

Manajemen Usaha Budidaya Tanaman Buah Melon (*Cucumis Melo L.*) untuk Menghasilkan Produk Pertanian Berkualitas di PT Tunas Agro Persada Boyolali

Management of Melon Fruit Cultivation Business (Cucumis Melo L.) to Produce Quality Agricultural Products at

PT Tunas Agro Persada Boyolali

Ahmad Wildan Anshori, Hardian Ningsih, Raden Kunto Adi

Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Budidaya tanaman yang dilakukan khususnya tanaman buah memiliki prospek yang menjanjikan, salah satu tanaman buah yang sering dikonsumsi masyarakat serta memiliki prospek dan kandungan yang baik untuk tubuh yaitu melon (*Cucumis melo L.*). PT Tunas Agro Persada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian khususnya budidaya tanaman hortikultura, perbenihan tanaman hortikultura, nutrisi tanaman, dan produk pertanian di Kabupaten Boyolali yang sudah bersertifikat. Maka peneliti ingin 1) memahami strategi manajemen pemasaran pada hasil budidaya tanaman buah melon (*C. melo L.*); dan 2) memahami dan mengetahui hasil analisis perhitungan usaha tani budidaya tanaman buah melon (*C. melo L.*) di PT Tunas Agro Persada Boyolali. Hasil penelitian didapatkan hasil 1) PT Tunas Agro Persada melakukan strategi bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, dan promotion*. Manajemen pemasaran yang dilakukan dimulai dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi (*product, price, place, dan promotion*); 2) Hasil perhitungan analisis usahatani melon kinanti didapatkan bahwa hasil yang dijalankan mengalami keuntungan dan efisien untuk dijalankan. Diharapkan PT Tunas Agro Persada dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.

Kata Kunci: Analisis Usahatani; Melon; Strategi Pemasaran

Abstract

Cultivation of plants carried out, especially fruit plants, has promising prospects, one of the fruit plants that is often consumed by the public and has good prospects and content for the body is melon (Cucumis melo L.). PT Tunas Agro Persada is a company engaged in agriculture, especially the cultivation of horticultural plants, horticultural plant seeds, plant nutrition, and agricultural products in Boyolali Regency that have been certified. So the researcher wants to 1) understand the marketing management strategy for the cultivation of melon fruit plants (C. melo L.); and 2) understand and know the results of the analysis of the calculation of the melon fruit cultivation business (C. melo L.) at PT Tunas Agro Persada Boyolali. The results of the study obtained the results 1) PT Tunas Agro Persada by implementing a 4P marketing mix strategy, namely product, price, place, and promotion. The marketing management carried out starts from planning, implementation, and evaluation (product, price, place, and promotion); 2) The results of the calculation of the analysis of the Kinanti melon farming business showed that the results carried out were profitable and efficient to run. It is hoped that PT Tunas Agro Persada can maintain and improve product quality.

Keywords: Farming Analysis; Melon; Marketing Strategy

* Corresponding author:

Citation: Anshori, A., Ningsih, H., Adi, R. (2024). Manajemen Usaha Budidaya Tanaman Buah Melon (*Cucumis Melo L.*) untuk Menghasilkan Produk Pertanian Berkualitas di PT Tunas Agro Persada Boyolali. *Journal of Cooperative, Small, and Medium Enterprise Development*, 3(1), 11–22. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v3i1.93258>

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang memberikan dampak bagi keberlangsungan kehidupan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan primer. Hal ini berdasarkan definisi pertanian yaitu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan menghasilkan produk pertanian berupa sumber pangan, sumber energi, dan sumber industri. Pertanian merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan memanfaatkan sumber daya hayati untuk menghasilkan sebuah produk pertanian serta mengelola lingkungan hidupnya (Purba et al., 2020). Badan Pusat Statistik (2021), bahwa 88,43% masyarakat Indonesia bekerja di sektor pertanian, dengan demikian dapat dikatakan pertanian bagian terpenting bagi keberlangsungan kehidupan perekonomian masyarakat di Indonesia. Sektor pertanian tidak hanya dapat digunakan sebagai mata pencaharian tetapi dapat memengaruhi pertumbuhan perekonomian di Indonesia karena daya saing komoditas produk hasil pertanian Indonesia yang menempati posisi cukup tinggi di pasar internasional. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan dalam sektor pertanian diperlukan manajemen untuk dapat mengatur keberjalan agar mencapai tujuan pertanian dan mendapatkan hasil produk pertanian yang berkualitas serta menjaga eksistensi produk hasil pertanian Indonesia di kancah internasional (Kusumaningrum, 2019).

