022) strategi pemasaran adalah logika pemasaran di mana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Nilai yang diciptakan tentunya tidak terbatas pada keuntungan finansial yang didapatkan, akan tetapi pada kepuasan, loyalitas, dan keuntungan hubungan konsumen lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran adalah cara yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dengan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Dalam konteks pertanian, strategi pemasaran mencakup pemilihan saluran distribusi,

penentuan harga, serta pendekatan terhadap konsumen atau tengkulak. Petani harus mampu memilih strategi yang tepat agar dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas akses pasar.

d. Tujuan Strategi Pemasaran

Hampir dapat dikatakan bahwa sejatinya tujuan utama strategi pemasaran itu tentunya untuk melakukan pemasaran dengan lebih efektif dan efisien, sehingga produk yang dipasarkan dapat terjual dengan lebih banyak atau berdasarkan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Namun, secara umum, setidaknya ada empat tujuan strategi pemasaran yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
2. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan.
3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
4. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

e. Fungsi Strategi Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2021), Strategi pemasaran berfungsi untuk mengidentifikasi peluang pasar, menyusun proposisi nilai, dan menyampaikan manfaat produk secara efektif kepada target pasar. Strategi ini semakin berkembang seiring dengan tren digitalisasi dan penggunaan artificial intelligence dalam proses pengambilan keputusan pemasaran. Fungsi lain dari strategi pemasaran meliputi:.

1. Menambah motivasi untuk mengembangkan bisnis

Strategi pemasaran akan memberikan gambaran tentang peluang bisnis yang bisa digarap. Peluang ini tidak cuma terpaku dimasa sekarang, tetapi juga potensi pengembangannya di masamendatang. Dengan mengetahui kebutuhan konsumen ini, makasecara tidak langsung bisa memunculkan inovasi-inovasi baruuntuk pengembangan bisnismu. Produk yang terus berinovasimenjadi lebih baik, biasanya akan jauh lebih diminati olehmasyarakat.

2. Mengefektifkan koordinasi tim

Dengan adanya strategi pemasaran, maka koordinasi timakan lebih efektif dan terarah. Hal ini karena strategi dapatmembantu mengatur tugas setiap staf di setiap divisi dalam bisnisagar bisa bekerja sama untuk mencapai tujuan. Sudah jelas bahwastrategi marketing ada untuk mencapai tujuan bisnis. Sehingga,dengan adanya “panduan utama” ini, kerja masing-masing divisimenjadi lebih terarah.

3. Memperjelas tujuan perusahaan

Agar bisnis dapat lebih fokus dan berkembang di masa depan, memiliki tujuan sangatlah penting. Bahkan, dapat dikatakan bahwa perusahaan tidak dapat berkembang tanpa tujuan. Menetapkan target penjualan dalam proporsi tertentu merupakan langkah awal dalam menentukan tujuan bisnis. Oleh karena itu, jika tujuan-tujuan ini tercapai, bisnis Anda niscaya akan berkembang dan nilai ekonominya akan meningkat. Tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan dirumuskan dengan menggunakan strategi pemasaran.

4. Mengontrol aktivitas pemasaran

Strategi pemasaran juga dapat berfungsi untuk mengontrol kegiatan pemasaran. Misalnya, mengontrol bagaimana kinerja setiap tim dalam mendukung perusahaan mencapai target penjualan, dan sebagainya.

f. Konsep Strategi Pemasaran

Terdapat beberapa konsep strategi pemasaran yang telah banyak digunakan oleh para pakar dan ahli marketing. Menurut Haque, Fawzi, dan rekan-rekan (2022), beberapa konsep strategi pemasaran tersebut di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Segmentasi Pasar

Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satuan pasar yang bersifat homogen.

2. Market Positioning

Tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar. Itulah alasannya mengapa perusahaan harus punya pola spesifik untuk mendapatkan posisi kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen yang paling menguntungkan.

3. Market Entry

Strategi ini adalah strategi perusahaan untuk bisa masuk pada segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakukan adalah membeli perusahaan lain, internal development, kerjasama dengan perusahaan Lain.

4. Marketing Mix Strategy

Marketing mix adalah kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. beberapa variabel tersebut diantaranya product, price, place, promotion, participant, process, people, physical evidence.

