

ANALISIS PEMASARAN KARET SISTEM LELANG DI KECAMATAN GUNUNG TOAR DAN KUANTAN MUDIK KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Lita Arfah*, Marro'aini, Dian Martha Darman
STAI Al-Kifayah Riau
Email korespondensi: litaarfah25@gmail.com

Abstrak: Petani turut dilibatkan dalam pemasaran karet dari petani ke pabrik di Kabupaten Kuantan Singingi melalui pedagang pengumpul dan pedagang besar. Pemasaran yang dilakukan oleh petani sebelumnya menggunakan pemasaran konvensional dengan cara langsung menjual ke pedagang pengumpul. Banyak pihak yang terlibat dalam sistem pasar ini, petani relatif dirugikan dalam pemasaran ini karena harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul. Pemasaran karet melalui sistem lelang di Kabupaten Gunung Toar telah berlangsung sejak tahun 2016 hingga saat ini. Keberhasilan kabupaten Gunung Toar dalam mempertahankan pemasaran sistem lelang ini diikuti oleh kabupaten lainnya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemasaran karet dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi petani dalam pemasaran karet melalui sistem lelang. Pada penelitian ini diambil populasi petani yang telah menggunakan pemasaran karet dengan sistem lelang di wilayah Gunung Toar dan Kuantan Mudik. Total sampel sistem lelang menurut rumus Slovin adalah 146 petani. Metode survey digunakan dalam penelitian untuk menganalisis data yang dibutuhkan dan penggunaan data sekunder maupun primer untuk mengolah data. Teknik yang digunakan untuk menguji analisis kuantitatif menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) untuk menguji hipotesis yang diajukan dan mencapai tujuan menganalisis faktor yang mempengaruhi penerapan sistem pemasaran lelang oleh petani. Faktor yang paling mempengaruhi petani dalam pemasaran sistem lelang berdasarkan hasil analisis adalah karakteristik petani, persepsi petani terhadap ciri inovasi.

Kata kunci: Sistem pemasaran, sistem lelang

Abstract: using conventional marketing by selling directly to collectors. Many parties involved in this market system, including farmers, are relatively disadvantaged because the price is set by the collectors. Rubber marketing through an auction system in Gunung Toar Regency has been going on since 2016 until now. The success of Gunung Toar district in maintaining the auction system for marketing was followed by other districts. The purpose of this study was to analyze rubber marketing and identify factors that influence farmers' decisions to market rubber through an auction system. In this study, the population of farmers who had used rubber marketing with an auction system was taken in the Gunung Toar and Kuantan Mudik areas. The total sample of the auction system, according to the Slovin formula, is 146 farmers. The survey method is used in research to analyze the required data and use secondary and primary data to process the data. The technique used to test the quantitative analysis uses SEM (structural equation modeling) to test the proposed hypotheses and achieve the objective of analyzing the factors that influence the implementation of the auction marketing system. Based on the results of the analysis, the factors that most influence farmers in marketing the auction system are the characteristics of farmers and farmers' perceptions of the characteristics of innovation. Their characteristics and their perceptions of the characteristics of innovation. Adopting auction system marketing are the characteristics of farmers, farmers' perceptions of the characteristics of innovation.

Keywords: Marketing system, auction system

PENDAHULUAN

Provinsi Riau merupakan daerah yang mempunyai potensi di bidang pertanian dan jika dibandingkan dengan sektor lainnya lingkungan pertanian dan memberikan sumbangan paling

besar untuk devisa negara¹. Subsektor perkebunan salah satu sektor pertanian memberikan kontribusi terhadap daerah memiliki beberapa komoditi ekspor seperti karet, kelapa sawit, kelapa, dan aneka tanaman perkebunan lainnya. Kelapa sawit dan karet adalah tanaman perdagangan yang sangat potensial di Provinsi Riau khususnya Kabupaten Kuantan Singingi².

Peningkatan produksi karet seringkali diikuti dengan penurunan harga karena (1) struktur pasar yang tidak seimbang atau bentuk pasar produsen yang oligopsoni, yaitu H. pembeli sedikit dan akibatnya penjual banyak, negosiasi dengan petani Kekuatan selalu dalam posisi lemah, (2) harga tidak adil karena klasifikasi mutu produk karet tidak jelas, (3) lama pemasaran saluran, (4) Kondisi infrastruktur dan sarana transportasi masih mendukung, misalnya jalur produksi tidak jauh dari lokasi produksi (5) jarak ke pabrik yang jauh³.

Pemasaran karet yang selama ini dilakukan oleh petani adalah sistem pemasaran secara konvensional atau menjual langsung ke pedagang dan harga di tentukan oleh pedagang tersebut. Sistem pemasaran secara konvensional di Kuantan Singingi yaitu pengumpulan karet dari petani ke tauke/pedagang selanjutnya pengumpul akan memasarkan langsung ke pabrik sehingga rantai pemasarannya lebih panjang. Adanya sistem pemasaran konvensional merugikan pihak petani karena petani tidak mengetahui harga pasaran dan hanya mengikuti harga dari pedagang pengumpul. Pada penentuan harga, petani menghadapi posisi tawar yang lemah dalam penerapan harga komoditi karet. Mengatasi masalah tersebut maka penyuluh dan kelompok tani melakukan inovasi melalui perbaikan sistem pemasaran dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran sistem lelang dengan adanya bantuan kelembagaan pasar lelang.