Bertambahnya populasi maka semakin meningkatnya permintaan produk hasil pertanian maka dari itu diperlukan manajemen untuk merencanakan, mengorganisasikan, dan mengkoordinasikan dalam melakukan usahatani untuk tercapainya tujuan sesuai dengan yang ditetapkan, selain itu agar meminimalisir terjadinya kerugian serta mengatasi permasalahan kedaulatan pangan. Salah satu kegiatan pertanian yang membutuhkan manajemen dalam menjalankan usahanya yaitu budidaya tanaman. Menurut Husna (2022), budidaya tanaman merupakan suatu usaha mengelola tanaman di lapangan mulai dari pengolahan lahan, pengadaan benih, penanaman sampai panen sehingga tanaman memberikan produksi biologis yang maksimal dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam. Budidaya tanaman yang dilakukan khususnya tanaman buah memiliki prospek yang menjanjikan, salah satu tanaman buah yang sering dikonsumsi masyarakat serta memiliki prospek dan kandungan yang baik untuk tubuh yaitu melon (*Cucumis melo* L.).

Melon (*C. melo* L.) merupakan tanaman hortikultura yang berasal dari Mediterania yaitu perbatasan antara Afrika dan Eropa dengan Asia Barat, buah melon (*C. melo* L.) masuk dan dikembangkan di Indonesia pada tahun 1980-an dan banyak dikonsumsi mulai tahun 1990-an sampai saat ini (Ishak & Daryono, 2018). Tanaman melon (*C. melo* L.) merupakan tanaman dari suku labu - labuan atau Cucurbitaceae yang dapat tumbuh optimum dengan curah hujan 2000 - 3000 mm/tahun, kelembaban berkisar 70% - 80% dan suhu 25°C - 30°C, sedangkan suhu yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan kerja metabolisme terganggu karena enzim yang berperan mengalami kerusakan serta tanaman melon (*C. melo* L.) yang mendapat sinar matahari lebih banyak akan memiliki rasa yang lebih manis (Daryono & Maryanto, 2018). Kandungan yang terdapat pada buah melon terdiri dari vitamin A, B6, dan C serta mineral antara lain kalium, kalsium, besi, magnesium, fosfor, zink dan natrium yang baik bagi kesehatan tubuh (Huda et al., 2018).

PT Tunas Agro Persada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian khususnya budidaya tanaman hortikultura, perbenihan tanaman hortikultura, nutrisi tanaman, dan produk pertanian. Perusahaan ini merupakan

perusahaan berbadan hukum yang berpusat di Jl. Raya Semarang Demak KM. 10, Sayung Lor, Sayung Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 59563 dan sudah berdiri sejak tahun 2001 yang memiliki motto "bergerak dan berkarya untuk pertanian Indonesia" serta memiliki pelayanan berupa pendampingan kepada masyarakat yang mengalami kesulitan dalam budidaya tanaman yang berasal dari benih produksi, Tunas Agro Persada memberikan solusi dari permasalahan dan memberikan edukasi kepada masyarakat melalui bentuk video dan artikel. PT Tunas Agro Persada memiliki beberapa lokasi produksi di Pulau Jawa salah satunya di daerah Boyolali yang berfokus pada budidaya tanaman hortikultura dan perbenihan yang berlokasi di Area Sawah/Kebun, Brajan, Mojosongo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah 57322. PT Tunas Agro Persada memiliki benih tanaman hortikultura diantaranya melon, semangka tanpa biji, semangka berbiji, cabai, tomat, jagung manis, dan beberapa benih sayuran serta produk hasil pertanian khususnya buah melon dan semangka yang fresh dan berkualitas, selain itu, PT Tunas Agro Persada memiliki produk pertanian berupa sepuluh jenis varian nutrisi tanaman dan alat - alat pertanian seperti mulsa, polybag, dan lainnya.