5. Timing Strategy

Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran juga sangat penting untuk diperhatikan. Perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik di bidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.

2. Sistem Pemasaran

a. Pengertian Sistem

Secara umum, Sistem adalah suatu kumpulan objek atau unsur-unsur atau bagian-bagian yang memiliki arti berbeda-beda yang saling memiliki hubungan, saling berkerjasama dan saling memengaruhi satu sama lain serta memiliki keterikatan pada rencana atau plane yang sama dalam mencapai suatu tujuan tertentu pada lingkungan yang kompleks (Ridho, 2018).

Secara terminologi, sistem dipakai dalam berbagai macam cara yang luas sehingga sangat sulit untuk mendefinisikan atau mengartikannya sebagai suatu pernyataan yang merangkum seluruh penggunaannya dan yang cukup ringkas untuk dapat memenuhi apa yang menjadi maksudnya hal tersebut disebabkan bahwa pengertian sistem itu bergantung dari latar belakang mengenai cara pandang orang yang mencoba untuk mendefinisikannya. Semisal, menurut hukum bahwa sistem dipandang sebagai suatu kumpulan aturan-aturan yang membatasi, baik dari kapasitas sistem itu sendiri maupun lingkungan dimana sistem itu sedang berada untuk memberikan jaminan keadilan dan keserasian (Ridho, 2018).

b. Pengertian Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran adalah serangkaian komponen yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016), sistem pemasaran mencakup lingkungan pemasaran, saluran distribusi, pesaing, dan pelanggan yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi konsumen. Sistem ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran secara terintegrasi.

Menurut Stanton (2001) sistem pemasaran merupakan keseluruhan kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang maupun jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli dan mencapai tujuan perusahaan.

c. Komponen Sistem Pemasaran

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2012), komponen utama dari sistem pemasaran meliputi:

1. Produsen: Pihak yang menciptakan produk atau layanan.
2. Perantara: (distributor, grosir, pengecer): Menghubungkan produk dari produsen ke konsumen.
3. Konsumen: Pihak yang menggunakan produk atau layanan.
4. Lingkungan eksternal: Termasuk faktor sosial, ekonomi, teknologi, politik, dan budaya.

Sistem pemasaran juga dipengaruhi oleh strategi yang digunakan perusahaan, seperti segmentasi pasar, targeting, dan positioning (STP).

d. Jenis Sistem Pemasaran

Kotler (2009) membagi sistem pemasaran menjadi dua jenis utama, yaitu: Sistem pemasaran

1. konvensional: Di mana setiap pihak dalam rantai distribusi bekerja secara independen.
2. Sistem pemasaran vertikal (VMS): Di mana produsen, grosir, dan pengecer bertindak sebagai satu sistem terpadu.

3. Gabah

a. Pengertian Gabah

Gabah adalah biji padi yang telah terlepas dari tangkainya dan umumnya dapat dijual atau dikonsumsi langsung oleh para petani (Damayanti, Ulfa and Setyawan, 2021). Gabah merupakan hasil panen dari tanaman padi yang menjadi bahan baku utama produksi beras. Kualitas gabah sangat penting karena memengaruhi mutu beras yang dihasilkan. Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) 224:2023, gabah dikategorikan berdasarkan mutu, yang mencakup kadar air, kebersihan, dan kerusakan fisik lainnya. Penanganan pascapanen yang tidak tepat dapat menyebabkan penurunan kualitas gabah, seperti peningkatan kadar air yang dapat memicu pertumbuhan mikroorganisme dan penurunan mutu beras.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Gabah

Menurut Saragih (2008), teknik budidaya seperti pemupukan, pengairan, dan pengendalian hama sangat menentukan kualitas gabah. Kekurangan nutrisi dapat menyebabkan gabah hampa atau kecil. Susanto (2011) menyatakan bahwa panen terlalu awal atau terlambat akan menurunkan kualitas gabah. Panen ideal dilakukan saat kadar air gabah 20%–24%. Menurut Subagio (2006), pengeringan dan penyimpanan yang tidak tepat dapat menyebabkan penurunan mutu fisik (warna kusam, banyak pecah) dan mutu giling.

c. Manfaat Limbah Gabah

Limbah gabah, khususnya sekam padi, merupakan hasil samping dari proses penggilingan padi yang jumlahnya sangat melimpah di negara agraris seperti Indonesia. Menurut Sutrisno (2012), sekam padi mengandung komponen silika yang tinggi, sehingga berpotensi dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam industri keramik, semen, bahkan sebagai bahan isolator panas. Hal ini menunjukkan bahwa limbah gabah memiliki nilai tambah jika dikelola dengan tepat.

