

Kajian Persepsi Dan Sikap Petani Dalam Pengembangan Sistem Pemasaran Kontrak di Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Paal Merah Kota Jambi

¹Nida Kemala dan ²Tengku Yaasir Alhafizh

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

²Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

Jl.Slamet Riyadi Broni Jambi. 36122. Telp. 0741-60103

¹e-mail korespondensi : nidakemala@yahoo.com

Abstract. *This research was conducted in the Lingkar Selatan Sub-District, Paal Merah District, Jambi City. Some of the objectives in this study were to describe the contract marketing system, perceptions and attitudes of farmers towards the contract marketing system, and to analyze the relationship between perceptions and attitudes of farmers towards the contract marketing system at Farmer group "Tani Makmur". Collected 47 farmers as a samples from 87 populations was taken by proportional random sampling method. To see the relationship between perceptions and attitudes, the Chi Square test was used. The results showed that in this farmer group, there was still only one farmer group that implemented this contract marketing system, namely Rizqy's group. This system had been going on since November 2020. The mechanism for determining the agreement was carried out by 2 parties, namely farmers and food entrepreneurs. This agreement concerns to the type of commodity (lettuce), the duration of the contract, the quantity of requested product supply, the price and the transaction system. 35 farmers (74.48%) have a positive perception and 12 farmers (24.54%) farmers have a negative perception toward to this contract marketing system. Based on attitude, there were 32 farmers (68.08%) who had a supportive attitude and 15 farmers (31.92%) who did not support the contract marketing system. The results of the statistical analysis showed that there was a strong relationship between perceptions and attitudes of farmers towards to the contract marketing system.*

Keywords: *Marketing system. Lettuce. Perception.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Lingkar Selatan, Kecamatan Paal Merah Kota Jambi. Beberapa tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sistem pemasaran kontrak, persepsi dan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak, dan menganalisis kaitan antara persepsi dan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak pada Gapoktan Tani Makmur. Terhimpun 47 petani sampel dari 87 populasi yang diambil dengan metode proposional sampling random. Untuk melihat kaitan antara persepsi dan sikap digunakan uji Chi Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Gapoktan Tani Makmur baru ada satu poktan yang menerapkan sistem pemasaran kontrak ini yaitu Poktan Rizqy. Sistem ini sudah berlangsung sejak November 2020. Mekanisme menentukan kesepakatan dilakukan oleh 2 pihak yaitu petani dan pengusaha makanan, kesepakatan ini menyangkut jenis komoditas (selada), durasi kontrak, jumlah supplay produk yang diminta, harga dan sistem transaksi. 35 petani (74,48%) memiliki persepsi positif dan 12 petani (24,54%) petani memiliki persepsi negatif terhadap sistem pemasaran kontrak ini. Berdasarkan sikap maka terdapat 32 petani (68,08%) memiliki sikap mendukung dan 15 petani (31,92%) bersikap tidak mendukung terhadap sistem pemasaran kontrak. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara persepsi dan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak tersebut dengan keeratan yang kuat.

Kata kunci : Sistem pemasaran. Selada. Persepsi.

PENDAHULUAN

Potensi alam Indonesia yang baik untuk mengembangkan sektor pertanian, dimana pembangunan pertanian merupakan upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat tani, yang dicapai melalui investasi teknologi, pengembangan produktivitas tenaga kerja, pembangunan sarana ekonomi, serta penataan, dan pengembangan kelembagaan pertanian. Salah satunya dengan menetapkan prioritas pengembangan komoditas pertanian unggulan, yaitu sayuran yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Hortikultura adalah ilmu yang mempelajari budidaya tanaman sayuran dan buah-buahan. Keanekaragaman tanaman hortikultura yang dimiliki Indonesia sebagai daerah tropis mampu membuka peluang besar pengembangan agribisnis oleh masyarakat (Ginting, 2010).

Aspek hilir dari agribisnis adalah pemasaran yang merupakan salah satu fungsi dalam usaha yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu usaha, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Pentingnya pemasaran menyebabkan perusahaan berusaha untuk berhasil di bidang ini dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam pemasaran yang sering disebut dengan strategi pemasaran, (Kotler 2016) .

Marketing mempunyai peran yang sangat penting karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen, marketing merupakan suatu urutan-urutan kegiatan yang saling berkaitan erat dan

bertujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran. Dengan demikian perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu memperhatikan dan mengembangkan sistem pemasarannya. Kotler (1997) menyatakan bahwa marketing adalah suatu proses sosial dan managerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sistem pemasaran di kota jambi dikembangkan dengan sistem pemasaran kontrak dimana sistem pemasaran kontrak tersebut dilakukan supaya menjadi suatu pemasaran yang dianggap cocok untuk diterapkan dalam kelompok tani setempat. Sistem ini mulai berkembang sejak November 2020 pada Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Tani Makmur di Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Paal Merah Kota Jambi tetapi masih belum tersosialisasi di kalangan petani sekitarnya. Untuk keberhasilan dalam pengembangan sistem pemasaran ini maka perlu diketahui persepsi dan sikap masyarakat sasaran terlebih dahulu. Hal ini perlu diketahui untuk memastikan bisa tidaknya sistem pemasaran ini diaplikasikan di masyarakat sasaran.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Sampai sejauhmana sistem pemasaran kontrak diterapkan di Gapoktan Tani Makmur?
2. Bagaimana persepsi petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur?
3. Bagaimana sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur?
4. Bagaimana kaitan antara persepsi dan sikap terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan fokus masalah maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan jangkauan pengaplikasian sistem Pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur.
2. Menggambarkan persepsi petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur.
3. Mendeskripsikan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur.
4. Menganalisis kaitan antara persepsi dan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur.

Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik bagi pihak peneliti maupun pengembang ilmu dan pengetahuan (secara akademik). Selain itu juga menjadi bahan masukan bagi pihak yang membutuhkan untuk pengambilan keputusan dan sebagai sumber informasi bagi para pembaca maupun kepentingan penelitian lebih lanjut terhadap aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini. Hal terpenting adalah akan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan untuk pengembangan penerapan sistem pemasaran kontrak itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) "Tani Makmur" Kelurahan Lingkar Selatan, Kecamatan Paal Merah, Kota Jambi. Dipilihnya lokasi ini sebagai focus penelitian dengan pertimbangan bahwa Gapoktan ini telah melakukan sistem pemasaran kontrak tetapi belum tersosialisasi secara luas di kalangan anggotanya. Penelitian ini dibatasi pada kajian tentang: gambaran pemasaran, persepsi terhadap sistem pemasaran kontrak dan sikap dukungan petani terhadap sistem pemasaran kontrak serta kaitan antara persepsi dan sikap tersebut.

Metode, Sumber dan Jenis Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*. Data dihimpun dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari petani langsung melalui wawancara dengan menggunakan daftar quisioner yang telah disusun sesuai dengan tujuan penelitian dan berdasarkan pengamatan di lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dinas atau instansi terkait yang berhubungan dengan tema penelitian. Jenis data berdasarkan waktu yang digunakan yaitu *Cross Section*. Data yang dianalisis dalam penelitian bersifat kualitatif dengan skala pengukuran nominal.

Metode Penarikan Sampel

Menurut Winarno (1994) populasi adalah seluruh objek yang menjadi pusat perhatian penelitian, dalam ruang lingkup dan waktu yang ditentukan menjadi target atau sasaran penelitian. Sampel merupakan bagian dari populasi

yang memiliki ciri-ciri yang dimiliki populasi asalnya. Terdapat lima Kelompok Tani (Poktan) dalam Gapoktan Tani Makmur ini dengan masing-masing jumlah anggota yang berbeda. Populasi merupakan total jumlah anggota seluruh Poktan dalam Gapoktan ini yaitu sebanyak 89 petani (Tabel 1). Berhubung jumlah populasi yang kurang dari 100 maka diambil 53 %nya yaitu 47 sampel petani. penentuan sub-sampel diambil dengan metoda *proporsional random sampling* dengan rumus sebagai berikut (Nazir, 2011):

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Dimana:

- n_i = Jumlah sampel perkelompok tani
- n = Jumlah sampel seluruhnya
- N_i = Jumlah sub sampel populasi
- N = jumlah populasi

Merujuk pada pernyataan Winarno (1994) yang menyatakan bahwa apabila sampel kurang dari 100 maka sebaiknya sampel diambil 50% maka dengan prinsip semakin besarnya ukuran sampel akan lebih baik untuk bisa mencerminkan populasi sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 53% (47 Petani). Untuk lebih jelas

Tabel 1. Perhitungan dalam Menentukan Jumlah Sub-sampel.

No	Nama Poktan	Jumlah Sub populasi(N_i)	Jumlah Sub sampel (n_i)
1	Rizqy	18	10
2	Sumber tani	20	11
3	Harapan makmur	16	8
4	Seroja	18	10
5	Aster biru	15	8
	Jumlah	89 (N)	47 (n)

Metode Analisis Data

Analisa data pada dasarnya merupakan proses yang bertujuan untuk menyederhanakan data yang diperoleh ke dalam bentuk yang mudah dibaca, dimengerti dan diinterpretasikan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif baik kualitatif maupun kuantitatif. Selanjutnya pada jumlah sampel besar (> 30) dengan jenis data nominal dimana masing variable memiliki 2 kategori (tabel ordo 2X2) maka untuk mengetahui kaitan antara persepsi petani terhadap sistem pemasaran kontrak dengan sikap dukungan terhadap sistem pemasaran kontrak menggunakan uji χ^2 dengan rumus Yates sebagai berikut (Daniel, W. W. (1990)):

$$\chi^2 = \frac{(|ad-bc|-n/2)^2}{(ad+bc)(ab+cd)}$$

Di mana :

- χ^2 : Statistik uji chi-square Yates,
- a, b, c, dan d : Frekuensi observasi dalam tabel kontingensi 2x2,
- n : Jumlah total sampel

Adapun tabel hubungan antara persepsi dan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Matriks Variabel dalam Uji Chi Kuadrat

Persepsi \ Sikap	Mendukung	Tidak Mendukung	Σ
	Positif	a	b
Negative	c	d	c+d
Σ	a+b	b+d	n

Dimana:

- n = Jumlah sampel
- a, b, c, d: Angka hasil obsevasi

Hipotesis statistik:

$$H_0 : X^2 = 0$$

$$H_a : X^2 \neq 0$$

Hipotesis Operasional:

H₀ : tidak ada kaitan antara persepsi dan sikap terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur di Kecamatan Paal Merah, Kota Jambi.