Keuntungan yang didapatkan petani dengan mengikuti pemasaran sistem lelang adalah mendapatkan harga yang lebih tinggi dibandingkan menjual ke pedagang pengumpul. Proses yang dilakukan dengan sistem terbuka dan kompetitif hingga petani memperoleh harga tertinggi., dengan adanya pemasaran yang terbuka maka pembeli bisa memeriksa kualitas karet tersebut secara detail sebelum pembayaran dilakukan sehingga sehingga sistem ini menguntungkan kedua belah pihak⁴. Dengan kehadiran pasar lelang, yang proses pengembangannya dikawal oleh Badan Pengawas Berjangka Komoditi (Bappebti), pembangunan pertanian mendapat sentuhan baru yang bersifat strategis. Para petani dipertemukan langsung dengan pasar, yang mekanismenya sudah diatur sedemikian rupa, sehingga menciptakan harga yang wajar dan fair. Pasar juga memberikan jalan keluar bagi masalah klasik yang selalu menimpa petani, yaitu harga jatuh saat musim panen.

Pemasaran karet melalui sistem lelang di Kabupaten Gunung Toar berlangsung sejak tahun 2016 hingga sekarang. Keberhasilan Kecamatan Gunung Toar mempertahankan pemasaran sistem lelang hingga saat ini diikuti juga oleh Kecamatan lain, salah satunya Kecamatan Kuantan Mudik. Berbagai manfaat yang diperoleh petani melalui sistem lelang, salah satunya harga karet pada pemasaran sistem lelang lebih tinggi daripada pemasaran sistem konvensional. Namun tidak semua petani karet di Kuantan Singingi menggunakan sistem lelang, sebagian besar petani masih menggunakan sistem konvensional.

¹ Dinas Perkebunan Provinsi Riau, 'Sinkronisasi Data Statistik Perkebunan Angka Tetap 2022', *Disbun Riau*, 2022 <<https://disbun.riau.go.id/>> [accessed 11 May 2023].

² Kominfoss Kuansing, 'PERKEBUNAN', *Kuansing.Go.Id*, 2023 <<https://kuansing.go.id/>> [accessed 12 May 2023].

³ Nurmas Qulatul Khoiriah and Siswahyudianto Siswahyudianto, 'Strategi Pemasaran Karet Sistem Lelang Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Petani Karet', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), 117–29 <<https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.9>>.

⁴ Dina Kurniati, Evy Maharani, and Susy Edwina, 'Analisis Pemasaran Karet Sistem Lelang Di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi', *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17.3 (2021), 47–58 <<https://doi.org/10.20956/jsep.v17i3.18099>>.

Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pemasaran menurut Rogers⁵, yaitu: karakteristik petani (X1), persepsi petani terhadap ciri inovasi (X2) dan faktor lingkungan (faktor yang mempengaruhi petani selain dari karakteristik petani dan karakteristik inovasi) yaitu, persepsi petani terhadap penyuluhan (X3), dukungan iklim usaha (X4) dan persepsi petani terhadap pengaruh media dan informasi (X5) terhadap adopsi pemasaran karet sistem lelang (Y).

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah yang akan di teliti adalah :

1. Apakah karakteristik petani berpengaruh terhadap pemasaran karet sistem lelang?
2. Apakah Persepsi petani terhadap ciri inovasi pemasaran karet berpengaruh terhadap pemasaran karet sistem lelang?
3. Apakah Persepsi petani terhadap penyuluhan berpengaruh terhadap pemasaran karet sistem lelang?
4. Apakah dukungan iklim usaha berpengaruh terhadap pemasaran karet sistem lelang?
5. Apakah persepsi petani karet pengaruh media dan informasi berpengaruh terhadap pemasaran karet sistem lelang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis karakteristik petani terhadap pemasaran karet sistem lelang?
2. Untuk menganalisis Persepsi petani terhadap ciri inovasi pemasaran karet terhadap pemasaran karet sistem lelang?
3. Untuk menganalisis Persepsi petani terhadap penyuluhan terhadap pemasaran karet sistem lelang?
4. Untuk menganalisis dukungan iklim usaha terhadap pemasaran karet sistem lelang?
5. Untuk menganalisis persepsi petani terhadap media/informasi berpengaruh terhadap pemasaran karet sistem lelang?