Wardhana (2015) menyatakan bahwa sekam padi dapat digunakan sebagai bahan bakar alternatif ramah lingkungan. Dalam penelitiannya, ia menemukan bahwa pembakaran sekam padi menghasilkan abu sekam yang dapat digunakan sebagai campuran bahan konstruksi, seperti beton ringan dan bata ramah lingkungan.

Selain itu, menurut Iskandar (2018), limbah gabah juga dapat dimanfaatkan dalam bidang pertanian sebagai mulsa organik dan bahan kompos. Kandungan karbon yang tinggi dalam sekam membantu memperbaiki struktur tanah dan meningkatkan kapasitas retensi air. Dalam konteks inovasi teknologi, Rohmah & Prasetyo (2020) menambahkan bahwa limbah gabah dapat diolah menjadi bahan baku pembuatan briket sebagai sumber energi alternatif. Hal ini mendukung program energi terbarukan dan pengurangan ketergantungan pada bahan bakar fosil.

4. Pendapatan Petani Padi

a. Pengertian Pendapatan Petani padi

Pendapatan petani padi merupakan statistik penting untuk menganalisis kesejahteraan rumah tangga petani dan keberlanjutan sektor pertanian. Banyak pakar telah mengeksplorasi isu-isu yang memengaruhi pendapatan petani dari sudut pandang teknis, ekonomi, dan sosial.

Menurut Soekartawi (2006), pendapatan petani padi sangat bergantung pada luas lahan, hasil produksi, dan harga jual gabah. Petani dengan skala usaha yang kecil cenderung memiliki pendapatan yang rendah karena keterbatasan dalam penggunaan input produksi seperti pupuk dan benih unggul.

Menurut Isvilanonda dan Poapongsakorn (1995), pendapatan petani padi di negara-negara berkembang sangat dipengaruhi oleh kebijakan harga pemerintah, subsidi input, dan infrastruktur pertanian. Mereka menyatakan bahwa peningkatan pendapatan petani harus dikaitkan dengan reformasi kebijakan pertanian yang mendukung petani kecil.

Selain itu, Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) mencatat bahwa fluktuasi harga gabah di tingkat petani serta naiknya biaya produksi (terutama pupuk dan tenaga kerja) menjadi faktor utama yang menyebabkan stagnasi atau bahkan penurunan pendapatan riil petani dari tahun ke tahun.

Dari berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan petani padi dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk luas lahan, produktivitas, harga jual, efisiensi produksi, dan intervensi kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, strategi peningkatan pendapatan petani harus bersifat menyeluruh dan berkelanjutan.

B. Kajian Empiris**Tabel 1****Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil	Perbedaan Terdahulu Sekarang
1.	Strategi Peningkatan Pendapatan Usahatani Padi Sawah di Kota Tebing Tinggi, (Bahdan Saragih., 2017).	Deskriptif	Faktor-faktor produksi dipengaruhi terhadap pendapatan usahatani padi sawah di Kota Tebing Tinggi. Usahatani padi sawah di Kota Tebing Tinggi menguntungkan dengan nilai R/C rasio 2,54.	Perbedaan: Perbedaan terletak di Metode analisis data yang digunakan meliputi analisis Regresi Linier Berganda dan analisis SWOT. Persamaan: Sama-sama untuk meningkatkan pendapatan petani dan menggunakan metode Deskriptif
2.	Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Padi Sawah Di Kabupaten Labuhan Batu, (Ade Firmansyah Tanjung, Iskandar Rini, Satia Negara Lubis, 2020)	Deskriptif	Masalah internal: keterbatasan modal, dosis pupuk yang tidak sesuai, luas lahan sempit, perilaku kelompok tani yang belum optimal. Masalah eksternal: gejala harga input, curah	Perbedaan: Metode analisis data Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal petani dalam menentukan strategi peningkatan pendapatan.