H_a : Terdapat kaitan antara persepsi dan sikap terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur di Kecamatan Paal Merah, Kota Jambi.

Kaidah keputusan

Jika $X^2 < X^2_{tabel}$ terima H₀

Jika $X^2 \geq X^2_{tabel}$ tolak H₀

$$X^2_{tabel} (5\% ; db [(m-1) (n-1)]) = 3,801$$

Bila ternyata terdapat kaitan antara ke dua variable tersebut maka dilanjutkan dengan melihat derajat keeratan kaitannya dengan memperhatikan koefesien kontingensinya (Siegel, 1997). Selanjutnya beliau menyampaikan bahwa rumus untuk melihat keeratan hubungan antara dua variabel digunakan uji korelasi kontigensi (C) dengan rumus sebagai berikut:

$$C = \sqrt{\left(\frac{X^2_{hit}}{n + X^2_{hit}} \right)}$$

Dimana :

C : Koefesien kontigensi

X² : X² hasil perhitungan

n : Jumlah sampel

Menurut Siegel, (1997) kuat dan lemahnya keeratan suatu hubungan dapat ditentukan dengan kategori sebagai berikut:

1. Hubungan lemah apabila nilai koefesien kontigensi < 0,353
2. Hubungan kuat apabila nilai koefesien kontigensi terletak antara 0,353-0,707.

Konsep Pengukuran Variabel

Pengertian dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel adalah petani yang tergabung dalam Gapoktan Tani Makmur Di Kecamatan Paal Merah, Kota Jambi
2. Gambaran sistem Pemasaran kontrak: memaparkan tentang profil dan mekanisme sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur.
3. Perpepsi petani adalah penilaian petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konatif. Berdasarkan kuisioner didapat kisaran skor per butir kuisioner 1 – 7 dan kisaran skor total seluruh kuisioner 6 - 42 yang terbagi menjadi 2 kategori:

Negatif : 6 – 24

Positif : 24,1 – 42

Sedangkan kategori per butir kuisioner adalah sebagai berikut :

Negatif : 1 - 4

Positif : 4,1 - 7

4. Sikap adalah pendirian dari petani dalam hal mendukung tidaknya terhadap sistem pemasaran kontrak, yang terbagi dari 2 kategori berdasarkan kisaran skor total kuisioner 5 – 35 dan kisaran skor per butir 1 - 7 :

Tidak mendukung: 5 – 20

Mendukung : 20,1 – 35

Sedangkan kategori per butir kuisioner adalah sebagai berikut :

Tidak Mendukung : 1 – 4

Mendukung : 4,1 - 7

5. Sistem Pemasaran Kontrak adalah suatu cara pemasaran produk dengan kerjasama antara petani sebagai produsen dengan konsumen melalui perjanjian tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Petani

Umur Petani

Umur dapat mempengaruhi terhadap kemampuan petani dalam melaksanakan suatu kegiatan. Selain itu umur juga dapat mempengaruhi pada kemampuan berfikir dalam mengambil suatu keputusan yang erat kaitannya dengan kegiatan yang dijalankan petani. Secara umum umur yang termasuk dalam kategori muda memiliki kemampuan fisik dalam bekerja lebih banyak dan lebih cepat menerima informasi serta menyerap inovasi baru yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan petani.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Umur di Gapoktan Tani Makmur, Kelurahan Lingkar Selatan Tahun 2021.

No	Umur(Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	32-36	2	4,25
2	37-41	12	25,53
3	42-46	10	21,28
4	47-51	13	27,66
5	52-56	7	14,89
6	57-61	3	6,39
7	62-66	0	0
	Jumlah	47	100

Sumber: Data Primer yang Diolah 2021

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata umur petani di Gapoktan Tani Makmur, Kelurahan Paal Merah adalah 46 tahun. Tabel 3 menunjukkan bahwa frekuensi petani paling banyak berada pada interval umur 47-51 tahun dengan jumlah 13 petani (27,66%), sedangkan yang paling sedikit terletak pada interval umur 32-36 tahun dengan jumlah hanya 2 petani saja (4,25%). Hal ini menunjukkan bahwa petani di Gapoktan Tani Makmur ini mayoritas masih dalam usia produktif sebagaimana yang disampaikan oleh BPS (2021) bahwa usia produktif terletak antara 15-64 tahun. Berdasarkan pernyataan ini maka usia yang kurang dari 15 tahun dan yang lebih dari 64 tahun termasuk usia tidak produktif. Usia yang masih produktif kemungkinan besar akan merespon sistem pemasaran kontrak ini dengan antusias yang tinggi karena dilatarbelakangi oleh jiwa semangat yang melekat pada usia tersebut. Respon ini terlihat pada sikap dukungan mereka terhadap sistem pemasaran kontrak yang ditunjukkan oleh sebagian besar petani yaitu 32 petani (68,08%). Hal ini dikaitkan juga dengan adanya persepsi yang mayoritas positif terhadap sistem pemasaran kontrak ini yaitu sebanyak 35 petani (74,46 %).