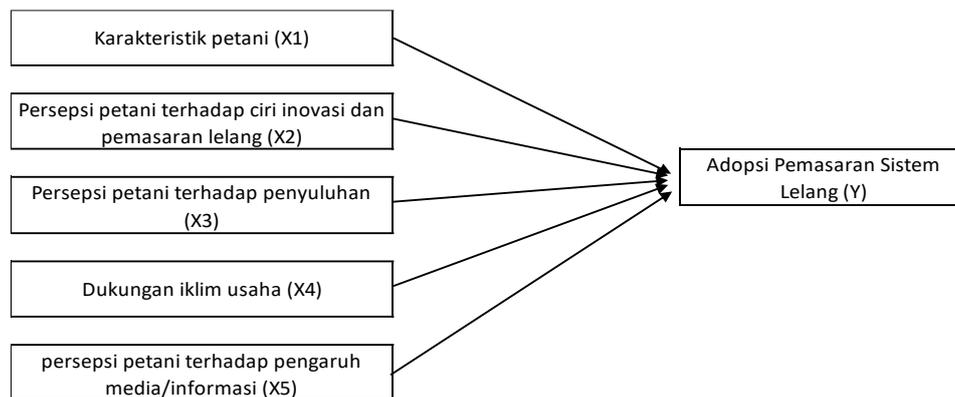
METODE PENELITIAN

Penelitian untuk menganalisis faktor yang paling berpengaruh terhadap adopsi pemasaran karet sistem lelang ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survey, sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh terdiri dari data primer yang meliputi karakteristik responden, persepsi petani tentang ciri inovasi, dukungan iklim usaha, persepsi terhadap penyuluhan dan persepsi petani terhadap pengaruh media/informasi.

Dalam memperoleh data primer menggunakan kuisioner yang langsung ditanyakan oleh peneliti kepada petani sebagai responden yang menggunakan pemasaran karet sistem lelang maupun konvensional maupun responden mengisi sendiri pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti. Data sekunder meliputi informasi keadaan umum tempat penelitian dari instansi terkait dan studi literatur. Pengumpulan data sekunder didasarkan pada data yang tersedia di Dinas Perkebunan Kabupaten Kuantan Singingi, BPP di Kecamatan Gunung Toar dan Kuantan Mudik dan Badan Pusat Statistik Provinsi (BPS) Riau dan BPS Kuantan Singingi.

⁵ Ismail Sahin, 'Detailed Review of Rogers' Diffusion of Innovations Theory and Educational Technology-Related Studies Based on Rogers' Theory', *ERIC*, 5.2 (2006), 50–64
<<https://www.proquest.com/openview/1bb9b3b3787cd3eb633a0d2a9f1a397/1?pq-origsite=gscholar&cbl=36482>>.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah petani karet yang menggunakan pemasaran sistem lelang di kedua Kecamatan (Gunung Toar dan Kuantan Mudik). Jumlah seluruh sampel sistem lelang menurut Rumus slovin adalah 146 petani. Jumlah ini berarti telah memenuhi syarat untuk dapat estimasi modal dengan menggunakan Maximum Likelihood⁶. Gambar 1 berikut adalah Diagram jalur dalam Penelitian pemasaran sistem lelang



Gambar 1. Diagram Jalur Penelitian

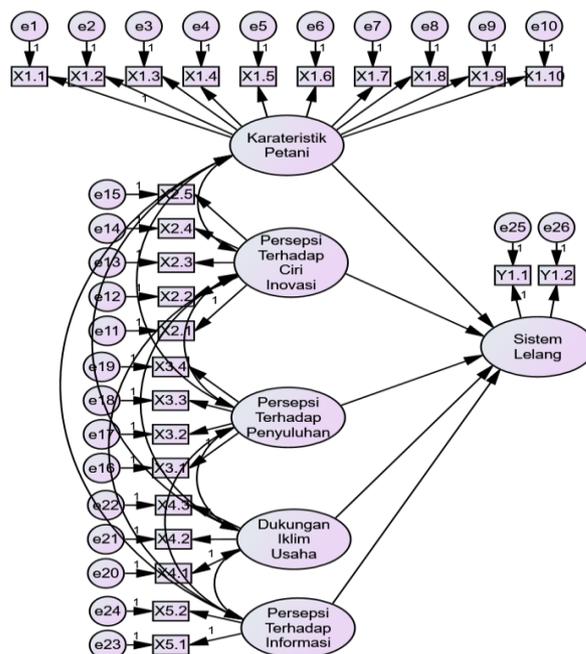
Diagram Jalur tersebut menggambarkan hubungan antara variabel eksogen yakni karakteristik petani, persepsi petani terhadap ciri inovasi pemasaran lelang, persepsi petani terhadap penyuluhan, dukungan iklim usaha dan persepsi petani terhadap pengaruh media informasi dan variabel endogen Adopsi pemasaran Karet sistem lelang.

Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu :

- Hipotesis 1: Karakteristik petani (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)
- Hipotesis 2: Persepsi petani terhadap ciri inovasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)
- Hipotesis 3: Persepsi petani terhadap penyuluhan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)
- Hipotesis 4: Dukungan iklim usaha (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)
- Hipotesis 5: Persepsi petani terhadap media informasi(X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)

⁶ Singgih Santoso, *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan AMOS 24*, 1st edn (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2018).

