

PERSEPSI PETANI SAYURAN TERHADAP E-COMMERCE DI KOTA SAMPIT (Studi Kasus: Kecamatan Baamang & Kecamatan Ketapang)

Iqbal Triawan^{1*}), Lili Winarti²

^{1,2}Program Studi Agribisnis, Universitas Darwan Ali, Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah

*Email Korespondensi : Baletriawan2@gmail.com

Abstrak

E-Commerce telah menjadi kekuatan pendorong dalam perdagangan digital. Dalam bidang usaha pemasaran yang merambat dilingkungan pertanian, Kota sampit merupakan salah satu kota dengan potensi peluang berkembangnya perdagangan digital dengan memanfaatkan potensi produksi petani sayuran yang berada disekitaran kota sampit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik petani sayuran dan persepsi petani sayuran terhadap e-commerce, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif menggunakan metode intsrumen kuisisioner dengan jenis pengambilan sample menggunakan snowball sampling. Data analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif untuk karakteristik petani serta skala likert descriptive persentase untuk menjawab persepsi petani sayuran. Hasil yang diperoleh adalah Karakteristik petani responden didominasi berjenis kelamin laki - laki berusia antara 46 - 55 tahun dengan tingkat pendidikan adalah Sekolah dasar (SD) dan telah melakukan usaha tani antara 3 - 5 tahun dengan luas lahan paling banyak 1 Ha. Dengan penghasilan perbulan terbanyak adalah Rp. 700.000 - Rp 899.000 dan persepsi responden petani sayuran secara keseluruhan memberikan penilaian sebesar 54,2% yang berarti bahwa responden berpersepsi cukup positif pada aspek manfaat dan biaya.
Kata kunci: Persepsi Petani, E-Commerce, Likert Scale, Deskriptif Persentase.

Abstract

E-Commerce has become a driving force in digital commerce. In the field of marketing businesses that spread in the agricultural environment, Sampit City is one of the cities with potential opportunities for the development of digital trade by utilizing the production potential of vegetable farmers around the city of Sampit. This study aims to analyze the characteristics of vegetable farmers and the perceptions of vegetable farmers towards e-commerce, this research is a descriptive qualitative study using the questionnaire instrument method with the type of sampling using snowball sampling. The data analysis used is descriptive analysis technique for farmer characteristics and descriptive Likert scale percentage to answer the perception of vegetable farmers. The conclusions obtained are the characteristics of respondent farmers are dominated by male - male aged between 46 - 55 years with the level of education is elementary school (SD) and has been doing farming between 3 - 5 years with the most land area of 1 Ha. With the most monthly income is Rp. 5,000 per month. With the most monthly income is Rp. 700,000 - Rp. 899,000 and the perception of vegetable farmer respondents as a whole gives an assessment of 54.2% which means that respondents have a fairly positive perception on the aspects of benefits and costs.

Keywords: Farmers Perception, E-Commerce, Likert Scale, Descriptive Percentage.

PENDAHULUAN

Persepsi merupakan suatu proses memberi arti pada stimulus tertentu melalui proses penginderaan dan menghasilkan interpretasi individu atas stimulus yang diterimanya (Hidayat 2015; Widyastuti et al. 2016). Persepsi individu ditunjukkan oleh pandangan yang dimiliki petani mengenai inovasi berdasarkan kebutuhan dan pengalaman mereka, yang akan mempengaruhi sikap petani terhadap inovasi (Meijer et al. 2015). Van den Ban dan Hawkins (2003) menyatakan bahwa tingkat adopsi dari suatu inovasi akan bergantung kepada persepsi petani tentang karakteristik inovasi. Karakteristik inovasi meliputi keunggulan relatif, tingkat kesesuaian, tingkat kerumitan, kemudahan untuk dicoba dan kemudahan untuk diamati (Rogers 2003).

E-Commerce telah menjadi kekuatan pendorong dalam perdagangan digital. Dalam beberapa tahun mendatang, e-commerce diharapkan terus berkembang terlebih lagi dalam bidang usaha pemasaran yang merambat dilingkungan pertanian, dimana perkembangan pemasaran digital tersebut dapat menambah pendapatan masyarakat. Kota sampit merupakan salah satu kota dengan potensi peluang berkembangnya perdagangan digital dengan memanfaatkan potensi produksi petani sayuran yang berada disekitaran Kecamatan Baamang Dan Ketapang Di Kota Sampit.