Tingkat Pendidikan Petani

Pendidikan berperan dalam kehidupan sehari-hari serta memberikan alat dan strategi untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis Richard Paul dan Linda Elder (2013). Dalam hal ini kemampuan petani untuk mengambil suatu keputusan dalam pelaksanaan suatu kegiatan sangat ditentukan oleh tingkat pendidikan formal yang secara tidak langsung menunjang petani dalam berusaha. Distribusi frekuensi petani berdasarkan tingkat pendidikan formal dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Lingkar Selatan 2021

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SD	15	31,92
2	SLTP	18	38,30
3	SLTA	14	29,78
	Jumlah	47	100

Sumber: Data Primer yang Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa tingkat pendidikan petani di Kecamatan Paal Merah mulai dari yang SD sampai dengan SLTA, mayoritas tingkat pendidikan petani adalah SLTP yaitu sebanyak 18 petani (38,30%) dan yang paling rendah SLTA sebanyak 14 petani (29,78%). Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan petani di Kecamatan Paal Merah masih tergolong rendah. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan petani mempengaruhi pola pikir petani serta mempengaruhi petani dalam menerima hal-hal baru. Menurut Hermanto (2012) menyampaikan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan kemampuan berpikir kritis. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin baik pula kemampuannya dalam berpikir kritis.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan berpikir kritis antara siswa SMA, mahasiswa, dan masyarakat umum. Pada Tabel 4 di atas walaupun tingkat Pendidikan yang mayoritas SLTP ke bawah tetapi menunjukkan persepsi yang mayoritas positif dan bersikap mendukung terhadap sistem pemasaran kontrak.

Jumlah Tanggungan Keluarga Petani

Jumlah tanggungan keluarga dapat mendorong petani sebagai kepala keluarga menjadi lebih giat lagi dalam bekerja di dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sekeluarga. Semakin banyak tanggungan keluarga petani maka semakin banyak kebutuhan yang akan dipenuhi oleh petani. Hal ini senada dengan pernyataan Rosislawati et.al. (2013) menyatakan bahwa tanggungan keluarga dan kebutuhan hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan kepala keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Jumlah tanggungan keluarga akan menentukan banyaknya tanggungan atau biaya hidup yang harus dipenuhi oleh petani. Untuk lebih jelas jumlah tanggungan keluarga petani dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Lingkar Selatan 2021

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	1	4	8,51
2	2	13	27,66
3	3	17	36,17
4	4	8	17,02
5	5	5	10,64
6	6	0	0
7	7	0	0
	Jumlah	47	100

Sumber: Data Primer yang Diolah 2021

Rata-rata jumlah tanggungan keluarga petani di Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Lingkar Selatan adalah 3 orang. Tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas petani memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3 orang dengan jumlah 17 Petani (36,17%) dan hanya 4 Petani (8,51%) yang memiliki tanggungan keluarga 1 orang dan tidak ada petani yang memiliki tanggungan keluarga lebih dari 5 orang.

Luas Lahan Petani

Luas lahan merupakan wilayah lahan petani yang dipajai untuk kegiatan usahatani. Luas lahan termasuk variabel yang berperan penting dalam proses produksi, semakin luas lahan yang dimiliki maka peluang untuk melakukan usahatani semakin banyak. Berikut sebaran luas lahan yang dimiliki petani di Gapoktan penelitian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Petani Berdasarkan Luas Lahan di Gapoktan Tani Makmur, KelurahanLingkar Selatan 2021

No	Luas Lahan (Ha)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	0,2 – 0,3	34	72,34
2	0,4 – 0,5	13	27,66
3	0,6 – 0,7	0	0
4	0,8 – 0,9	0	0
5	1 – 1,1	0	0
6	1,2 – 1,3	0	0
7	1,4 – 1,5	0	0
	Jumlah	47	100