			hujan tidak menentu, serangan hama/penyakit, keterbatasan tenaga kerja dalam keluarga	Persamaan: Sama-sama megunakan metode Deskriptif
3.	Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Padi Sawah (<i>Oryza Sativa</i> L) di Kecamatan Sei Bamban, (Dewi Yanti Br, 2023).	Deskriptif	Hasil uji regresi linier berganda bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani padi sawah pengalaman bertani, harga gabah basah, dan biaya produksi berpengaruh positif terhadap pendapatan. Strategi yang harus di terapkan untuk peningkatan pendapatan petani padi sawah di Kecamatan Sei Bamban yaitu strategi agresif atau strategi SO (Strenght and Opportunities) adapun strategi SO.	Perbedaan: Terletak di metode yang digunakan yaitu Analisis regresi linier berganda, dan analisis SWOT. Persamaan: Terletak di sumber pengumpulan data sekunder yaitu dari BPS, dan metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan Alasan Penggunaan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sifat deskriptif pada penelitian kualitatif berarti penelitian akan berusaha untuk membuat gambaran umum secara sistematis, akurat, dan faktual mengenai suatu fakta, sifat, hingga hubungan antarfenomena yang diteliti. Seperti yang diungkapkan oleh Nazir (2014) bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang terselidiki.

Menurut Walidin & Tabrani (2015:77) penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif, sehingga proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif ini (Fadil, 2020:33).

Penelitian ini berfokus pada deskripsi mendalam terhadap realita social yang sedang berlangsung, dengan menggali makna dari sudut pandang subjek penelitian. Data dikumpulkan apa adanya melalui metode seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung, untuk memahami secara menyeluruh pengalaman, persepsi, atau pandangan individu terhadap suatu situasi.

Penggunaan metode kualitatif dalam strategi penjualan gabah dipilih diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan petani padi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali perspektif para pelaku secara langsung, seperti petani, tengkulak, dan pedagang, serta memahami dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang membentuk penjualan gabah. Dengan demikian, metode kualitatif memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap tantangan dan peluang dalam peningkatan pendapatan petani.

B. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dituju oleh peneliti berlokasi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro. Alasan memilih tempat penelitian dikarenakan di Desa Bendo mayoritas adalah petani dan bertepatan dengan jarak yang peneliti lakukan tidak begitu jauh.

C. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:222), dalam penelitian kualitatif, instrumen utamanya adalah peneliti itu sendiri. Peneliti berperan sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, penafsir data, dan pada akhirnya menjadi pelapor hasil penelitian. Karena itu, peneliti kualitatif harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti secara mendalam. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti berperan langsung sebagai alat pengumpul data utama karena hanya manusia yang dapat memahami makna dari interaksi sosial, konteks budaya, serta fenomena yang kompleks dan dinamis. Dalam hal ini, peneliti perlu divalidasi terkait kemampuannya dalam memahami metode penelitian, menetapkan fokus penelitian, memilih narasumber, melakukan pengumpulan dan penafsiran data, dan membuat kesimpulan.

D. Sampel Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek tempat data diperoleh atau diambil. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara untuk mengumpulkan data, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan lisan maupun tulisan dan apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak dan peristiwa Abubakar (2021).

Dalam penelitian ini menggunakan sampel teoritis karena tujuannya untuk menghasilkan teori. Sampel sumber data yang dipilih secara *purposive*. Menurut Sugiyono (2015:85) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik. Dalam penelitian ini orang yang menjadi sampel sumber data adalah orang yang mengerti dan paham tentang pertanian di Desa Bendo yaitu Ketua Kelompok Tani di Desa Bendo dan Tengkulak.

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder (Purhantara 2010:79).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan

pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79). Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan melalui observasi dan menetapkan wawancara kepada Ketua Kelompok Tani Desa Bendo dan satu Tengkulak.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik biasanya tersedia pada kantor-kantor pemerintahan, biro jasa data, perusahaan swasta atau badan lain yang berhubungan dengan penggunaan data (Moehar, 2002:113). Data ini biasanya sudah ada berupa dokumen, laporan, atau jurnal penelitian terdahulu.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015:137) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:72), dalam penelitian kualitatif, wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam

suatu topik tertentu. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara jenis ini bertujuan untuk mencari jawaban hipotesis. Wawancara terstruktur pada umumnya digunakan jika seluruh sampel penelitian dipandang memiliki kesempatan yang sama untuk menjawab pertanyaan yang diajukan.