PT Tunas Agro Persada selalu menerapkan standar perusahaan dan pemerintah berupa *research, development*, dan *quality control* sebelum menghasilkan produk pertanian, hal tersebut dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang diterima PT Tunas Agro Persada baik dari instansi pemerintahan maupun swasta. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi manajemen pemasaran pada hasil budidaya tanaman buah melon (*C. melo* L.); dan memahami dan mengetahui hasil analisis perhitungan usahatani budidaya tanaman buah melon (*C. melo* L.) di PT Tunas Agro Persada Boyolali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan PT Tunas Agro Persada Boyolali terletak di Area Sawah/Kebun, Brajan, Mojosongo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah 57322, Indonesia. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Februari 2023. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan metode analisis interaktif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data (*reduction*), sajian data (*display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*). Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, praktik lapang, dan studi Pustaka. Adapun rumus - rumus yang digunakan dalam perhitungan sebagai berikut :

Untuk menentukan biaya total adalah sebagai berikut :

$$TC = VC + FC$$

Keterangan :

TC = Biaya Total (*Total Cost*)

VC = Biaya Variabel (*Variable Cost*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Untuk menentukan penerimaan adalah sebagai berikut :

$$TR = Y \times Py$$

Keterangan :

TR = Penerimaan (*Total Revenue*)

Y = Jumlah Produk

Py = Harga Jual

Untuk menentukan pendapatan adalah sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan

TR = Penerimaan (*Total Revenue*)

TC = Biaya Total (*Total Cost*)

Untuk menentukan R/C *ratio* adalah sebagai berikut :

$$R/C \text{ ratio} = \frac{\text{Penerimaan}}{\text{Biaya Total}}$$

Keterangan :

- 1) Apabila $R/C > 1$ maka usaha tani dikatakan efisien
- 2) Apabila $R/C = 1$ maka usaha tani dikatakan impas/belum efisien
- 3) Apabila $R/C < 1$ maka usaha tani dikatakan tidak efisien

Untuk menentukan B/C *ratio* adalah sebagai berikut :

$$B/C \text{ ratio} = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Biaya Total}}$$

Keterangan :

- 1) Apabila $B/C > 0$ maka usaha tani dikatakan menguntungkan (layak)
- 2) Apabila $B/C < 0$ maka usaha tani dikatakan mengalami kerugian (tidak layak)

Untuk menentukan BEP produksi, harga, penerimaan adalah sebagai berikut :

$$\text{BEP produksi} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Harga Jual}}$$

$$\text{BEP harga} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Jumlah Produk}}$$

$$\text{BEP penerimaan} = \frac{\text{Biaya Total}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Penerimaan}}}$$

Strategi Bauran Pemasaran Melon

Pemasaran adalah konsep sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh yang dibutuhkan serta diinginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Hal yang perlu dipersiapkan sebelum melakukan kegiatan pemasaran adalah mengenali konsumen dan mengetahui keadaan perkembangan konsep pemasaran (Nahak & Nubatonis, 2019). Alat strategi bauran pemasaran yang dikenal sebagai 4P diantaranya *product, price, place, dan promotion*.

Product

Produk adalah hasil dari sebuah proses pengolahan bahan menjadi sebuah sesuatu yang dapat diperjualbelikan serta memberikan kepuasan kepada konsumen, selain itu produk merupakan jantung dalam melakukan kegiatan pemasaran. Produk merupakan segala sesuatu berbentuk fisik maupun non fisik yang ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi konsumen sebagai pemenuhan atas kebutuhan atau masalahnya (Oscar & Megantara, 2020). Adapun jenis - jenis benih melon produk PT Tunas Agro Persada sebagai berikut :