Sumber: Data Primer yang Diolah 2021

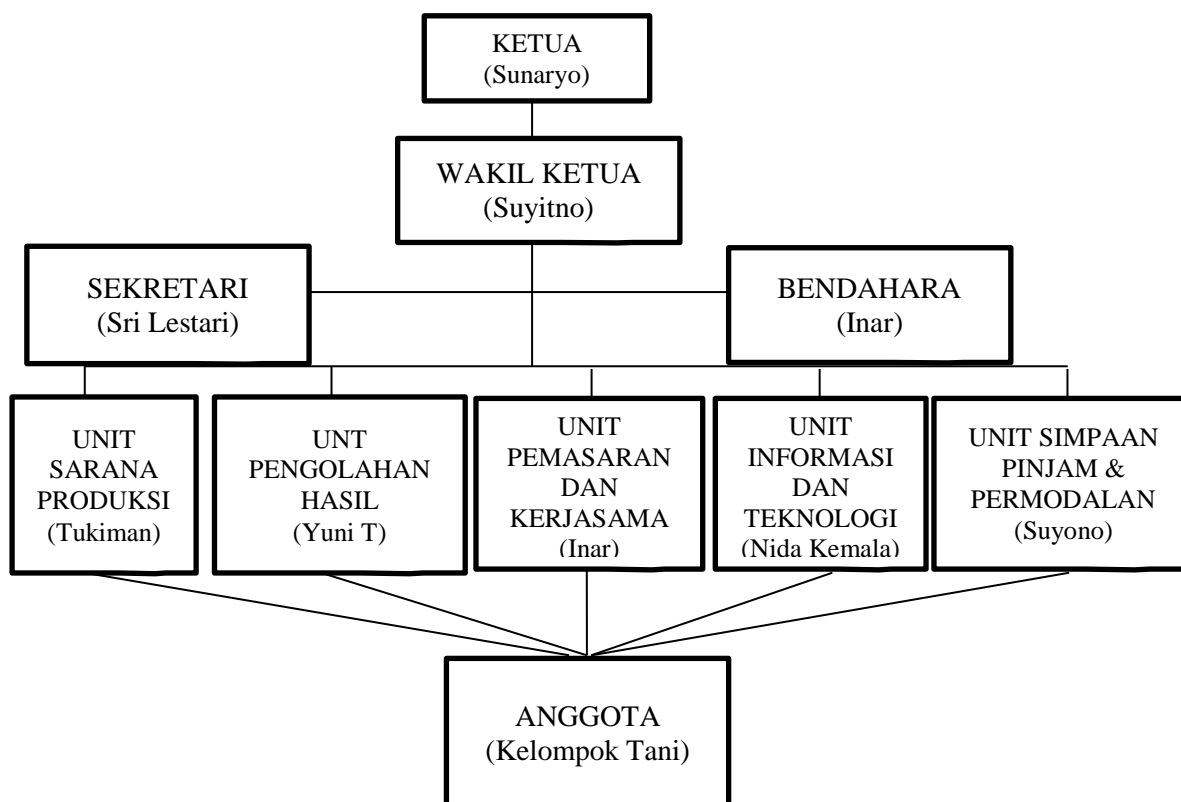
Dari Tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa mayoritas petani memiliki luas lahan seluas 0,2 Ha yaitu sebanyak 34 petani (72,34%) dan minoritas petani yang memiliki luas lahan 0,5 Ha yaitu sebanyak 13 petani (27.66%), dengan jumlah rata-rata luas lahan petani di Gapoktan Tani Makmur sebanyak 0,3 Ha.

Gambaran Umum Sistem Pemasaran Kontrak

Gambaran Umum Gapoktan Tani Makmur, Kelurahan Lingkar Selatan, Kecamatan Paal Merah , Kota Jambi.

Gapoktan Tani Makmur merupakan Gabungan Kelompok Tani yang berada di Kelurahan Lingkar Selatan, Kecamatan Paal Merah, Kota Jambi. Gapoktan ini membawahi beberapa kelompok tani yang bekerja sama untuk meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi usahatani di Kelurahan Paal Merah. Secara umum masyarakat di Kelurahan Lingkar Selatan merupakan petani sayuran baik dibudidayakan secara konvensional maupun hidroponik. Gapoktan Tani Makmur ini didirikan pada tahun 2008 bermula dengan adanya kesadaran anggota kelompok tani untuk mengelola pertanian di wilayah tersebut supaya lebih maju dan lebih berkembang. Anggota kelompok tani membentuk gabungan kelompok yang dimusyawarahkan bersama dengan seluruh lapisan anggota kelompok tani. Sebagai awal dari program Gapoktan hanya terfokus pada satu program yaitu membentuk organisasi untuk menaungi beberapa kelompok tani yang sudah ada.

Mengingat Kelurahan Lingkar Selatan yang sangat luas ini maka para petani terhimpun dalam lima kelompok tani yaitu Poktan Rizqy, Sumber tani, Harapan makmur, Aster biru dan Seroja. Dibentuknya lima poktan ini bertujuan agar masing-masing dapat berkomunikasi dan mengembangkan diri dengan dengan baik. Para perintis Gapoktan Tani Makmur merasa bahwa bentuk gabungan kelompok tani ini adalah bentuk kelompok yang paling tepat karena hal ini mengutamakan pemberdayaan ekonomi petani setempat dan kegiatan sosial anggota kelompok tani untuk mewujudkan kesejahteraan anggotanya. Dibentuknya gapoktan ini dengan maksud bahwa petani modern tidak hanya identik dengan mesin pertanian yang modern tetapi perlu ada organisasi yang dicirikan, yaitu dengan adanya organisasi ekonomi yang mampu menyentuh dan menggerakkan perekonomian di wilayah tersebut melalui sektor pertanian. Gapoktan tersebut dibina dan dikawal hingga menjadi lembaga usaha yang mandiri, profesional dan memiliki jaringan pemasaran yang luas, sedangkan dasar dari perorganisasian ini adalah musyawarah mufakat khususnya untuk kesejahteraan para anggota dan masyarakat tani pada umumnya. Adapun struktur keorganisasian Gapoktan Tani Makmur dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Paal Merah Kota Jambi 2021.