Besaran hasil usaha tani hortikultura petani sayuran di Kota Sampit juga menyentuh angka 5.460 Ton dari 13 varietas sayuran hortikultura yang ditanam di wilayah Kota Sampit (kecamatan Baamang dan Mentawa Baru Ketapang) sesuai data yang telah di sensus pada BPS Pelangian/ Ketapang & BPS Baamang (BPS Kotim, 2022) Penulis mendapati bahwa petani sayuran lokal disekitaran kecamatan Baamang dan kecamatan Mentawa Baru Ketapang memiliki lajur distribusi hasil pertanian melalui pengepul, secara langsung ke pasar tradisional untuk memasarkan hasil produksinya, melihat kondisi tersebut peneliti bertujuan untuk mengetahui respon dan persepsi petani sayuran konvensional dengan penjualan menggunakan sistem E-Commerce.

METODE PENELITIAN

Penelitian telah dilaksanakan di Kota Sampit kabupaten kotawaringin Timur Kecamatan Baamang dan Kecamatan Mentawa Baru Ketapang, secara astronomis terletak di antara $112^{\circ} 7' 29''$ Bujur Timur hingga $113^{\circ} 14' 22''$ Bujur Timur dan $1^{\circ} 11' 50''$ Lintang Selatan hingga $3^{\circ} 18' 51''$ Lintang Selatan. penentuan lokasi ditentukan secara sengaja dan pertimbangan bahwa dilokasi tersebut dijumpai banyak petani sayuran yang menjadi objek penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana alat analisis deskriptif digunakan untuk mendistribusi karakteristik petani sayuran serta menggunakan likert scale descriptive percentage untuk menjawab persepsi petani sayuran di Kota Sampit. Adapun pada penelitian ini penentuan sample menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu Snowball Sampling dengan jumlah responden 60 petani sayuran, serta menggunakan instrument berupa kuisisioner berskala likert dan wawancara yang dilakukan pada sample responden,

Sangat Setuju (SS) = 4
Setuju (S) = 3
Tidak Setuju (TS) = 2
Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
Operasional Variabel

Tabel 1 Operasional Variable Dalam Penelitian

| Variable | Konsep Variable | Indicator | Skala Pengukuran |
|----------------------|--|---|--|
| Karakteristik Petani | Karakteristik Petani yang dimaksud adalah karakter demografi | 1. Umur 2. Jenis kelamin 3. Pendidikan terakhir 4. Pengalaman bertani 5. Luas lahan 6. Penghasilan | Ratio Nominal Nominal Ratio Nominal Ratio |
| Persepsi | Dimana individu Mengorganisasikan dan memberikan kesan – kesan indera dapat memberi arti terhadap suatu proyek | 1. Aspek kemudahan 2. Aspek Manfaat 3. Aspek Kepercayaan 4. Aspek Biaya | Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal |

Sumber: Data Primer, 2023

$$\text{Skor} = T \times P_n$$

Keterangan:

T = Jumlah responden yang memilih

P_n = Pilihan skor

Analisis deskriptif yang digunakan adalah analisis deskriptif persentase

Kriteria pengukuran Persepsi

Menurut Azwar (2010) pengukuran persepsi dapat dilakukan dengan menggunakan skala likert, dengan kategori Pernyataan positif atau pernyataan negative. Persepsi positif adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan serta tanggapan yang selaras dengan objek yang dipersepsikannya. Dalam penelitian ini, persepsi dikatakan positif apabila skor persentase $\geq 50\%$ atau $\geq T$ mean. Persepsi negatif adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan serta tanggapan yang

tidak selaras dengan objek yang diperhatikannya, Dalam penelitian ini, persepsi dikatakan negatif apabila skor persentase <50% atau < T mean.

$$\text{Tingkat Persepsi Petani} = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data} \times 100\%}{\text{Jumlah Skor Ideal (Tertinggi)}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Karakteristik

