



RESPONS KELOMPOK WANITA TANI (KWT) SARI DEWI DALAM PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN KERIPIK PISANG, KALURAHAN ARGOSARI, KAPANEWON SEDAYU, KABUPATEN BANTUL

Devianti Lerian Kurniawan¹, Galuh H.E Akoso², Ananti Yekti^{2✉}

¹Mahasiswa Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan

²Dosen Jurusan Pertanian Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang

Email : anantiyekti@yahoo.com

Received : April 19th, 2022

Accepted : September 9th, 2022

Published : October 5th, 2022

Copyright Notice : **Authors retain copyright and grant the journal right of first publication** with This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat respons Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang. Penelitian dilaksanakan di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu Kabupaten Bantul pada bulan Maret 2021 – Juni 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui kuesioner dan analisis data dilakukan secara deskriptif. Pemilihan kapanewon, kalurahan dan kelompok wanita tani dilakukan secara purposive, sedangkan pengambilan sampel responden menggunakan sampling jenuh. Hasil penelitian respons yaitu dari komponen kognitif (pengetahuan) termasuk kategori sedang dengan persentase 74,62 %, komponen afektif (ketertarikan) termasuk kategori sedang dengan persentase 75,56 %, dan komponen konatif (kemauan) termasuk dalam kategori sedang dengan persentase 73,06 %. Dengan demikian untuk meningkatkan respons kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang diperlukan adanya pemberdayaan yakni antara lain dengan pemanfaatan media whatsapp dan facebook sebagai wadah promosi produk.

Kata kunci: : Kelompok Wanita Tani, Pengembangan Pemasaran, Respons

ABSTRACT: This study aims to determine the response rate of the Women Farmers Group (KWT) in the development of banana chips marketing. The research was carried out in Village Argosari subdistrict Sedayu, Bantul Regency in December 2020 - June 2021. The research method used was descriptive with data collection techniques through questionnaires and data analysis was carried out descriptively. The selection of Subdistrict, Village and women farmer groups was carried out purposively, while the sampling of respondents used saturated sampling. The results of the response research are the cognitive component (knowledge) including the medium category with a percentage of 74.62%, the affective component (interest) including the moderate category with a percentage of 75.56%, and the conative component

*Email Penulis Korespondensi: anantiyekti@yahoo.com
devilerian9740@gmail.com¹, anantiyekti@yahoo.com², galuhakoso@pertanian.go.id³

(willingness) including the medium category with a percentage of 73.06 %. Thus, to increase the response of women farmer groups in the development of banana chips marketing, empowerment is needed. One of the suggested empowerments is regarding the use of WhatsApp and Facebook media as a place for product promotion.

Keywords: Women Farmers Group, Marketing Development, Response

PENDAHULUAN

Pangan merupakan hajat hidup manusia dan salah satu kebutuhan yang paling esensial untuk mempertahankan hidup (Hamid et al., 2013). Program Peningkatan Produksi dan Nilai Tambah Hortikultura Tahun 2018 merupakan tahun ketiga pelaksanaan Rencana Pengembangan Jangka Menengah Nasional untuk mewujudkan kedaulatan pangan dan kesejahteraan bagi petani.

Komoditas hortikultura merupakan kelompok komoditas pertanian yang beraneka ragam jenisnya. Yudhohusodo (1999) menyatakan luas wilayah Indonesia dengan keragaman pengembangan berbagai jenis tanaman hortikultura. Kementerian pertanian telah menetapkan sebanyak 323 jenis produk hortikultura yang meliputi 60 jenis buah-buahan, 80 jenis sayuran, 66 jenis biofarmaka dan 117 jenis tanaman hias. Salah satu jenis tanaman hortikultura yang mampu memberikan kontribusi penting bagi perekonomian bagi masyarakat Indonesia dan menunjukkan peningkatan yang nyata sehingga pemerintah memberikan prioritas terhadap pengembangan yaitu sub sektor hortikultura komoditas buah-buahan (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2014).