Dalam subjek penelitian ini wawancara dilakukan dengan Bapak Mujianto selaku Ketua Kelompok Tani Desa Bendo dan Bapak Budi selaku Tengkulak.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2015:145), dalam penelitian kualitatif observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam tentang perilaku, kejadian, atau proses yang sedang berlangsung, baik dalam konteks alami maupun yang telah diatur. Observasi bukan hanya terbatas pada pengamatan terhadap manusia, tetapi juga dapat mencakup pengamatan terhadap objek alam, melalui observasi, peneliti dapat mempelajari perilaku dan makna yang terkandung di dalamnya. Dengan melakukan observasi, peneliti melakukan pengamatan di Lokasi penelitian yaitu di Desa Bendo, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro untuk mendapatkan data-data

yang diperlukan. Selain itu, penulis juga mengamati peroses panen dan penyalurannya.

F. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini, data yang sudah ada harus analisis terlebih dahulu sebelum disimpulkan. Menurut Sugiyono (2015:335), analisis data penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Penelitian ini merupakan analisis data kualitatif data yang diperoleh, dianalisis dengan teknik deskriptif kualitatif. Analisis data dilakukan untuk mengetahui Strategi Penjualan Gabah Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis data interaktif, dengan tahapan berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan meliputi data primer berupa hasil wawancara dan observasi. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data hasil wawancara Petani padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro dan penulis juga mengumpulkan data hasil observasi.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data mentah yang dikumpulkan selama penelitian. Langkah ini bertujuan untuk membuat data menjadi lebih terkelola dan memudahkan analisis. Dalam proses reduksi, peneliti mengidentifikasi aspek-aspek penting yang relevan dengan tujuan penelitian, mengeliminasi informasi yang redundan atau tidak relevan, dan mengorganisir data ke dalam kategori atau tema yang jelas. Dalam hal ini penulis melakukan pemilihan dan penyederhanaan data-data hasil wawancara dengan wawancara Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro dan cara penyalurannya, serta data hasil observasi.

3. Pengkajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data tersebut dalam format yang memungkinkan analisis dan interpretasi. Penyajian data dapat berupa tabel, diagram alir, peta konsep, atau narasi yang mengorganisir dan menampilkan data atau temuan secara sistematis.

Dalam hal ini penulis menganalisis dan mengkaji data-data primer dari wawancara dan observasi kepada Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro dan telah disederhanakan dan diringkas.

4. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah dikaji kemudian dianalisis sedemikian rupa untuk memperoleh kesimpulan dari data-data tersebut. Pada tahap ini, peneliti menyimpulkan data yang telah di dapat mengenai Strategi Penjualan Gabah Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Padi di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro.

G. Pengujian Keabsahan Data

1. Uji Kredibilitas

Untuk menjamin validitas hasil penelitian kualitatif, diperlukan serangkaian teknik keabsahan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan uji kredibilitas data berdasarkan pemikiran bahwa data yang valid harus dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Teknik keabsahan data yang digunakan mengacu pada pendapat Sugiyono (2022) dan Creswell & Poth (2018), yang meliputi:

a. Triangulasi

Dalam pengujian kredibilitas, triangulasi digambarkan sebagai proses verifikasi bukti dari berbagai sumber dengan metode dan periode yang berbeda. Akibatnya, sumber, pengumpulan data, dan waktu semuanya tertriangulasi.

b. Diskusi Teman Sejawat (*Peer Debriefing*)