Tabel 2. Karakteristik Responden

| Karakteristik | Petani Sayuran | |
|---------------------------|----------------|----------------|
| | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
| Umur | | |
| 15 – 35 Thn | 3 | 5.0 |
| 36 – 45 Thn | 14 | 23.3 |
| 46 – 55 Thn | 24 | 40.0 |
| 56 – 64 Thn | 19 | 31.7 |
| Jenis Kelamin | | |
| Laki - Laki | 53 | 88.3 |
| Perempuan | 7 | 11.7 |
| Pendidikan | | |
| TDK SKOLAH | 7 | 11.7 |
| SD | 45 | 75.0 |
| SMP | 5 | 8.3 |
| SMA | 3 | 5.0 |
| Pengalaman Bertani | | |
| 0.5 – 2 Thn | 11 | 18.3 |
| 3 – 5 Thn | 41 | 68.3 |
| 6 – 10 Thn | 8 | 13.3 |
| Luas Lahan | | |
| 0.5 Ha | 17 | 28.3 |
| 1 Ha | 28 | 46.7 |
| 2 Ha | 12 | 20.0 |
| 3 Ha | 3 | 5.0 |
| Penghasilan | | |
| Rp. 500.000 – 699.000 | 12 | 20.0 |
| Rp. 700.000 – 899.000 | 22 | 36.7 |
| Rp. 900.000 – 1.199.000 | 21 | 35.0 |
| Rp. 1.200.000 – 1.700.000 | 5 | 8.3 |

Sumber: Data Primer 2023

Pembahasan Karakteristik

Hasil analisis data dari tabel 2 menunjukkan distribusi dan pembahasan dari para responden berdasarkan beberapa variabel. Dalam penelitian ini, mayoritas petani yang menjadi responden memiliki rentang usia 46-55 tahun. Usia yang semakin tua cenderung membuat seseorang lebih sensitif dan berhati-hati dalam pengambilan keputusan, yang pada gilirannya dapat menjadi hambatan dalam reseptor biologi dalam menghadapi adaptasi dan inovasi di bidang pertanian. Usia juga berpengaruh terhadap kemampuan adaptasi responden dalam menerima inovasi terbaru dalam sektor pertanian, seperti yang diungkapkan oleh Baking dan Manning dalam Hermaya Rukka (2013).

Selanjutnya, dalam sampel petani responden terdapat perbedaan jenis kelamin, dimana persentase petani laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan petani wanita, dengan perbandingan 88% dan 12% secara berturut-turut. Hal ini menunjukkan bahwa petani laki-laki lebih aktif dalam mengelola usaha tani sayuran dengan pemahaman dan pengetahuan tentang E-Commerce yang mereka miliki. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Nai Li (2007) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri menjadi faktor penghambat bagi perempuan untuk lebih berpartisipasi dalam penggunaan internet. Perempuan cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, khususnya dalam hal teknologi.

Selain itu, tingkat pendidikan formal petani juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan mereka dalam merespons inovasi. Tingkat pendidikan, baik formal maupun non formal, sangat mempengaruhi penerapan ide-ide baru, dan pendidikan yang lebih tinggi dapat memudahkan petani dalam menerima teknologi dan inovasi. Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh sebagian besar responden adalah pendidikan sekolah dasar (SD),

Dalam konteks pengalaman bertani, petani yang memiliki pengalaman lebih lama cenderung lebih selektif dalam menerima inovasi, seperti yang ditunjukkan oleh hasil analisis data pada kuisioner. Mayoritas responden memiliki pengalaman bertani selama 3-5 tahun, yang dapat menjelaskan mengapa penerimaan terhadap E-Commerce terlihat kurang signifikan. Faktor adaptasi dan selektif petani dalam mengadopsi hal-hal baru atau inovasi baru menjadi penyebabnya, seperti yang ditemukan oleh Kusniadi (2015).

Selanjutnya, terdapat korelasi antara luas lahan yang dimiliki oleh responden dengan jenis pertanian yang mereka lakukan. Mayoritas petani memiliki lahan dengan luasan kurang dari 1 hektar, karena mayoritas responden adalah petani sayuran konvensional rumah tangga pertanian. Tingkat pendapatan juga berhubungan erat dengan luas lahan yang dimiliki. Rata-rata pendapatan dominan responden berkisar antara Rp. 700.000 - 899.000 per bulan.