Tabel 1. Jenis - Jenis Benih Melon Produk PT Tunas Agro Persada

Melon Berjaring (<i>Net</i>)	Melon Tidak Berjaring (<i>Not Net</i>)
Barata	Adinda
Brajan (Tavi)	Dwika
Ceria	Kinanti
Elegan	Kinasih (Tavi)
Manika	Kirani
New Elegan (Tavinis)	Legita
	New Kinanti (Tavi)

Sumber: Data Primer

Price

Harga merupakan nilai yang ditetapkan terhadap suatu produk berdasarkan akumulasi biaya proses pembuatan, selain itu harga ialah uang yang diberikan konsumen sebagai imbalan atas penawaran tertentu dan berfungsi untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler et al. (2014), harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah barang maupun jasa atau jumlah nilai konsumen dalam pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan barang atau jasa tersebut. Adapun daftar harga produk benih melon PT Tunas Agro Persada sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Harga Produk Benih Melon PT Tunas Agro Persada

No	Nama Produk	Harga		
		10 gram	15 gram	Small
1	Barata	Rp. 175.000	-	Rp. 8.000
2	Brajan	-	Rp. 175.000	Rp. 8.000
3	Ceria	Rp. 215.000	-	-
4	Elegan	Rp. 80.000	-	-
5	Manika	Rp. 118.000	-	-
6	New Elegan	Rp. 178.000	-	-
7	Adinda	Rp. 233.000	-	Rp. 25.000
8	Dwika	Rp. 278.500	-	-
9	Kinanti	-	Rp. 350.000	Rp. 25.000
10	Kinasih	-	Rp. 400.000	Rp. 25.000
11	Kirani	-	Rp. 412.500	Rp. 25.000
12	Legita	-	Rp. 244.000	Rp. 25.000
13	New Kinanti	-	Rp. 420.000	Rp. 25.000

Sumber : Analisis Data Sekunder, 2023

Place

Tempat merupakan lokasi suatu perusahaan atau produk yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan, menggunakan, dan mengakses produk yang dihasilkan. Tempat merupakan segala kegiatan penyaluran produk berupa barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen dengan berbagai metode. Tempat dalam bauran pemasaran tidak hanya mengenai tempat kegiatan produk hingga pemasaran melainkan berhubungan dengan alur distribusi produk (Mohamad & Rahim, 2021). Distribusi merupakan kegiatan untuk memperlancar dalam melakukan penyaluran barang atau jasa kepada konsumen serta mencakup aspek saluran distribusi pemasaran dan sistem pengiriman produk.

Tabel 3. Daftar Sebagian Mitra PT Tunas Agro Persada di SoloRaya

No	Kode	Nama Toko
1	** D202F2002	Alifah - Salatiga
2	** D202F2003	Lancar Sari - Emi Sayangan - Salatiga
3	** D202F2004	Pohon Waru - Musyati - Salatiga
4	** D202F2005	Tiara Tani - Salatiga
5	** D202F2006	Cahaya Tani - Risma/Robiyati - Salatiga
6	** D202F2007	Salma Ps - Salatiga
7	** D202F2008	Sumber Rezeki - Triyono - Salatiga
8	** D202F2009	Raudhoh - Bapak Aminudin - Salatiga
9	** D202F2010	Bina Tani - Salatiga
10	** D202F2011	Fifa Tani - Luthfi Makhrus - Salatiga
11	** D202F2012	TK. Subur Makmur - Tarmidi - Salatiga
12	** D202F2013	TK. Berkah - Zaenuri - Salatiga
13	** D202F2014	TK. Prima Tani - Wahyu - Salatiga
14	** D202F2016	Sutiyo - Salatiga
15	** D202I1001	Mulya Tani - Yudi Ariyadi - Karanggede
16	** D202I1002	Tani Makmur - Astuti - Jumawan
17	** D202I1003	Tani Subur - Faid Kurniawan - Boyolali
18	** D202I1004	Sumber Makmur - Wahyu - Boyolali
19	** D202I1005	Sadiya Tani - Shodiq Amirul - Boyolali