Untuk menghilangkan subjektivitas, para peneliti berdiskusi dan bertukar gagasan dengan pembimbing dan rekan peneliti mengenai hasil wawancara, interpretasi data, dan pengambilan kesimpulan. Hal ini penting untuk mendapatkan sudut pandang lain sekaligus menjaga netralitas penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2024). *Jawa Timur dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik.. Diakses pada 14 Agustus 2025, dari <https://jatim.bps.go.id>
- Butar-butur, Dewi Yanti Br. "Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Padi Sawah (Oryza Sativa L) di Kecamatan Sei Baman." (2023).
- Damanik, T. R., Sihombing, L., & Lubis, S. N. (2007). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Gabah Petani di Serdang Bedagai (Studi Kasus: Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan). *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 2(6), 15084.
- Darman, R. (2018). Analisis visualisasi dan pemetaan data tanaman padi di indonesia menggunakan microsoft power bi. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(2), 156-162.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi. Pascal Books. Dari: <https://n9.cl/80fqr>
- Tanjung, A. F., Rini, I., & Lubis, S. N. (2020). Strategi peningkatan pendapatan petani padi sawah di kabupaten labuhan batu. *Journal of Agribusiness Sciences*, 3(2), 59-63.
- Tulus Firmansyah A.N. (2014). Identifikasi Penyelesaian Masalah Sosial Ekonomi Petani Akibat Alih Fungsi Lahan Pertanian Untuk Pengembangan Industri Wisata Owabong Di Kabupaten Purbalingga. *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2014*, 1-63.
- Lasaksi, P. (2023). Analisis Peran Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 1(3), 165-171.
- Maizunati, N. A. (2018). Peran Produktivitas Dalam Peningkatan Kesejahteraan Petani Padi. *Agribisnis & Peternakan Vol. 3, No. 2, Desember 2018*, 3, 11-21.
- Mergono Adi Ningrat, C. D. (2021). Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Padi (Oryza sativa L.) pada Berbagai Sistem Tanam di Kampung Desay, Distrik Prafi, Kabupaten Manokwari. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari, 31 Juli 2021*, 325-332.
- Muchlisin, R. (2023, 23 September). Pendapatan (Revenue) – Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Pengukuran. *KajianPustaka.com*. Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2023/09/pendapatan-revenue.html>

- Nyasa Aji Hariyanto, W. A. (2023). Pemasaran Gabah dan Pengaruhnya terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional (JINTAN)*, 3, 123-129.
- Purhantara, W. (2010). *Metode penelitian kuantitatif untuk administrasi publik dan masalah-masalah sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rivaldi, A., Feriawan, F. U., & Nur, M. (2023). Metode pengumpulan data melalui wawancara. *Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AlfabetA. Dari: <https://digilib.stekom.ac.id/ebook/view/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-RND>
- SARAGIH, B. (2017). Strategi Peningkatan Pendapatan Usahatani Padi Sawah Di Kota Tebing Tinggi. *Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Medan Area Medan 2017*, 1-69.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip pemasaran* (Edisi ke-7). Erlangga.
- Wijaya, F. R., Lubis, F. A. R., Siregar, M. N. S., & Batubara, A. A. F. (2025). Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait. *Edukatif*, 3(2), 271-276.

Lampiran.1 Pedoman Wawancara

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK KETUA KELOMPOK TANI DI
DESA BENDO KABUPATEN BOJONEGORO**

1. Bagaimana cara penjualan gabah yang biasa Bapak/Ibu gunakan setelah panen?
2. Apa alasan Bapak/Ibu memilih penjualan lewat tengkulak/pedagang tersebut?
3. Apakah ada strategi tertentu dalam menjual gabah (misal: waktu penjualan, pemilihan pembeli, gabung kelompok tani)?
4. Pernahkah mencoba menyimpan gabah lebih lama untuk menunggu harga naik? Jika ya, bagaimana hasilnya?
5. Apakah ada perubahan pendapatan setelah menerapkan sistem atau strategi penjualan tertentu?
6. Menurut penjualan seperti apa yang bisa membantu meningkatkan pendapatan petani?
7. Apa kendala utama yang hadapi dalam menjual gabah?
8. Apakah mendapat dukungan dari pemerintah, koperasi, atau lembaga lain dalam penjualan gabah?

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK TENGGULAK DI DESA BENDO**KABUPATEN BOJONEGORO**

1. Bagaimana alur pembelian gabah dari petani yang biasanya Anda lakukan?
2. Apa pertimbangan utama dalam menetapkan harga beli dari petani?