Salah satu komoditi pertanian pada sub sektor hortikultura sebagai sumber karbohidrat yang sarat gizi seperti buah pisang mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Hal ini karena tanaman pisang mempunyai nilai ekonomis dan sosial yang sangat penting. Manfaat tanaman pisang tidak hanya dapat digunakan buahnya, akan tetapi dari bongkol, batang, sampai daunnya sangat diperlukan dalam menunjang kehidupan

sehari-hari. Pisang merupakan komoditas unggulan yang memiliki kontribusi besar terhadap produksi buah-buahan nasional. Selain memiliki potensi yang besar dalam menunjang peningkatan pendapatan masyarakat petani, pisang juga merupakan bahan baku industri olahan (untuk chip, keripik, *puree*, tepung) dan komoditas yang potensial untuk meningkatkan ekspor buah (Kementerian Pertanian, 2016).

Kabupaten Bantul merupakan salah satu daerah sentra penghasil pisang dengan populasi tanaman mencapai 720.256 rumpun dengan produksi 10.803,84 ton. Di samping itu pisang merupakan tanaman dan buah yang memiliki banyak manfaat. Semua bagian tanaman dapat dimanfaatkan mulai dari daun, pelepah, bonggol hingga buahnya. Buah pisang dikonsumsi dalam bentuk segar maupun olahan. Telah banyak produk olahan makanan yang berbahan baku pisang. Secara ekonomi pisang memiliki *multiplier effect* yang tinggi. Petani banyak menggantungkan hidupnya dari pisang. Dengan mengelola pisang baik pembibitan, budidaya, pasca panen, olahan hingga pemasarannya telah terbukti menambah pendapatan dan membuka lapangan kerja bagi keluarga pelaku utama dan pelaku usaha (Dinas Pertanian dan Kehutanan Bantul, 2018). Kalurahan Argosari merupakan daerah salah satu kapanewon pengembangan pisang di Kabupaten Bantul dengan populasi tanaman sebesar 13.600 tanaman (Progama Kalurahan Argosari 2020).

Kalurahan Argosari adalah salah satu kalurahan yang terletak di Kapanewon Sedayu Kabupaten Bantul yang memiliki potensi dalam bidang pertanian, salah satunya adalah komoditas buah pisang

yang memiliki produksi sebesar 94 kuintal. Produk olahan keripik pisang ini diproduksi oleh KWT Sari Dewi di Kalurahan Argosari, Dusun Gubug yang beranggotakan 24 anggota yang masih aktif di bentuk pada tahun 2011. Keripik pisangnya ini sudah mempunyai label IRT, *Packaging*-nya sudah bagus, Sudah ada beberapa varian rasa namun dalam pemasarannya yang masih kurang optimal dalam kegiatan promosinya belum dilakukan dengan baik dan belum memiliki *display* yang layak membuat produk ini belum dikenal oleh masyarakat sehingga permintaan produk masih rendah, sehingga membuat semua produksi olahan keripik pisang berhenti berproduksi dan untuk sekarang beralih pada pengolahan kue pisang, molen dan kue basah lainnya. Selain membuat olahan keripik pisang selain kegiatan pengolahan ada beberapa kegiatan yang dilakukan seperti memanfaatkan pekarangan rumah dengan budidaya sayuran, biofarmaka dan ternak ayam petelur (Data Primer, 2020).

KWT Sari Dewi sudah melakukan upaya terhadap pengembangan pemasaran namun tidak berhasil ditambah adanya Pandemi Covid-19 yang membuat KWT ini berhenti memproduksi keripik pisang. Kondisi ini tentu menarik untuk dikaji mengenai respons wanita tani sehingga dapat melihat tanggapan wanita tani dalam pengembangan pemasaran. Dengan adanya kajian ini dapat diukur respons wanita tani dalam pengembangan pemasaran pada pengetahuan, ketertarikan dan kemauan kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran sehingga dapat mencari atau mendapatkan media pemasaran yang baru. Tujuan ke depan dari kajian ini selain bagaimana mengetahui respons kelompok wanita tani dan dapat membantu memberikan solusi dalam kebijakan menentukan penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk olahan keripik pisang di KWT Kalurahan Argosari, Kapanewon Sedayu, Kabupaten Bantul.