Mekanisme Sistem Pemasaran Kontrak

Sistem pada tahun 2020, merupakan awal mula diaplikasikannya sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur antara petani dengan pemilik usaha makanan siap saji. Dalam hal ini mitra petani yang bekerjasama adalah pengusaha makanan kebab dan burger di sekitar Kota Jambi. Sebelumnya ada langkah awal yang diambil oleh penyuluh yaitu dengan melakukan sosialisasi terhadap anggota Gapoktan Tani Makmur tentang sistem pemasaran ini. Adapun sosialisasi yang disampaikan yakni terkait sistem pemasaran kontrak secara rinci dan jelas disertai dengan bentuk perjanjian kerjasama yang berlaku. Setelah sosialisasi dilakukan, ada beberapa petani yang

tertarik untuk melakukan sistem pemasaran kontrak tersebut tetapi dilain pihak masih banyak juga petani yang masih ragu untuk menerapkan sistem pemasaran kontrak ini. Hal ini disebabkan oleh petani yang belum mengetahui betul seluk beluk tentang sistem pemasaran kontrak tersebut.

Bentuk kerjasama yang dijalankan mengandalkan kesepakatan ke-dua belah pihak yaitu antara petani sebagai produsen dan pengusaha makanan sebagai konsumen. Sistem pemasaran kontrak adalah sistem pemasaran yang menerapkan kesepakatan antara dua pihak atau lebih mengenai hal tertentu yang disetujui oleh mereka, hal yang perlu disepakati adalah menyangkut jenis produk, harga produk, dan sistem pembayaran, kualitas dan kuantitas produk, periode/durasi permintaan dan frekuensi pengiriman produk. Maka dari itu apabila petani menerapkan sistem pemasaran kontrak itu di dalam pemasaran mereka yang sudah ada, mereka akan mendapatkan jaringan pemasaran yang luas, supaya tidak terpaku pada satu sistem pemasaran yang sudah ada. Sistem pemasaran kontrak tersebut telah diterapkan di Poktan Rizqy, dengan menerapkan sistem pemasaran kontrak dengan pemilik usaha kebab. Hasil kesepakatan antara kedua belah pihak ditentukan bahwa produk yang akan dipasarkan dengan sistem ini adalah daun selada (*Lactuca sativa L*) dengan durasi permintaan jangka waktu dalam sistem pemasaran kontrak itu selama 6 bulan dan mulai berjalan mulai tanggal 20 november 2020 s/d 20 mei 2021 dan dapat diperpanjang dengan persetujuan kedua belah pihak. Sistem pembayaran dan sistem jual di dalam perjanjian sudah disepakati oleh kedua belah pihak tidak mengikuti harga di pasar, karena kedua pihak telah menetapkan harga bahwa pemilik kebab sepakat untuk membeli sayuran selada keriting dari petani dengan harga tetap 12.000/kg diambil langsung dari kebun oleh konsumen yaitu pihak pengusaha kebab karena apabiladiantar ke alamat, pemilik kebab harus membayar uang transportasi ke petani sebesar 500/kg. Berdasarkan perjanjian pengusaha kebab sebagai konsumen meminta 25 kg dan diambil dua hari sekali. Untuk memenuhi kuota permintaan ini maka petani berusaha terlebih dahulu dengan membudidayakan sendiri produk selada tersebut. Selain berusaha membudidayakan secara konvensional komoditas selada ini juga dibudidayakan dengan teknik hidroponik, sebagaimana yang kita ketahui bahwa budidaya produk pertanian berhadapan dengan kondisi diaca yang tidak menentu sehingga terkadang hasil produksi tidak sesuai dengan harapan, dimana jumlah hasil produksi ternyata di bawah kuota yang diminta oleh konsumen. Dalam hal ini ada kendala bagi produsen untuk memenuhi kuota permintaan dimana pada saat petani mengalami kendala kuota permintaan yang tidak terpenuhi, maka petani penutupinya dengan cara mencari ke produsen lain atau ke tengkulak dengan membelinya agar bisa memenuhi kuota permintaan produk tadi. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban pihak petani atas kesepakatan yang telah disetujui. Sistem pembayaran dilakukan secara cash saat pengambilan produk.

Gambaran Persepsi Petani Terhadap Sistem Pemasaran Kontrak

Persepsi merupakan suatu proses yang mana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan-kesan sensorisnya dalam usahanya memberikan sesuatu makna tertentu pada lingkungannya (Siagian, 1995). Lebih lanjut Siagian mengatakan bahwa persepsi setiap orang dapat berbeda-beda karena persepsi seseorang sangat dipengaruhi banyak faktor. Persepsi dalam penelitian ini ingin difokuskan pada sistem pemasaran kontrak sebagai objek. Persepsi inipada gilirannya akan menggambarkan pandangan dalam bentuk positif dan negatif terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur, Kelurahan Lingkar Selatan. Distribusi petani berdasarkan persepsi dapat dilihat pada Tabel 7. Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa tingkat persepsi petani pada tiap kategori, hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi petani yaitu persepsi positif dan . Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi negatif sebanyak 12 petani (25,54%) Petani .