Dalam keseluruhan penelitian ini, variabel usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, luas lahan, dan pendapatan, semuanya berperan dalam mempengaruhi cara petani merespons dan mengadopsi inovasi, khususnya dalam

penggunaan E-Commerce di bidang pertanian. Pengenalan teknologi baru dan inovasi perlu mempertimbangkan faktor-faktor ini untuk meningkatkan penerimaan dan efektivitasnya di kalangan petani.

Tabel 3. Tabel Uji Korelasi Karakteristik Terhadap Persepsi

| Karakteristik | Uji Spearman's rho | |
|---------------|--------------------|-------|
| | Value | Sig |
| Pendidikan | 0.372** | 0.003 |
| Luas Lahan | 0.417** | 0.001 |

Sumber: data primer 2023

Pada Tabel 3. Diketahui penelitian ini di uji dengan korelasi spearman untuk melihat apakah ada hubungan antara karakteritik petani dan persepsi, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pada atribut karakteristik pendidikan dan luas lahan terhadap persepsi nilai sig = 0,003, pada karakteristik pendidikan dengan korelasi searah berkekuatan Cukup Berhubungan. Lalu pada karakteristik luas lahan dengan nilai sig = 0,001 dengan tingkat koefisien korelasi cukup berhubungan juga dengan kategori hubungan searah. Dalam konteks ini, dapat diakui bahwa pengetahuan dan tingkat pendidikan memainkan peran yang krusial dalam menentukan persepsi. Hubungan searah yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin baik tanggapan mereka terhadap adaptasi dan penerimaan inovasi. Demikian pula, hubungan searah lainnya menunjukkan bahwa semakin luas lahan yang dimiliki oleh petani sayuran, semakin besar kemungkinan mereka akan menerima e-commerce sebagai sarana pemasaran.

Hasil Persepsi Petani Terhadap E-Commerce

Tabel 4. Distribusi Persentasi & Interpretasi Persepsi

| Kuisisioner | Skor/ skor ideal | Persentase (%) | interpretasi | Mean |
|------------------|------------------|----------------|--------------|------|
| Kemudahan | | | | |
| X1 | 137 | 57 | Positif | 49% |
| X2 | 141 | 59 | Positif | |
| X3 | 102 | 43 | Negative | |
| X4 | 106 | 44 | Negative | |
| X5 | 111 | 46 | Negative | |
| X6 | 115 | 48 | Negative | |
| Total | 712/ 1.440 | | | |
| Manfaat | | | | |
| X1 | 147 | 61 | Positif | 69% |
| X2 | 188 | 78 | Positif | |

| | | | | |
|-------------|---------|----|----------|-----|
| X3 | 164 | 68 | Positif | |
| Total | 499/720 | | | |
| Kepercayaan | | | | |
| X1 | 144 | 60 | Positif | 49% |
| X2 | 129 | 54 | positif | |
| X3 | 81 | 34 | Negative | |
| Total | 354/720 | | | |
| Biaya | | | | |
| X1 | 112 | 47 | Negative | 54% |
| X2 | 163 | 68 | Positif | |
| X3 | 112 | 47 | Negative | |
| Total | 387/720 | | | |

Sumber: Data Primer 2023

Pada tabel 4. Dijelaskan bahwa analisa data melalui atribut skor dan persentase didapati bahwa responden petani sayuran berpersepsi positif terhadap aspek Manfaat dan aspek Biaya sedangkan untuk Aspek kemudahan dan Kepercayaan petani berpersepsi negative

$$\text{Tingkat Persepsi Petani Sayuran} = \frac{1952}{3.600} \times 100\% = 54,2\%$$

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diketahui bahwa angka indeks tingkat persepsi petani sayuran terhadap E- Commerce Di Kota Sampit (Kecamatan Baamang dan Ketapang) Kabupaten kabupaten kotawaringin timur adalah sebesar 54,2% dan tergolong baik atau positif. Hasil wawancara mendalam kepada petani menunjukkan aspek yang menyebabkan persepsi petani positif terhadap E- Commerce diantaranya yaitu dari segi aspek Manfaat, dan aspek biaya, dengan besaran persentase 69% menerima dan aspek biaya 54% sedangkan untuk aspek kemudahan dan kepercayaan pemakaian E- Commerce petani berpersepsi negative.