Berdasarkan uraian dan analisis masalah tersebut maka dapat disusun tujuan dari kajian, yaitu: 1) untuk mengetahui tingkat respons kognitif (pengetahuan) kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu Kabupaten Bantul 2). untuk mengetahui tingkat respons a(ketertarikan) kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu Kabupaten Bantul 3) untuk mengetahui tingkat respons konatif (kemauan) kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu Kabupaten Bantul

METODE

Waktu pelaksanaan penelitian yaitu bulan Desember 2021 sampai dengan bulan Juni 2021 Tempat pelaksanaan kajian yaitu di Kalurahan Argosari, Kapanewon Sedayu, Kabupaten Bantul. Jenis kajian berupa kajian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), bahwa metode deskriptif merupakan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Arikunto (2013) menyatakan bahwa jenis kajian deskriptif kuantitatif dikemukakan dengan penggunaan angka-angka berupa frekuensi dan persentase yang masih termasuk dalam statistik sederhana.

Gambaran ini dinilai dengan pendekatan kuantitatif yang diimplementasikan dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Sugiyono (2019), menyatakan bahwa skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Karakteristik populasi dalam kajian ini

adalah anggota kelompok wanita tani berjumlah 24 orang yang terdistribusi ke dalam kelompok wanita tani yang ada di Kalurahan Argosari, yaitu KWT Sari Dewi dengan pertimbangan kelompok wanita yang dipilih adalah anggota kelompok wanita tani yang masih aktif dan mengolah keripik pisang.

Menurut Sugiyono (2019), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dan mewakili (representatif) dari populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam kajian ini adalah *Non probability Sampling*, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik *Non probability Sampling* yang dipilih dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2019), Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian.

Jenis data yang akan diambil berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data-data utama untuk menjawab tujuan kajian, sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang didapat dari Instansi/Dinas terkait.

1. Data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan kuesioner terbuka dan observasi yang dilakukan pada anggota kelompok wanita tani Sari Dewi di Kalurahan Argosari, Kapanewon Sedayu, Kabupaten Bantul.

2. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait di wilayah Kabupaten Bantul, Kapanewon Sedayu.

Pencapaian skor untuk responden yang diperoleh dimasukkan dalam interval kelas sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K} \times 100\%$$

Keterangan :

I = Interval kelas

K = Jumlah kelas

R = Range (\sum skor maks - \sum skor min)

Nilai Maksimal : 100% (skor 3)

Nilai Minimal : 33,33% (skor 1)

Sehingga :

$$= \frac{100\% - 33,33\%}{3} \times 22,22\%$$

Jadi, nilai tingkat untuk komponen respons adalah sebagai berikut:

Tinggi = Jika skor yang dicapai antara 77,78%-100%

Sedang = Jika skor yang dicapai antara 55,56%-77,77%

Rendah = Jika skor yang dicapai antara 33,33%-55,55%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kapanewon Sedayu merupakan salah satu dari Kapanewon yang termasuk di wilayah Kabupaten Bantul. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kapanewon Sedayu dalam angka 2020 dapat dilihat bahwa Kapanewon Sedayu memiliki luas wilayah sebesar 34,36 ha. Kapanewon Sedayu terdiri dari 4 kalurahan dan 54 dusun. Jumlah penduduk Kapanewon Sedayu sebesar 47.646 jiwa orang dengan jumlah penduduk laki-laki adalah 23.754 orang dan penduduk perempuan 23.892 orang.

Kalurahan Argosari merupakan salah satu dari 4 Kalurahan di Kapanewon Sedayu. Kalurahan Argosari memiliki luas wilayah 628,472 Ha terbagi menjadi 13 dusun dengan jumlah penduduk 47.646 jiwa (Badan Pusat Statistik Kecamatan Sedayu dalam angka 2020).

Berdasarkan (Fahrani 2009) penggolongan kelompok umur dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu, 0-14 tahun merupakan umur belum produktif, sedangkan umur 15-64 tahun yang merupakan kelompok umur produktif serta kelompok umur lebih dari 65 tahun merupakan kelompok umur tidak produktif.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat umur anggota kelompok wanita tani Sari Dewi di Kalurahan Argosari yaitu antara 15-64 tahun sebanyak 20 orang (83,33%) dengan kategori usia produktif dan 4 orang berusia lebih dari 65 tahun (16,67%) dengan kategori tidak produktif. Berdasarkan hasil analisis data tersebut dapat dilihat bahwa dari 24 responden untuk tingkat umur 15-64 tahun sebanyak 20 orang (83,33%).

Menurut Wardoyo (2013), Bahwa pendidikan merupakan tingkat pendidikan yang diperoleh anggota kelompok wanita tani dibangku sekolah formal. Klasifikasi pendidikan dalam kajian ini yaitu SD, SLTP, SLTA, Dan Perguruan Tinggi. Karakteristik responden berdasarkan satu upaya penambahan pendapatan keluarga.