20	** D202I1008	Tk. Sahabat Tani - Agus S - Boyolali
21	** D202I1010	Tk. Tiara Tani - Arif - Boyolali
22	** D202I1013	Kios Pak Juri - Juri - Boyolali
23	** D202I2001	Rizki Tani - Siti Ngaskariyah - Klaten
24	** D202I2002	TK. Anugerah Tani - Lanjar – Klaten
25	** D202I2003	TK. Daffa Tani - Khotimul Sribit - Klaten
26	** D202I2004	TK. Agro Tani - Rudi - Juwiring
27	** D202I2006	TK. Nur Abadi - Supriyanto - Klaten
28	** D202I3001	TK. Tani Unggul Sragen - Suyanto - Sragen
29	** D202I3002	Win - Sragen
30	** D202I3003	TK. Usaha Baru - Budi - Sragen
31	** D202J1004	TK. Saung Tani - Mursid - Solo
32	** D202J2001	TK. Sumber Tani - Edi - Karanganyar
33	** D202J2002	UD Saprodi - Yuyun - Karanganyar
34	** D202J2003	TK. Subur Tani - Sugiarto - Karanganyar
35	** D202J2004	TK. Agro Buanan - Tardi - Karanganyar
36	** D202J2005	TK. Sembodo - Colis - Karanganyar
37	** D202J2006	TK. Rukun Tani - Joko - Karanganyar
38	** D202J2007	TK. Taruna Tani - Hartono - Karanganyar
39	** D202J2008	TK. Berjo Makmur Wardo - Karanganyar
40	** D202J2009	TK. Barokah - Waluyo - Tawangmangu
41	** D202J3001	TK. Dumas - Devi Dumayanti - Wonogiri

Sumber : Analisis Data Sekunder, 2023

Promotion

Promosi adalah kegiatan dalam melakukan perkembangan produk, merek, dan perusahaan yang akan mempermudah maupun memperlancar tersampainya kepada konsumen. Promosi merupakan kegiatan yang penting untuk memperkenalkan produk kepada para konsumen dengan menggunakan berbagai elemen diantaranya iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, publisitas, event sponsorship, dan penjualan langsung (Musfar, 2020). Tujuan dilakukannya promosi adalah untuk memberikan informasi mengenai suatu produk, memperoleh serta menjangkau konsumen, meningkatkan penjualan, meningkatkan unggulan, membangun branding, dan memengaruhi perilaku konsumen.

Tabel 4. Kegiatan Promosi

Kegiatan	Keterangan
FM (<i>Farmer Meeting</i>)	Kegiatan sosial yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan materi sesuai dengan keadaan atau ruang lingkup masyarakat. Kegiatan <i>farmer meeting</i> minimal dua kali setiap bulan dari masing - masing petugas lapangan
ODP (<i>One Day Promotion</i>)	Kegiatan yang dilaksanakan ketika terdapat produk baru atau <i>launching new product</i> . Tujuan dilaksanakan <i>One Day Promotion</i> yaitu memperkenalkan produk baru yang dikeluarkan oleh PT Tunas Agro Persada. <i>One Day Promotion</i> dilakukan setiap bulan minimal dua kali setiap petugas lapangan

FFD (<i>Farmer Field Day</i>)	Program yang dikeluarkan oleh PT Tunas Agro Persada dengan tujuan edukasi lahan kepada petani lokal. <i>Farmer Field Day</i> dilakukan setiap bulan minimal satu kali setiap petugas lapangan.
<i>Big Promotion</i>	Program dari PT Tunas Agro Persada dengan adanya promosi besar - besaran terhadap produk Tunas Agro. <i>Big Promotion</i> dilakukan setiap tahun minimal satu kali setiap petugas lapangan, dilaksanakan secara <i>indoor</i> maupun <i>outdoor</i>
Expo	Kegiatan hampir sama dengan one day promotion. Expo atau Pameran dilakukan satu tahun sekali
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kehidupan berbagai pemangku kepentingan atau membuat perubahan positif di lingkungan sarana yang digunakan perusahaan. PT Tunas Agro Persada melaksanakan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) setiap tahun yang dilakukan minimal di tiga lokasi berbeda
Penjualan Berhadiah	Program dari PT Tunas Agro Persada dengan memberikan hadiah berupa alat elektronik, uang tunai, dan sebagainya dengan maksud memberikan apresiasi kepada pedagang yang telah menjualkan produk PT Tunas Agro Persada. Penjualan berhadiah dilakukan tiga bulan sekali (sebelum pandemi)
<i>Marketplace</i>	PT Tunas Agro Persada menggunakan <i>marketplace</i> sebagai media bertemunya konsumen secara <i>online</i> , jenis <i>marketplace</i> yang digunakan yaitu Tokopedia
Media Sosial	Media sosial yang digunakan PT Tunas Agro Persada yaitu <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , dan <i>youtube</i> .
Media Tradisional	Kegiatan promosi secara tradisional yang dilakukan oleh PT Tunas Agro Persada yaitu dengan membagikan brosur, buku katalog, MMT atau spanduk, media cetak, dan melalui media elektronik radio.