Pembahasan Persepsi Terhadap Aspek E-Commerce

1. Manfaat

Nambisan (2017) menyatakan bahwa terdapat empat manfaat e-commerce untuk sektor pertanian yaitu mengurangi biaya transaksi, intermediasi, penyedia infrastruktur bagi perusahaan, dan untuk memperluas proses bisnis internal. Hal ini berkaitan erat dengan persepsi petani sayuran yang cenderung mengarah ke arah persepsi positif dengan besaran interpretasi sebesar 69% yang dimana penarikan kesimpulan dilakukan pada petani dan diketahui bahwa persepsi E-Commerce terhadap aspek manfaat dirasa oleh petani dapat memberi intermediasi dan infastruktur baru dalam segi pemasaran.

2. Biaya

Pada hasil analisis diatas diketahui persepsi petani sayuran mengarah kearah persepsi positif terhadap E-Commerce dalam aspek biaya dengan besaran interpretasi 54%. Penarikan kesimpulan dilakukan pada petani dimana petani berpendapat bahwa

kehadiran E-Commerce benar adanya dapat membantu tingkat penjualan usaha tani dan menambah jumlah pendapatan petani di era modern atau pada tahun tahun mendatang. Hal ini juga dijelaskan oleh (Maulana et al, 2015) penggunaan E-Commerce tentunya dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara online dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ketoko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab – bab sebelumnya pada penelitian ini maka penelitian tentang persepsi petani sayuran terhadap E – Commerce di kota sampit (kecamatan: Baamang & ketapang) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik petani responden diketahui paling banyak berjenis kelamin laki – laki berusia antara 46 – 55 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir adalah SD dan telah melakukan usaha tani antara 3 – 5 tahun dengan luas lahan paling banyak 1 Ha. Dengan penghasilan perbulan terbanyak adalah Rp. 700.000 – Rp 899.000
2. Berdasarkan analisis sikap responden secara keseluruhan memberikan penilaian sebesar 54,2% yang berarti bahwa responden berpresepsi cukup positif selaras dengan responden menerima terhadap E – Commerce dalam aspek Manfaat dan biaya

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Ibu Lili Winarti, SP., MP. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan pengetahuan kepada penyusun.
2. Seluruh dosen Universitas Darwan Ali Sampit, terimakasih atas ilmu, yang bapak/ibu berikan,
3. Seluruh staff tata usaha dan Administrasi Universitas Darwan Ali serta semua pihak yang telah membantu dari awal penulis masuk di Universitas Darwan Ali sampai dengan lulus
4. Para responder petani sayuran, serta para petugas yang bekerja di Bagian Badan Penyuluh Pertanian.

REFERENSI

- Iskandar, E., dan H. Nurtilawati. 2019. “Persepsi Petani dan Penerapan Teknologi Pengelolaan Tanaman Terpadu di Desa Sukaesmi Kabupaten Bogor”. *Jurnal Agribisnis Terpadu*.
- Maulana, T. M., & Nasir, N. 2021. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 368-384.
- Erwandri, E., Harimurti, S., Rusnani, R., & Enita, E. 2020. Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian di Kelurahan Teratai Kabupaten Batang Hari. *Jurnal Abdimas ADPI Sains dan Teknologi*, 1(1), 12-16.

- Hidayat HNA. 2015. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi konsumen. *Jurnal Investasi Fakultas Ekonomi Unwir*. 1(1): 19-23.
- Ritonga, M. F. A., & MEDAN, P. P. P. 2019. Persepsi Petani dalam Penerapan Sistem Pertanian Organik pada Budidaya Kakao (*Theobroma cacao* L.) di Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat. *Jurnal Polbangtan Medan*.
- Pembangunan, M., & Margono, D. K. P. D. H. Van Den Ban dan Hawkins. 1999. Penyuluhan Pertanian. Agnes Dwina Herdiastuti (Pent). Judul Asli: *Agricultural Extention*. Kanisius. Jogjakarta
- Padmo, S. 2000. *Media Penyuluhan Pertanian dan komunikasi*. Departemen Pertanian. Jakarta.