Pengalaman dalam pengolahan hasil pertanian berkaitan dengan lamanya responden berkecimpung di bidang pertanian. Lamanya pengalaman dalam olahan keripik pisang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha tani karena apabila responden menghadapi berbagai kendala akan lebih mudah untuk mencari solusi yang perlu dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut.

Tingkat pendidikan anggota kelompok wanita lain Sari Dewi di Kalurahan Argosari bermayoritas pada jenjang SLTA sebanyak 9 orang dengan persentase 37,5% lebih besar dibandingkan tingkat pendidikan yang lainnya seperti SD, SLTP dan Perguruan Tinggi. Namun petani dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi cukup banyak dengan persentase (29,17%). Sehingga petani lebih mudah untuk mengingat dan menyerap materi yang disampaikan oleh penyuluh atau informan lainnya.

Mata pencaharian merupakan sesuatu yang sangat penting karena untuk mencukupi kebutuhan hidup (Wardoyo, 2013). Karakteristik responden berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat bahwa mayoritas mata pencaharian anggota kelompok wanita tani yaitu ibu

rumah tangga sebanyak 14 orang dengan persentase 58,33% sehingga anggota kelompok wanita tani tersebut memiliki banyak waktu untuk melakukan pengolahan keripik pisang sebagai salah upaya penambahan pendapatan keluarga.

Pengalaman dalam pengolahan hasil pertanian berkaitan dengan lamanya responden berkecimpung di bidang pertanian. Lamanya pengalaman dalam olahan keripik pisang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha tani karena apabila responden menghadapi berbagai kendala akan lebih mudah untuk mencari solusi yang perlu dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut. Karakteristik responden yang memiliki pengalaman dalam olahan keripik pisang lebih lama yaitu 6 tahun berjumlah 17 orang (70,83%) lebih dibandingkan dengan <4 tahun yang berjumlah 7 orang (29,17%).

Karakteristik responden yang pernah mengikuti berbagai pelatihan dengan kategori belum pernah sebanyak 8 orang (33,33%) dengan demikian responden banyak yang belum mengetahui atau memahami dan merencanakan untuk melakukan pengolahan keripik pisang dengan melihat potensi buah pisang yang ada di Kalurahan Argosari.

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa komponen kognitif (pengetahuan) memiliki nilai pencapaian 591 dari skor maksimal 729 dengan persentase 74,62% dikategorikan sedang, komponen afektif (ketertarikan) memiliki nilai pencapaian 382 dari nilai skor maksimal 504 dengan persentase 75,79% dikategorikan sedang, dan komponen konatif (kemauan) memiliki nilai pencapaian 360 dari skor maksimal 360 dengan persentase 73,06% dikategorikan sedang.

Jumlah hasil keseluruhan ketiga komponen kognitif (pengetahuan), komponen afektif (ketertarikan), dan komponen konatif (kemauan) memiliki pencapaian 1236 dari jumlah skor maksimal 1593 dengan persentase 77,58%

maka ketiga komponen tersebut termasuk dalam kategori sedang dalam hal pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang

Berdasarkan hasil kajian respons pada komponen (pengetahuan) termasuk dalam kategori sedang dengan nilai pencapaian 591 (74,62%) dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang berupa pemasaran dari segi produk, harga, tempat, dan kepercayaan konsumen. Hal ini mengungkapkan bahwa anggota kelompok wanita tani di Kalurahan Argosari kurang mengetahui dalam pemasaran.

Dari 24 responden, sebanyak 10 responden (41,67%) masuk dalam kategori tinggi, sebanyak 12 responden (50%) termasuk ke dalam kategori sedang, dan sebanyak 2 responden (8,33%) termasuk ke dalam kategori rendah.

Pada hasil analisis indikator komponen kognitif (pengetahuan) pada tabel, menunjukkan bahwa dari keseluruhan item pernyataan yang tertinggi dengan persentase 81,94%. Artinya pengetahuan dalam promosi dapat mempengaruhi konsumen agar membeli produk termasuk ke dalam kategori tinggi.

Keseluruhan item pernyataan yang terendah dengan persentase 50% dengan kategori rendah. Artinya, pengetahuan media sosial saat ini dapat meningkatkan pemasaran produk olahan keripik pisang termasuk dalam kategori rendah atau perlu adanya peningkatan pemanfaatan penggunaan media sosial untuk pemasaran.