Bila diperhatikan terlihat bahwa hampir seluruh pertanyaan direspon dengan kategori positif, dalam hal ini dikarenakan mereka mengetahui bahwa ada sistem pemasaran kontrak, penilainnya baik terhadap sistem pemasaran kontrak dan tertarik dengan sistem pemasaran kontrak.

Tabel 7. Distribusi Petani Berdasarkan Persepsi terhadap Sistem Pemasaran Kontrak di Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Linbgar Selatan, Kota Jambi

Kategori Persepsi	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Positif	35	74,46
Negatif	12	25,54
Jumlah	47	100

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Di sisi lain masih ada respon persepsi petani yang negatif sebanyak 12 petani dikarenakan sistem pemasaran kontrak mereka rasakan sedikit manfaatnya dari sistem konvensional, selain itu juga mereka merasa bahwa sistem pemasaran kontrak ini kurang menguntungkan dan sulit untuk diikuti.

Gambaran Sikap Petani Terhadap Sistem Pemasaran Kontrak

Sikap adalah hasil evaluasi, perasaan, dan cenderung seseorang yang relatif konsisten terhadap sesuatu objek

atau gagasan yang terdiri dari aspek keyakinan (Umar Husien, 2007). Sikap sebagai bentuk perasaan, yaitu perasaan mendukung atau memihak (*favourable*) maupun perasaan tidak mendukung (*Unfavourable*) Sikap mempunyai beberapa tingkatan, diantaranya menerima (*receiving*), merespon (*responding*), menghargai (*valuing*) dan bertanggungjawab (*responsible*). Sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Distribusi Petani Berdasarkan Sikap terhadap Sistem Pemasaran Kontrak di Gapoktan Tani Makmur Kelurahan Linbgkar Selatan, Kota Jambi

Sikap Petani	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Mendukung	32	68,08
Tidak mendukung	15	31,92
Jumlah	47	100

Sumber: Data Hasil Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa frekuensi petani pada tiap kategori sikap, dimana hasil analisis menggambarkan bahwa sebagian besar petani yaitu 32 petani (68,08%) mendukung adanya sistem pemasaran kontrak ini. Hal ini digambarkan dengan adanya niat petani untuk mengikuti sistem pemasaran kontrak, selain mengikuti juga ada kemauan petani dalam mencari info tentang sistem pemasaran kontrak serta terlihat adanya mendukung petani terhadap sistem pemasaran kontrak ini untuk diterapkan. Disamping frekuensi petani yang mendukung masih ada juga petani yang tidak mendukung yaitu sebanyak 15 petani (31,92%). Hal ini dilatarbelakangi oleh masih ada rasa sedikitnya manfaat yang didapat dari sistem pemasaran kontrak ini dan petani yang telah menggunakan atau belum menggunakan sistem pemasaran kontrak ada kemungkinan akan meninggalkan sistem pemasaran kontrak tersebut.

Kaitan Antara Persepsi dan Sikap terhadap Sistem Pemasaran Kontrak

Persepsi dan sikap diduga saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap obyek tertentu dalam hal ini sistem pemasaran kontrak sebagai objeknya. Melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan/interaksi dengan lingkungannya. Hubungan itu dilakukan lewat inderanya yaitu indera penglihatan, pendengar, peraba, perasa dan pencium.

Jika persepsi seseorang berbeda, maka pola perilaku dan sikap yang dihasilkan juga akan berbeda. Hal tersebut karena seseorang mengalami proses penerimaan, pengorganisasian sampai penginterpretasian atau penterjemahan objek/stimulus yang berbeda sehingga menghasilkan pandangan yang berbeda pula. Hasil Analisa statistik menunjukkan bahwa kaitannya secara keseluruhan antara persepsi terhadap sistem pemasaran kontrak dengan sikap dalam aspek dukungan terhadap sistem pemasaran kontrak mayoritas menunjukkan kategori positif diikuti sikap yang mendukung. Data hasil tabulasidalam penelitian ini disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Kaitan Antara Persepsi dan Sikap Petani terhadap Sistem Pemasaran Kontrak di Gapoktan Tani Makmur, Kelurahan Lingkar Selatan. Kota Jambi.