Lampiran.2 Hasil Wawancara

**HASIL WAWANCARA UNTUK KETUA KELOMPOK TANI DI DESA
BENDO KABUPATEN BOJONEGORO**

INFORMAN 1

NAMA : BAPAK MUJIANTO SEBAGAI KETUA KELOMPOK TANI

Jum'at, 25 juli 2025

1. Bagaimana cara penjualan gabah yang biasa Bapak/Ibu gunakan setelah panen?

JAWAB : Kalau saya, menjual ke penangkar benih atau tengkulak, tapi kalo masyarakat desa bendo memang langsung dijual ke tengkulak. Harga memang lebih rendah, tapi mereka ambil langsung dari sawah, karna pemikiranya petani itu simpel jadi tidak mau repot.

2. Apa alasan Bapak/Ibu memilih sistem penjualan lewat tengkulak/pedagang tersebut?

JAWAB : Kebanyakan petani di desa bendo memilih jual ke tengkulak karena prosesnya cepat dan nggak ribet. Mereka datang ke sawah, timbang langsung, dan langsung bayar.

3. Apakah ada strategi tertentu dalam menjual gabah (misal: waktu penjualan, pemilihan pembeli, gabung kelompok tani)?

JAWAB : Ketika harga gabah murah di tengkulak saya memilih menjual ke penangkar benih. Agar tidak dipermainkan harganya.

4. Pernahkah mencoba menyimpan gabah lebih lama untuk menunggu harga naik? Jika ya, bagaimana hasilnya?

JAWAB : Dulu pernah di era Pak SBY karna ada keuntungan sedangkan di era Pak Jokowi tidak ada keuntungan sama sekali bahkan malah Petani rugi, kalo sekarang langsung di jual, tetapi di eranya sekarang era Pak prabowo kemungkinan ada peluang sudah ada perubahan.

5. Apakah ada perubahan pendapatan setelah menerapkan sistem atau strategi penjualan tertentu?

JAWAB : Kalo saya sendiri strategi saya larinya ke penangkar benih, kerjasama sama penangkar benih, karena tidak dipermainkan oleh pengepul tengkulak karna harga umum tertinggi itu di penangkar benih masih ada keuntungan diantara dua ratus atau tiga ratus rupiah per kilonya. Kemaren petani saya coba di musim tanam pertama 2025, saya mendapatkan lahan lumayan, yaitu terjadi persaingan harga di lapangan ya itu biasa suatu kelompok itu dijatuhkan oleh si pengepul permainannya seperti itu mafia.

6. Menurut penjualan seperti apa yang bisa membantu meningkatkan pendapatan petani?

JAWAB : Tahun ini pendapatan dari jual gabah lebih baik dibanding tahun lalu. Waktu panen pertama, saya jual ke tengkulak Rp6.700 per kilo, terus pas panen kedua naik jadi Rp7.200. Tahun ini terlihat ada peningkatan, soalnya tahun lalu paling tinggi cuma Rp6.200.

7. Apa kendala utama yang hadapi dalam menjual gabah?

JAWAB : Sekarang ini yang jadi masalah besar itu tengkulak atau mafia gabah. Mereka punya kekuatan, bisa seenaknya tentuin harga. Kita petani mau nggak mau ikut, soalnya nggak ada pilihan lain. Mau simpan juga nggak punya tempat, mau jual ke luar juga nggak tahu caranya.

8. Apakah mendapat dukungan dari pemerintah, koperasi, atau lembaga lain dalam penjualan gabah?

JAWAB : Selama ini belum ada bantuan langsung dari pemerintah soal penjualan. Memang ada kelompok tani, tapi fungsinya masih terbatas, lebih banyak mengurus soal pupuk dan bibit, bukan penjualan.

INFORMAN 2**NAMA : BAPAK BUDI SEBAGAI TENGGULAK**

1. Bagaimana alur pembelian gabah dari petani yang biasanya Anda lakukan?

JAWAB : Sistemnya sederhana. Kami survei dulu, lihat petani mana yang siap panen, lalu kami ajak kerja sama dengan menawarkan mesin pengepul combine. Setelah panen, kami datang bawa timbangan, truk, dan uang cash. Harganya kami tentukan berdasarkan kondisi gabah dan harga pasar saat itu.