Sumber : Analisis Data Sekunder, 2023

Analisis Usaha

Analisis usahatani adalah ilmu yang mempelajari atau membahas bagaimana cara menggunakan sumber daya yang efisien dan efektif pada suatu lahan pertanian agar diperoleh hasil dan kualitas yang maksimal. Ilmu usahatani adalah ilmu terapan yang membahas atau mempelajari bagaimana menggunakan sumber daya secara efisien dan efektif pada suatu usaha pertanian agar diperoleh hasil maksimal (Shinta, 2011). Berikut analisis usaha Budidaya Melon Kinanti 1 Hektare/Musim Tanam:

Tabel 5. Analisis Usaha

Analisis Usaha	Hasil Analisis (Rupiah)
Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>)	2.215.640
Biaya Tidak Tetap (<i>Variable Cost</i>)	136.744.000
Total Biaya Produksi (<i>Total Cost</i>)	138.959.640
Total Penerimaan	176.000.000
Pendapatan	37.040.360

Sumber : Analisis Data Sekunder, 2023

Tabel 2. Analisis kelayakan usaha

Analisis Kelayakan Usaha	Hasil Analisis
R/C Ratio (<i>Revenue Cost Ratio</i>) Biaya Tunai	1,28
R/C Ratio (<i>Revenue Cost Ratio</i>) Biaya Total	1,26
B/C Ratio (<i>Benefit Cost Ratio</i>) Biaya Tunai	0,27
B/C Ratio (<i>Benefit Cost Ratio</i>) Biaya Total	0,26
Break Event Point (BEP) Produksi	13.235 kg
Break Event Point (BEP) Harga	Rp. 9.000/kg
Break Event Point (BEP) Penerimaan	Rp. 10.000.000

Sumber : Analisis Data Sekunder, 2023

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa analisis perhitungan R/C ratio atas biaya tunai didapatkan angka sebesar 1,28 berarti sebesar Rp. 1 biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar 1,28, sedangkan atas biaya total sebesar 1,26 berarti sebesar Rp. 1 biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar 1,26. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha tani yang dilakukan dalam budidaya tanaman melon kinanti pada lahan satu hektare termasuk kedalam usaha yang efisien. Usaha dikatakan efisien karena nilai dari analisis perhitungan R/C ratio > 1, sesuai dengan asumsi analisis revenue cost ratio. Berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa analisis perhitungan B/C ratio atas biaya tunai didapatkan angka sebesar 0,27, sedangkan atas biaya total sebesar 0,26. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha tani yang dilakukan dalam budidaya tanaman melon kinanti pada lahan satu hektare termasuk kedalam usaha yang menguntungkan atau layak dijalankan. Usaha dikatakan menguntungkan atau layak karena nilai dari analisis perhitungan B/C ratio > 0, sesuai dengan asumsi analisis benefit cost ratio.