Persepsi	Sikap	Tidak Mendukung		Mendukung		Jumlah Orang	Persentase %
		JumlahOrang	Persentase %	JumlahOrang	Persentase %		
Negatif		8	17,02	4	8,51	12	25,53
Positif		7	14,89	28	59,57	35	74,47
Jumlah		15	31,92	32	68,08	47	100

Sumber : Data Hasil Olahan 2021

Hasil kajian penelitian menunjukkan bahwa mayoritas petani dengan persepsi positif disertai dengan sikap yang mendukung terhadap sistem pemasaran kontrak berjumlah 28 petani (59,57%). Di lain pihak petani dengan persepsi yang positif tetapi memiliki sikap yang tidak mendukung berjumlah 7 petani (14,89%). Sedangkan petani dengan persepsi yang negatif tetapi menunjukkan sikap yang mendukung berjumlah 4 petani (8,51%) dan petani dengan persepsi yang negatif disertai dengan sikap yang tidak mendukung sebanyak 8 petani (17,02%). Dapat dilihat juga bahwa total persepsi yang positif berjumlah 35 petani (74,47%), sedangkan total petani yang memiliki persepsi negative berjumlah 12 petani (25,53%). Di lain pihak total petani dengan sikap yang mendukung berjumlah 32 petani (68,08%), sedangkan total petani yang memiliki sikap tidak mendukung berjumlah 15 petani (31,92%).

Hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $X^2_{hitung} = 6,937$. Angka ini lebih besar dari $X^2_{tabel} (3,801)$ yang menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara persepsi para petani terhadap sistam ini dengan sikap dukungan petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur. Apabila dilanjutkan dengan mengukur derajat kontingen (keeratan hubungan) antara kedua variable ini, maka diperoleh nilai sebesar 0,35860 yang berarti antara

persepsi dan sikap tersebut memiliki hubungan dengan kategori kuat sebagaimana yang dinyatakan oleh Siegel (1997) yang menyatakan bahwa hubungan dua variabel dinyatakan kuat apabila nilai koefisien kontingensinya terletak antara 0,353-0,707. Adanya hubungan yang erat ini memberikan landasan untuk menentukan kebijakan yang mengarah pada lebih gencarnya pemberian pemahaman tentang seluk-beluk sistem pemasaran kontrak ini oleh penyuluh. Dengan demikian keterlibatan para petani dalam sistem ini bisa lebih meluas dan diharapkan bisa meredam masalah dalam kesulitan mencari pangsa pasar komoditas pertanian.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas maka dapat disimpulkan sebagai :

1. Walaupun sistem pemasaran kontrak ini sudah dilakukan sosialisasi terlebih dahulu oleh petugas penyuluh di Gapoktan Tani Makmur tetapi baru ada satu poktan yang menerapkan sistem pemasaran kontrak yaitu Poktan Rizqy. Sistem pemasaran kontrak ini sudah berlangsung sejak bulan November 2020 dan ternyata diperpanjang untuk periode berikutnya dengan persetujuan kedua belah pihak. Kesepakatan kedua belah pihak adalah bahwa produk sebagai komoditas yang dipasarkan adalah selada (*Lactuca sativa L*), dengan kuantitas 25 kg/pengambilan, pada harga Rp. 12.000/kg. Frekuensi penjualan dilakukan dua hari sekali yang diambil langsung oleh konsumen dengan metode pembayaran langsung saat pengambilan produk tersebut.
2. Persepsi petani terhadap sistem pemasaran kontrak mayoritas menunjukkan positif 35 petani (74,46 %) sedangkan 12 petani yang lain (25,54%) menunjukkan persepsi negatif terhadap sistem pemasaran kontrak.
3. Sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak mayoritas mendukung terhadap sistem pemasaran kontrak yaitu sebanyak 32 petani (68,08%) sedangkan sikap yang tidak mendukung adalah sebanyak 15 petani (31,92%).
4. Terdapat kaitan antara persepsi dengan sikap petani terhadap sistem pemasaran kontrak di Gapoktan Tani Makmur dengan keeratan yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2021). Profil penduduk Indonesia. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Daniel, W. W. (1990). *Biostatistics: A foundation for analysis in the health sciences*. John Wiley & Sons. Florida.
- Ginting. 2010. *Perancangan produk*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hermanto. (2012). Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 18(4), 472-481
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia. Jakarta. Indonesia.
- Philip, Kotler. 2016. 1993. *Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT Rosda karya. Jakarta.
- Philip, Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya. Jakarta.
- Richard Paul and Linda Elder. (2013) *Critical Thinking: Tools for Your Learning and Your Life*. Pearson Education. London
- Rosislawati, E., Siregar, H., & Santoso. (2013) *Tanggungjawab Keluarga dan Kebutuhan Hidup: Studi Kasus pada Keluarga di Indonesia*.
Jurnal Ekonomi & Pembangunan Indonesia. 14(2). Fakultas Ekonomi & bisnis UGM. 124-138. Yogyakarta.
- Siegel. 1997. *Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu Sosial*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Siagian. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta. Sugiyono. 2010. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung.
- Tjiptoherijanto, Prijono. 2001. *Proyeksi Penduduk, Angkatan Kerja, Tenaga Kerja, dan Peran Serikat Pekerja dalam Peningkatan Kesejahteraan*. *Majalah Perencanaan Pembangunan*. Edisi 23 tahun 2001
- Usman H dan AP Setiady. 2012. *Pengantar Statistika*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Umar Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta
- Winarno, S. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah (dalam Metode Teknik)*. Kanisius. Bandung.