2. Apa pertimbangan utama dalam menetapkan harga beli dari petani?

JAWAB : Biasanya kami lihat dulu kondisi gabahnya. Kalau kadar air tinggi, ya harganya turun. Tapi kalau gabahnya kering dan bersih, harganya bisa kami naikkan. Selain itu, kami juga lihat harga pasar saat itu, terutama dari penggilingan atau pabrik.

*Lampiran.3 Dokumentasi***DOKUMENTASI**

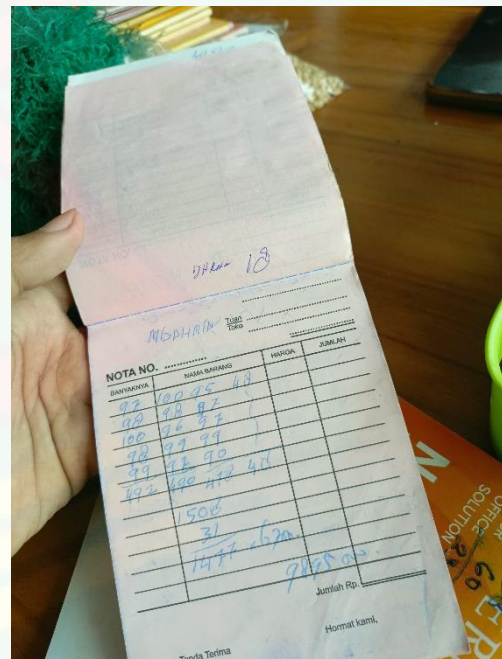
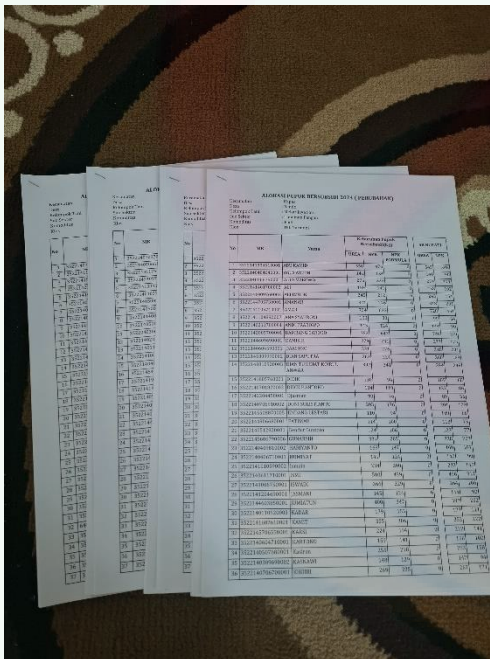
Wawancara dengan Ketua Kelompok Tani Bapak Mujiyanto di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro



Wawancara dengan Tengkulak Bapak Budi di Desa Kumpulrejo Kabupaten Bojonegoro



Observasi dari proses penen di Desa Bendo Kabupaten Bojonegoro



Data masyarat alokasi pupuk Bersubsidi dan Nota pembelian gabah dari
Tengkulak

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Denis Alfian Nugraha
 NIM : 21010040
 Tahun Angkatan : 2021
 Jurusan/Prodi : Manajemen
 Semester : 8
 Judul Skripsi : Strategi sistem pemasaran Gabah dalam meningkatkan Pendapatan Petani Padi Di Kabupaten Bojonegoro

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Ari Kuntardina, ST, SE, MM
 2. Eka Adiputra, SE, Nsm

REKOMENDASI						
No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.	19/03/2025	Judul		10-4-2025	Judul Skripsi	
2.	21/03/2025	Bab 1-3		03-5-2025	Bimbingan Bab 1	
3.	21/6/2025	Acc Sempurna		07-5-2025	Revisi Bab 1	
4.				09-9-2025	Bimbingan Bab 2	
5.				11-6-2025	Revisi	
6.				13-6-2025	Revisi	
7.				26-6-2025	Seminar	
8.				11-8-2025	Bimbingan Bab 4	
9.				13-8-2025	Revisi	
10.				15-8-2025	Acc ujian Skripsi	
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro,
 STIE Cendekia Bojonegoro
 Ka. Prodi Manajemen

Latifah Anom, SE, MM
 NUPTK. 4834751652230152