Path diagram sistem lelang yang akan menjadi perancangan penelitian adalah seperti gambar 2:



Gambar 2. Path Diagram pemasaran sistem lelang

Indikator variabel, definisi operasional dan sub variabel, pengukuran dan kategori pada penelitian ini berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi Adopsi Inovasi Menurut Teori Rogers tentang adopsi inovasi pemasaran⁷ bisa diamati pada tabel ini :

No	Variabel	Indikator
1	Karakteristik petani (X1)	1. Umur (X1.1)
		2. Pendidikan (X1.2)
		3. Luas lahan (X1.3)
		4. Lama berusahatani (X1.4)
		5. Tingkat pendapatan (X1.5)
		6. Jumlah tanggungan (X1.6)
		7. Tingkat kekosmopolitan (X1.7)
		8. Keberanian mengambil resiko (X1.8)
		9 motivasi mengikuti sistem lelang/konvensional (X1.9)
		10. sikap terhadap perubahan (X1.10)
2	Persepsi petani terhadap ciri inovasi dan pemasaran sistem konvensional(X2)	1.Keuntungan relatif (X2.1)
		2. Kesesuaian (X2.2)
		3. Kerumitan (X2.3)
		4. Kemungkinan untuk di coba (X2.4)
		5. Mudah diamati (X2.5)
3		1. Ketepatan metode penyuluhan (X3.1)

⁷ E. M Rogers, *Diffusion of Innovations*, Fifth Edit (New York: Free Press, 2003).

	Persepsi petani terhadap penyuluhan (X3)	2. Kesesuaian materi penyuluhan (X3.2)
		3. kesesuaian model penyuluhan (X3.3)
		4. Kompetensi Penyuluh (X3.4)
4	Dukungan iklim usaha (X4)	1. Ketersediaan sarana produksi dan pemasaran (X4.1)
		2. Ketersediaan kredit usaha (X4.2)
		3. Peranan pemerintah dalam meningkatkan daya saing bokar (X4.3)
5	persepsi petani terhadap pengaruh media/informasi (X5)	1. Media Massa (X5.1)
		3. Interpersonal (X5.2)
6	Adopsi sistem lelang (Y)	1. Tingkat adaptasi (Y1.1)
		2. Tingkat keberlanjutan adopsi (Y1.2)

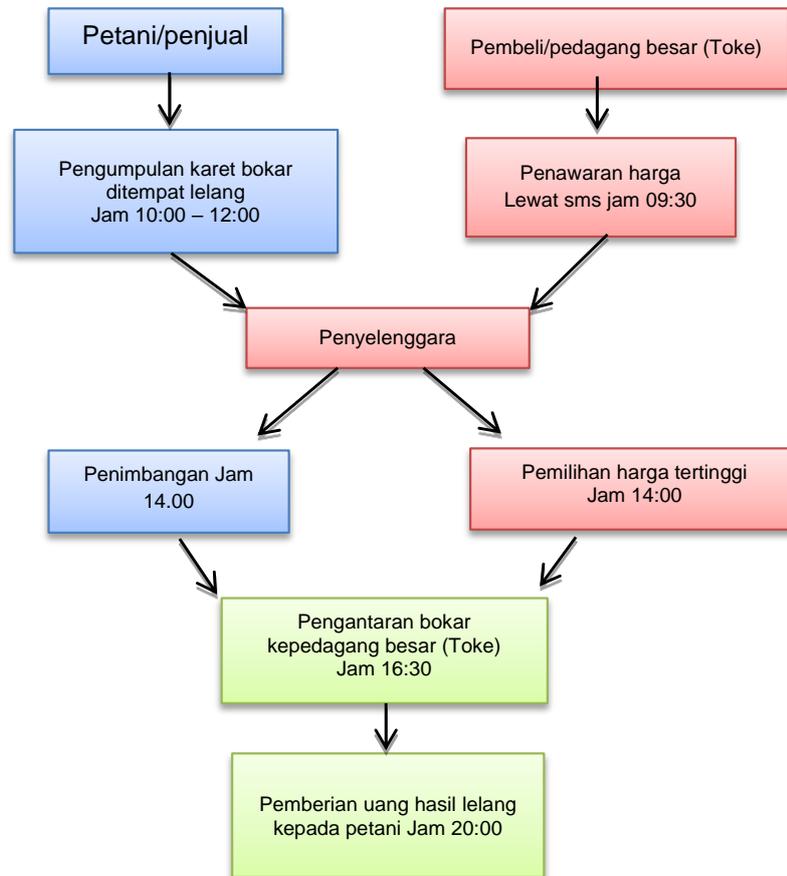
Sumber: Rogers (2003)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Pemasaran Karet Sistem Lelang di Kabupaten Kuantan Singingi

Upaya pemerintah dalam hal peningkatan kualitas hasil perkebunan karet di Kabupaten Kuantan Singingi adalah dengan menerapkan aturan yang harus dipenuhi oleh petani, baik petani kecil maupun petani besar agar ketika dalam kegiatan pemasaran karet tidak terjadi perselisihan antara pedagang kecil dengan pedagang besar. Petani dan pedagang yang ingin mengikuti pasar lelang tersebut harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh pengurus kelembagaan pasar lelang karet.