Berdasarkan perhitungan BEP unit dapat diketahui bahwa Artinya usaha tani budidaya tanaman melon kinanti pada luasan lahan satu hektare harus menjual minimal 13.235 kg buah melon agar terjadi BEP atau usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. Sementara itu, produksi tanaman buah melon yang dihasilkan pada luasan lahan satu hektare sebesar 16.000 buah melon. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tani budidaya tanaman melon kinanti menghasilkan keuntungan. Usaha budidaya tanaman melon kinanti pada luasan lahan satu hektare harus menjual dengan harga minimal Rp. 9.000/kg

agar terjadi BEP atau usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan, sementara usaha tanaman melon kinanti pada luasan lahan satu hektare menjual dengan harga Rp. 13.000/kg untuk grade A dan Rp. 8.000/kg untuk grade B, sedangkan harga rata - rata dari penjualan adalah Rp. 10.500/kg. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tani budidaya tanaman melon kinanti menghasilkan keuntungan. Usaha budidaya tanaman melon kinanti pada luasan lahan satu hektare akan mengalami break event point penerimaan ketika penerimaan penjualan hasil produk pertanian tanaman melon kinanti sebesar Rp. 10.000.000.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan PT Tunas Agro Persada dengan melakukan strategi bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, dan promotion*. Manajemen pemasaran yang dilakukan dimulai dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi (*product, price, place, dan promotion*). PT Tunas Agro Persada memiliki 13 jenis produk benih melon berjaring maupun tidak serta terdapat beberapa jenis kemasan. Tempat atau saluran distribusi yang dilakukan PT Tunas Agro Persada meliputi dua metode yaitu dari produsen langsung ke konsumen dan dari produsen melalui perantara. Hasil perhitungan analisis usahatani melon kinanti didapatkan bahwa hasil yang dijalankan mengalami keuntungan dan efisien untuk dijalankan. Diharapkan PT Tunas Agro Persada dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, lebih meningkatkan ketelitian serta lebih berhati - hati dalam melakukan budidaya melon supaya kesalahan dapat diminimalisir sehingga kualitas benih melon tetap terjaga serta menggunakan beberapa menggunakan aplikasi *e-commerce* untuk pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2021. Persentase Tenaga Kerja Informal Sektor Pertanian (Persen) 2019-2021.
- Daryono, B. S., & Maryanto, S. D. (2018). *Keanekaragaman dan potensi sumber daya genetik melon*. UGM PRESS.
- Hapsari, D. M. S. (2021). *TA: BUDIDAYA TANAMAN MELON (Cucumis melo L.) DI PT. GREAT GIANT PINEAPPLE*. Politeknik Negeri Lampung.
- Huda, A. N., Suwarno, W. B., & Maharijaya, A. (2018). Karakteristik buah melon (*Cucumis melo L.*) pada lima stadia kematangan. *Jurnal Agronomi Indonesia (Indonesian Journal of Agronomy)*, 46(3), 298–305.
- Husna, R. 2022. Dasar budidaya tanaman. Cetakan ke-1. Media Sains Indonesia, Bandung.
- Ishak, M. A., & Daryono, B. S. (2018). Kestabilan karakter fenotip melon (*Cucumis melo L.* ‘Sun Lady’) hasil budidaya di dusun Jamusan, Prambanan, DI yogyakarta. *Prosiding SNPBS (Seminar Nasional Pendidikan Biologi Dan Saintek)*, 118–125.
- Kotler, P., Armstrong, G., Adam, S., et al. 2014. *Principles of Marketing*. Cetakan ke-11. (B. Sabran, Ed.). Erlangga, Jakarta
- Kusumaningrum, S. I. (2019). Pemanfaatan sektor pertanian sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian indonesia. *Transaksi*, 11(1), 80–89.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26.
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran, Bauran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Tangerang: Media Sains Indonesia
- Nahak, M. S., & Nubatonis, A. (2019). Analisis Pemasaran Pinang Mentah di PT. Timor Mitra Niaga Desa Wederok Kecamatan Weliman Kabupaten Malaka. *AGRIMOR*, 4(3), 34–37.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Pro Mark*, 10(1).

- Purba, D. W., Thohiron, M., Surjaningsih, D. R., Sagala, D., Ramdhini, R. N., Gandasari, D., Wati, C., Purba, T., Herawati, J., & Sa'ida, I. A. (2020). *Pengantar ilmu pertanian*. Yayasan Kita Menulis.
- Shinta, A. (2011). *Ilmu Usahatani. Malang*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).