Faktor yang mempengaruhi pengetahuan kelompok wanita tani yaitu dikarenakan ada beberapa responden belum mengikuti pelatihan sebanyak 8 orang (33,33%). Sehingga menyebabkan ada beberapa petani kurang mengetahui bagaimana teknis dalam mengembangkan produk olahan keripik pisang. Faktor lain yang mempengaruhi pengetahuan petani berdasarkan hasil wawancara saat pengambilan data primer pernyataan dari ketua KWT I maupun pengurus KWT

bahwa ada beberapa anggota KWT yang jarang datang pada saat pertemuan rutin atau kegiatan kelompok lainnya. Hal ini yang melatarbelakangi karena ketika pada saat penyampaian informasi terkait dengan informasi terkait dengan pemasaran produk olahan keripik pisang tidak semua anggota KWT menerima informasi tersebut.

Tabel 1. Respons KWT Sari Dewi

No	Variabel	Nilai Pencapaian	Nilai Skor Maksimal	Persentase (%)	Kategori
1	Kognitif	591	729	74,62	Sedang
2	Afektif	382	504	75,79	Sedang
3	Konatif	263	360	73,06	Sedang
Jumlah		1236	1593	77,58	Sedang

Sumber: Olah data primer, 2021.

Berdasarkan hasil kajian respons pada komponen afektif (ketertarikan) termasuk ke dalam kategori Sedang dengan nilai pencapaian 382 (75,79%) dalam pengembangan pemasaran berupa pemasaran secara *online* dan menjalin kemitraan dengan pasar dalam kegiatan pasar. Hal ini mengungkapkan bahwa anggota kelompok wanita tani di Kalurahan Argosari tertarik dalam mengembangkan pemasaran produk olahan keripik pisang. Dari 24 responden, sebanyak 15 (62,5%) responden termasuk dalam capaian tertarik (tinggi) dalam mengembangkan pemasaran baik pemasaran menggunakan sosial media maupun bermitra dengan pasar. Untuk capaian tertarik dalam kategori sedang sebanyak 4 orang (16,67%). dan sebanyak 5 responden (20,83%) termasuk ke dalam kategori rendah dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang.

Pada hasil analisis indikator komponen afektif (ketertarikan) pada tabel, menunjukkan bahwa dari keseluruhan item pernyataan yang tertinggi dengan persentase 97,22% Artinya, ketertarikan dalam mengembangkan pemasaran produk olahan keripik pisang termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan item

pernyataan yang terendah dengan persentase 55,56% dengan kategori Sedang. Artinya, ketertarikan kelompok wanita tani dalam menggunakan instagram sebagai media kegiatan pemasaran produk olahan keripik pisang termasuk dalam kategori sedang atau perlu adanya peningkatan pemanfaatan penggunaan media sosial untuk pemasaran.

Tingkat komponen afektif (ketertarikan) mempunyai empat tingkatan yaitu menerima, merespons, menghargai, dan bertanggung jawab (Notoatmojo, 2014). Dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani mempunyai ketertarikan yang cukup tinggi dalam mengembangkan pemasaran produk olahan keripik pisang yang terbukti dengan perolehan hasil kajian komponen afektif (ketertarikan) termasuk ke dalam kategori tinggi. Anggota kelompok wanita tani mudah menerima, merespons, menghargai, dan bertanggung jawab terhadap stimulus berupa pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang berupa pemasaran *online* dan pemasaran bermitra dengan pasar. Hal ini dikarenakan sebagian besar anggota kelompok wanita tani berpendidikan SLTA sebanyak 9 orang (37,5%) dan Perguruan tinggi sebanyak 7 orang (29,17%). Seseorang dengan tingkat pendidikan formal yang tinggi akan lebih mudah dalam menanggapi inovasi ataupun isu yang berkembang karena seseorang lebih berpikiran rasional setelah mendapatkan ilmu-ilmu yang didapat dari bangku sekolah (Fahrani, 2009).

Faktor yang mempengaruhi ketertarikan kelompok wanita tani yaitu umur responden rata-rata berusia antara 15-64 tahun, di mana usia tersebut menunjukkan usia produktif untuk bekerja. Dari 24 responden, dengan pencapaian skor 20 dengan persentase 83,33% berusia produktif dan pencapaian skor 4 dengan persentase 16,67% berusia kurang produktif (lanjut usia).