Pasar lelang di Kabupaten Kuantan singingi memiliki mekanisme pasar lelang tertutup sejak tahun 2016. Pedagang yang mengikuti pemasaran sistem lelang tidak melakukan kegiatan bertemu langsung dengan calon pembeli. Kegiatan ini diatur dan dikelola oleh panitia pemasaran sistem lelang. Dalam pemasaran sistem lelang ini ada biaya yang harus dibayar oleh petani karet. Biaya tersebut antara lain Rp. 100.000/mobil untuk pengangkutan karet dari pasar lelang sampai ke pedagang besar (pembeli). Uang untuk transportasi ini diambil 1% dari harga petani karet. Selain itu ada biaya lainnya yang juga dikeluarkan oleh petani karet adalah biaya potongan untuk kelompok sebesar 1% dan biaya tersebut telah dimusyawarahkan antara antara peserta lelang dan anggota kelompok pengurus pasar lelang.

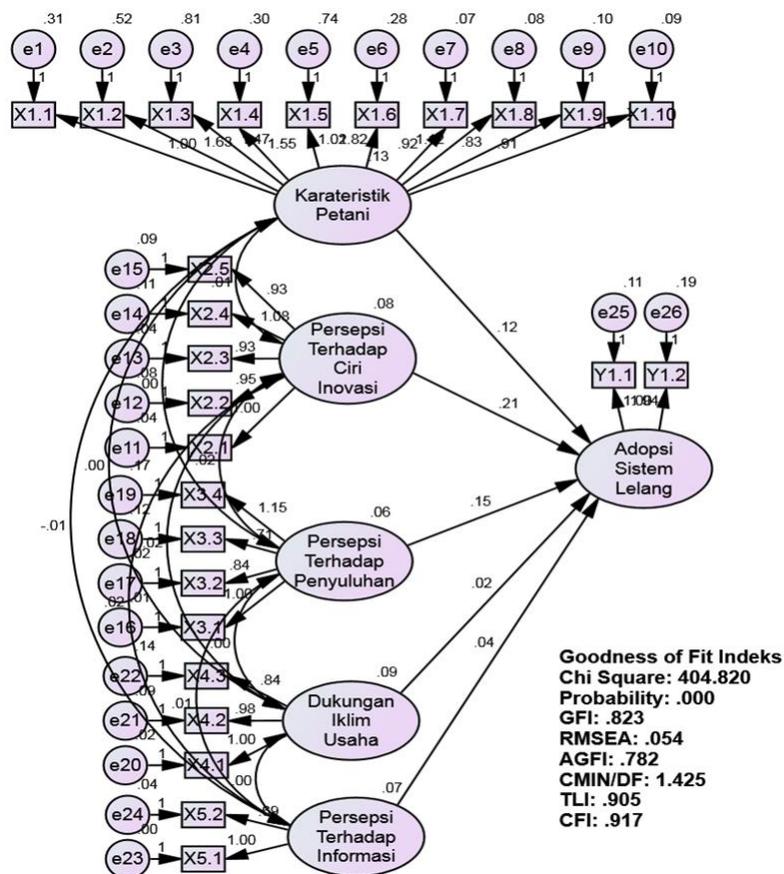


Gambar 3.1. Mekanisme Pasar Lelang

Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) dengan model persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan AMOS 24.0. Analisis hasil penelitian dengan yang memiliki daya prediksi variabel observasional baik pada level individu maupun level konstruk. dilihat dari critical ratio (CR)⁸. Variabel laten (construct) penelitian ini terdiri dari karakteristik petani, persepsi petani tentang adanya ciri inovasi, dukungan iklim usaha petani, persepsi terhadap penyuluhan dan persepsi petani terhadap pengaruh media dan informasi. Indikator kecocokan model ditentukan dengan menggunakan model persamaan struktural AMOS. Struktural AMOS digunakan dalam menentukan indikator model yang cocok. Berdasarkan teori bobot regresi dengan nilai absolut yakni minimal 2,0 digunakan dalam setiap pengujian hipotesis yang menggunakan nilai critical ratio (CR). Hal ini dilakukan agar menguji indikator apakah sudah sesuai model yang diusulkan pada penelitian. Berikut gambar model pengembangan struktur berdasarkan hipotesis yang telah diajukan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.2 untuk menjelaskan hasil tujuan penelitian yang akan diperoleh.

⁸ Irawan Wingdes, 'Pemanfaatan SEM PLS Untuk Penelitian', *Sindimas 2019*, 2019, 1–9.



Gambar 3.2 Pengembangan Model Hipotesis

Gambar 3.2 melalui panah yang menunjukkan 2 arah maka bisa dilihat bahwa variabel eksogen yang ditunjukkan pada gambar terhubung dengan variabel lainnya. Berdasarkan analisis, nilai antara 0 sampai 1 adalah nilai korelasi yang disarankan⁹, nilai korelasi yang lemah bernilai 0,5 maka bisa disimpulkan korelasi antara indikator dan faktor yang berkaitan rendah dan demikian sebaliknya jika nilai korelasi diatas 0,5 maka dikatakan nilai korelasi kuat dan ada pengaruh antar indikator.. Koefisien korelasi yang terlalu tinggi yaitu di atas 0.9 sangat tidak disarankan karena mengindikasikan terjadinya multikolinieritas antara variabel¹⁰.

Masing-masing variabel memiliki hubungan karena dari hasil analisis menggunakan confirmatory factor analysis konstruk eksogen pemasaran sistem lelang, pada variabel tidak terdapat multikolinieritas dan nilai variabel eksogen tersebut disarankan memiliki nilai diatas nol. Pada pemasaran sistem lelang, persepsi petani terhadap ciri inovasi merupakan variabel yang paling kuat pengaruhnya dalam adopsi inovasi sistem lelang. Selanjutnya adalah persepsi terhadap informasi, persepsi terhadap penyuluhan dan dukungan iklim usaha adalah variabel yang menentukan petani dalam memilih mengadopsi sistem lelang.

Hasil analisis menggunakan SEM maka diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi petani dalam menggunakan pemasaran sistem lelang. Variabel yang memiliki nilai probabilitas > 0,05 dan koefisien regresi bernilai positif yang dikatakan memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Apabila nilainya semakin kecil nilainya maka dapat

⁹ Santoso.

¹⁰ Lenni Khotimah Harahap, 'Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)', *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 2018, 1.

dinyatakan faktor tersebut memiliki hubungan yang dimiliki semakin signifikan¹¹. Hal ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis menggunakan SEM pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis	Estimate	P	Hasil
1	Karakteristik petani sistem lelang (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)	0.134	0.044	Signifikan
2	Persepsi petani lelang terhadap ciri inovasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)	0.229	0.011	Signifikan
3	Persepsi petani terhadap penyuluhan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)	0.17	0.126	Tidak Signifikan
4	Dukungan iklim usaha (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)	0.035	0.666	Tidak Signifikan
5	Persepsi petani terhadap media informasi (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang (Y)	0.047	0.577	Tidak Signifikan

Sumber : Diolah dari data.

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diperoleh hasil untuk pengujian hipotesis yaitu:

Hipotesis 1: Karakteristik petani memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang.

Berdasarkan tabel 3.1 nilai probabilitas karakteristik petani sebesar 0.044 dan koefisien regresi bernilai 2.018. Maka hasil untuk pengujian hipotesis yang pertama adalah hipotesis diterima. Dengan demikian karakteristik petani berkorelasi positif signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang.

Karakteristik petani sistem lelang memiliki motivasi dan keberanian mengambil resiko terhadap pemasaran lelang memberikan pengaruh positif terhadap adopsi inovasi sistem lelang. sebagian besar petani sistem lelang masih berusia produktif dengan luas lahan >0,5 ha dan seluruh dari responden petani sistem lelang adalah pemilik lahan sehingga mereka berani menanggung resiko dengan tingkat rasionalitas dan tingkat intelegensi maka petani menilai inovasi pemasaran sistem lelang semakin baik. karakteristik petani adopter berkorelasi nyata dan positif terhadap inovasi usahatani¹².

Hipotesis 2: Persepsi petani terhadap ciri inovasi memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang

Berdasarkan tabel 3.1 nilai probabilitas persepsi petani terhadap ciri inovasi sebesar 0.011 dan koefisien regresi bernilai 2.529. Maka hasil untuk pengujian hipotesis yang kedua adalah hipotesis diterima. Dengan demikian persepsi petani terhadap ciri inovasi berkorelasi positif signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang.

Petani yang mengadopsi pemasaran sistem lelang yakin sistem ini lebih menguntungkan petani dari sisi harga. Hal ini terbukti dari harga karet yang lebih tinggi pada sistem lelang dari pada sistem konvensional. hal ini dirasa sesuai dengan keinginan petani dalam memasarkan karet. Tingkat kerumitan juga tidak terlalu dirasakan oleh petani lelang. karena dengan adanya kelompok lebih memudahkan mereka dalam menjual karet dengan harga lebih tinggi tanpa

¹¹ Toto Syatori and Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Beni Ahmad Saebani, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2012).

¹² Khoiriah and Siswahyudianto.

adanya tekanan dari toke. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu persepsi petani yang menggunakan sistem pertanian organik berkorelasi positif dengan adanya ciri-ciri inovasi¹³.

Hipotesis 3: Persepsi petani terhadap penyuluhan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang

Berdasarkan tabel 3.1 nilai probabilitas persepsi petani terhadap penyuluhan sebesar 0.126 dan koefisien regresi bernilai 1.529. Maka hasil untuk pengujian hipotesis yang ketiga adalah hipotesis ditolak. Dengan demikian persepsi petani terhadap penyuluhan tidak berkorelasi positif signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang.

Persepsi petani sistem lelang pada kompetensi penyuluh, peran penyuluh, materi yang diberikan oleh penyuluh dan metode yang digunakan dalam penyuluhan penting dalam menambah pengetahuan petani tentang pemasaran dan produktivitas dalam meningkatkan kualitas karet¹⁴, namun berdasarkan tabel hal ini tidak berkorelasi positif dengan adopsi sistem lelang. Berdasarkan wawancara dengan petani, informasi lebih banyak mereka dapatkan dari sesama petani karet. Informasi saat ini juga bisa diperoleh melalui media elektronik dan media lainnya. Petani berpendapat peran dan kompetensi petani sudah baik namun materi dan metode yang digunakan masih belum memenuhi keinginan petani. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Indraningsih, melalui kegiatan penyuluhan yang intensif, persepsi petani terhadap manfaat penyuluhan dapat ditingkatkan¹⁵

Hipotesis 4: Dukungan iklim usaha memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang

Berdasarkan tabel 3.1 nilai probabilitas dukungan iklim usaha sebesar 0.666 dan koefisien regresi bernilai 0.432. Maka hasil untuk pengujian hipotesis yang keempat adalah hipotesis ditolak. Dengan demikian dukungan iklim usaha tidak berkorelasi positif signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang.