Berdasarkan hasil kajian respons pada komponen konatif (kemauan) termasuk

dalam kategori sedang dengan nilai pencapaian 263 (73,06%) dalam mengembangkan pemasaran berupa pemasaran menggunakan media sosial. Hal ini mengungkapkan bahwa anggota kelompok wanita tani di Kalurahan Argosari mau dalam mengembangkan pemasaran. Dari 24 responden, sebanyak 14 (58,33%) responden termasuk dalam capaian mau (tinggi) dalam mengembangkan pemasaran baik pemasaran media sosial maupun bermitra dengan pasar, sebanyak 2 responden (8,33%) termasuk ke dalam kategori sedang dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang, dan sebanyak 8 responden (33,33%) termasuk ke dalam kategori rendah dalam pengembangan pemasaran.

Pada hasil analisis indikator komponen konatif (kemauan) pada tabel, menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi dengan persentase 88,89% dengan kategori tinggi. Artinya, kemauan dalam mengembangkan pemasaran melalui media sosial termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan item pertanyaan dengan terendah dengan persentase 58,33% dengan kategori terendah. Artinya, kemauan kelompok wanita tani untuk mengembangkan pemasaran produk olahan keripik pisang melalui media instagram masih rendah dan perlu adanya peningkatan pemanfaatan penggunaan media sosial melalui Instagram untuk pemasaran.

Tingkat komponen konatif (kemauan) mempunyai empat tingkatan yaitu persepsi, respons terpinpin, mekanisme, dan adaptasi (Notoatmojo, 2014). Dalam hal ini menunjukkan bahwa kemauan petani tinggi dalam mengembangkan pemasaran produk olahan keripik pisang yang terbukti dengan perolehan hasil kajian komponen konatif (kemauan) termasuk dalam kategori tinggi. Faktor yang mempengaruhi kemauan kelompok wanita tani berdasarkan hasil wawancara saat pengambilan data primer kepada

responden yaitu sebagian anggota KWT sudah memiliki HP android namun belum dimanfaatkan dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan kajian dapat disimpulkan bahwa Respons Kognitif (pengetahuan) kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu termasuk dalam kategori Sedang dengan nilai pencapaian 591 dengan persentase 74,62%. Respons Afektif (ketertarikan) kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu termasuk dalam kategori sedang dengan nilai pencapaian 382 dengan persentase 75,56%, Respons Konatif (kemauan) kelompok wanita tani dalam pengembangan pemasaran produk olahan keripik pisang di Kalurahan Argosari Kapanewon Sedayu termasuk dalam kategori sedang dengan nilai pencapaian 263 dengan persentase 73,06%.

PUSTAKA ACUAN

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BP3K Sedayu, (2019). *Programa Penyuluhan Pertanian Perikanan dan Kehutanan BP3K Sedayu Tahun 2020*. BP3K Sedayu. Sedayu.
- BPS. (2020). *Kecamatan Sedayu Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik. Yogyakarta.
- Dinas Pertanian Pangan Kelautan dan Perikanan. (2018). *Laporan Kinerja 2018*. Bantul.
- Direktorat Jenderal Hortikultura, (2014). *Pedoman Teknis Peningkatan Produksi, Produktivitas dan Mutu Produk Hortikultura Berkelanjutan Tahun 2014*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Fahrani, A. (2009). *Motivasi Sosial Ekonomi Petani Beralih Pekerjaan Dari Sektor Pertanian Ke Sektor Industri Kerajinan Mabel Di Desa Serenan Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Hamid, Yuni., Budi Setiawan, Suhartini. (2013). *Analisis Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga (Studi Kasus di Kecamatan Tarakan Barat Kota Tarakan Provinsi Kalimantan Timur)*. *Jurnal AGRISE Volume XIII No. 3*: 175-190.
- Kementerian Pertanian, (2016). *Outlook Komoditi Pisang*. Pusat Data dan Informasi Pertanian. Jakarta.
- Notoatmodjo. (2014). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Siswono Yudohusodo, (1999). *Upaya Pemberdayaan Petani sebagai Faktor Utama Program Pembangunan Nasional. Gerakan Terpadu Peduli Pertanian*, Undip Semarang. 11 pp.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.