Indikator pada variabel dukungan iklim usaha yaitu ketersediaan sarana produksi dan pemasaran, ketersediaan fasilitas keuangan dan peranan pemerintah dalam meningkatkan daya saing. Petani sistem lelang masih merasakan kesulitan untuk mendapatkan sarana produksi diantaranya bahan penggumpal dan pupuk. Petani juga harus mengeluarkan biaya tambahan untuk membawa karet ke lokasi lelang. dukungan iklim usaha dinilai petani belum maksimal dalam meningkatkan produksi dan pemasaran.

Hipotesis 5: Persepsi petani terhadap media informasi memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang

Berdasarkan tabel 3.1 nilai persepsi petani terhadap media informasi sebesar 0.577 dan koefisien regresi bernilai 0.558. Maka hasil untuk pengujian hipotesis yang kelima adalah hipotesis ditolak. Dengan demikian persepsi petani terhadap media informasi tidak berkorelasi positif signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang.

Persepsi petani terhadap informasi yang di peroleh petani sistem lelang dari media massa dan interpersonal belum memberikan persepsi yang positif, namun sebagian petani sistem lelang, mendapatkan informasi tentang pemasaran sistem lelang dari penyuluh dan anggota kelompok tani. Meskipun belum berkorelasi positif namun sebagian besar dari responden sistem lelang media informasi memberikan banyak manfaat tentang pemasaran dan pengolahan boka.

¹³ Siti Zulfikar, Amanah and Pang S Asngari, 'Persepsi Petani Terhadap Kompetensi Penyuluh Pertanian Tanaman Pangan Di Kabupaten Aceh Utara Farmers Perception on the Competence of Agricultural Extension Workers in North Aceh District', *Jurnal Penyuluhan*, 14.1 (2018), 159–74.

¹⁴ A A F Rahmad, N Dewi, and Y Andriani, 'Persepsi Petani Terhadap Peran Apkarkusi Dalam Pemasaran Karet Sistem Lelang', *SOROT* (sorot.ejournal.unri.ac.id, 2022) <<https://sorot.ejournal.unri.ac.id/index.php/JS/article/viewFile/7972/6844>>.

¹⁵ Zulfikar, Amanah and Asngari.

KESIMPULAN

1. Bahwa variabel karakteristik petani memiliki pengaruh positif terhadap adopsi pemasaran sistem lelang. Karakteristik petani sistem lelang memiliki motivasi dan keberanian mengambil resiko terhadap pemasaran lelang memberikan pengaruh positif terhadap adopsi inovasi sistem lelang. sebagian besar petani sistem lelang masih berusia produktif dengan luas lahan >0,5 ha dan seluruh dari responden petani sistem lelang adalah pemilik lahan sehingga mereka berani menanggung resiko dengan tingkat rasionalitas dan tingkat intelegensi maka petani menilai inovasi pemasaran sistem lelang semakin baik. karakteristik petani adopter berkorelasi nyata dan positif terhadap inovasi. Pelatihan menggambarkan tingkat pengetahuan petani dan mengkaji tingkat pemahaman petani tentang segala hal, baik untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan maupun untuk mengubah sikap petani. Pendidikan bagi petani juga merupakan proses pembelajaran tentang berbagai topik yang berkaitan dengan peningkatan taraf hidup petani. Pengalaman bertani berperan penting dalam meningkatkan keterampilan petani. Petani yang berpengalaman cenderung lebih matang dalam menghadapi berbagai persoalan pertanian.
2. Bahwa variabel Persepsi petani sistem lelang terhadap ciri inovasi memiliki pengaruh terhadap adopsi pemasaran sistem lelang persepsi petani terhadap ciri inovasi berkorelasi positif signifikan terhadap adopsi pemasaran sistem lelang. Petani yang mengadopsi pemasaran sistem lelang yakin sistem ini lebih menguntungkan petani dari sisi harga. Hal ini terbukti dari harga karet yang lebih tinggi pada sistem lelang dari pada sistem konvensional. hal ini dirasa sesuai dengan keinginan petani dalam memasarkan karet. Tingkat kerumitan juga tidak terlalu dirasakan oleh petani lelang. karena dengan adanya kelompok lebih memudahkan mereka dalam menjual karet dengan harga lebih tinggi tanpa adanya tekanan dari toke. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu persepsi petani yang menggunakan sistem pertanian organik berkorelasi positif dengan adanya ciri-ciri inovasi.
3. Bahwa variabel Persepsi petani terhadap penyuluhan tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi pemasaran sistem lelang. Persepsi petani sistem lelang pada kompetensi penyuluh, peran penyuluh, materi yang diberikan oleh penyuluh dan metode yang digunakan dalam penyuluhan penting dalam menambah pengetahuan petani tentang pemasaran dan produktivitas dalam meningkatkan kualitas karet, namun berdasarkan analisis data hal ini tidak memiliki pengaruh dengan adopsi pemasaran sistem lelang.
4. Dukungan iklim usaha tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi pemasaran sistem lelang. Indikator pada variabel dukungan iklim usaha yaitu ketersediaan sarana produksi dan pemasaran, ketersediaan fasilitas keuangan dan peranan pemerintah dalam meningkatkan daya saing. Petani sistem lelang masih merasakan kesulitan untuk mendapatkan sarana produksi diantaranya bahan penggumpal dan pupuk. Petani juga harus mengeluarkan biaya tambahan untuk membawa karet ke lokasi lelang. dukungan iklim usaha dinilai petani belum maksimal dalam meningkatkan produksi dan pemasaran.
5. Variabel Persepsi petani terhadap media informasi tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi pemasaran sistem lelang. Persepsi petani terhadap informasi yang di peroleh petani sistem lelang dari media massa dan interpersonal belum memberikan persepsi yang positif, namun sebagian petani sistem lelang, mendapatkan informasi tentang pemasaran sistem lelang dari penyuluh dan anggota kelompok tani. Meskipun belum berkorelasi positif namun sebagian besar dari responden sistem lelang media informasi memberikan banyak manfaat tentang pemasaran dan pengolahan bokar.
6. Munculnya sebuah hubungan antar variabel baru yang tidak diprediksi sebelumnya

Beberapa hal yang mempengaruhi tidak tercapainya hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Kurangnya dukungan iklim usaha terutama penyediaan sarana dan prasana dalam kegiatan tani oleh pemerintah
2. Penyuluhan yang diberikan tidak terlalu memberikan dampak positif terhadap pemasaran sistem lelang. Penyuluhan harus dilakukan secara menyeluruh agar petani mendapatkan manfaat dan kegiatan pemasaran lebih optimal.
3. Pengaruh media informasi meskipun belum memberikan pengaruh terhadap pemasaran sistem lelang namun cukup memberikan manfaat kepada petani.

Keterbatasan Penelitian

Beberapa hal menjadi keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Populasi yang diambil hanyalah dari Kecamatan Kuantan Mudik dan Gunung Toar sehingga tidak menggambarkan secara keseluruhan variabel terhadap pemasaran sistem lelang.
2. Belum meratanya pemasaran sistem lelang di seluruh Kabupaten Kuantan Singingi sehingga tidak semua petani mendapatkan manfaat pemasaran sistem lelang.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel yang memiliki cakupan lebih luas agar memperoleh kesempurnaan dalam penelitian.

REFERENSI

- Dinas Perkebunan Provinsi Riau, 'Sinkronisasi Data Statistik Perkebunan Angka Tetap 2022', *Disbun Riau*, 2022 <<https://disbun.riau.go.id/>> [accessed 11 May 2023]
- Harahap, Lenni Khotimah, 'Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)', *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 2018, 1
- Khoiriah, Nurmas Qulatul, and Siswahyudianto Siswahyudianto, 'Strategi Pemasaran Karet Sistem Lelang Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Petani Karet', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), 117–29 <<https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.9>>
- Kuansing, Kominfoss, 'PERKEBUNAN', *Kuansing.Go.Id*, 2023 <<https://kuansing.go.id/>> [accessed 12 May 2023]
- Kurniati, Dina, Evy Maharani, and Susy Edwina, 'Analisis Pemasaran Karet Sistem Lelang Di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi', *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17.3 (2021), 47–58 <<https://doi.org/10.20956/jsep.v17i3.18099>>
- Rahmad, A A F, N Dewi, and Y Andriani, 'Persepsi Petani Terhadap Peran Apkarkusi Dalam Pemasaran Karet Sistem Lelang', *SOROT* (sorot.ejournal.unri.ac.id, 2022) <<https://sorot.ejournal.unri.ac.id/index.php/JS/article/viewFile/7972/6844>>
- Rogers, E. M, *Diffusion of Innovations*, Fifth Edit (New York: Free Press, 2003)
- Sahin, Ismail, 'Detailed Review of Rogers' Diffusion of Innovations Theory and Educational Technology-Related Studies Based on Rogers' Theory', *ERIC*, 5.2 (2006), 50–64 <<https://www.proquest.com/openview/1bb9b3b3787cd3ebb633a0d2a9f1a397/1?pq-origsite=gscholar&cbl=36482>>
- Santoso, Singgih, *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan AMOS 24*, 1st edn (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2018)
- Syatori, Toto, and Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Beni Ahmad Saebani, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2012)
- Wingdes, Irawan, 'Pemanfaatan SEM PLS Untuk Penelitian', *Sindimas 2019*, 2019, 1–9
- Zulfikar, Amanah, Siti, and Pang S Asngari, 'Persepsi Petani Terhadap Kompetensi Penyuluh Pertanian Tanaman Pangan Di Kabupaten Aceh Utara Farmers Perception on the Competence of Agricultural Extension Workers in North Aceh District', *Jurnal Penyuluhan*, 14.1 (2018), 159–74