

# 2020

KAJIAN PENGEMBANGAN SISTEM  
PENJUALAN BERBASIS TEKNOLOGI  
AGRISBISNIS



BADAN PENELITIAN,  
PENGEMBANGAN DAN  
INOVASI DAERAH  
KABUPATEN BULELENG

**LAPORAN AKHIR**  
**KAJIAN PENGEMBANGAN SISTEM**  
**PENJUALAN BERBASIS TEKNOLOGI**  
**AGRISBISNIS**



**BADAN PENELITIAN, PENGEMBANGAN**  
**DAN INOVASI DAERAH**  
**KABUPATEN BULELENG**  
**2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LAPORAN AKHIR**

**KAJIAN**

**PENGEMBANGAN SISTEM PENJUALAN BERBASIS**

**TEKNOLOGI AGRISBISNIS**

**Disetujui,**

**Kepala Badan Penelitian, Pengembangan dan Inovasi Daerah**  
**Kabupaten Buleleng**  
**Selaku Ketua Tim Pengendali Mutu,**

**dr. GEDE WIARTANA, M.Kes.**  
**NIP. 19620204 198711 1 002**

# **KAJIAN PENGEMBANGAN SISTEM PENJUALAN BERBASIS TEKNOLOGI AGRISBISNIS**

**Oleh: Tim Kelitbangan**

## **Ringkasan**

Pemerintah Kabupaten Buleleng telah melakukan berbagai kebijakan dan program yang ditujukan untuk meningkatkan produksi dan produktivitas sektor pertanian, sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat pedesaan secara umum. Namun kinerja pembangunan di sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan yang ada baik itu perubahan kebijakan dalam negeri, luar negeri bahkan faktor luar kendali manusia seperti bencana alam. Upaya-upaya praktis sudah dilakukan baik itu berupa penyediaan inovasi teknologi, pengembangan industri hilir untuk menambah nilai ekonomis produk pertanian, peningkatan jaringan kemitraan ekonomi dan perbaikan data dan informasi pertanian. Pandemi covid-19 yang terjadi saat ini menyebabkan rasa ketakutan luar biasa di masyarakat. Terjadi pembatasan aktivitas masyarakat secara global, baik atas kesadaran sendiri dari masyarakat dan juga pembatasan-pembatasan oleh pemerintah. Pembatasan aktivitas masyarakat ini termasuk dalam bentuk terhentinya aktivitas keluar daerah terutama untuk berwisata. Kondisi ini sangat berdampak pada sektor pariwisata dan sektor bisnis lainnya sehingga terjadi permasalahan ekonomi secara global termasuk penurunan ataupun pembatasan konsumsi masyarakat akan barang dan jasa bahkan terjadinya pemutusan kerja. Kondisi memprihatinkan ini juga berdampak signifikan di sektor pertanian tidak terkecuali pertanian di Kabupaten Buleleng. Untuk menanggapi dinamika sosial ekonomi dan dampaknya, maka diperlukan sebuah kajian mengenai pengembangan sistem penjualan berbasis teknologi agribisnis yang mampu memberikan peluang bagi masyarakat petani khususnya dan pemerintah daerah dalam menjawab kebutuhan pasar yang sangat cepat dengan dinamisme perkembangan teknologi pemasaran di dalamnya dalam rangka peningkatan ekonomi, kemandirian, dan berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng dengan menggunakan metode survey, serta menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian merekomendasikan : (1) Sinergi nyata antar dinas, BUMD dan pihak terkait lainnya sangat diperlukan untuk memajukan pertanian di Kabupaten Buleleng dari proses produksi pertanian sampai dengan pendistribusiannya sehingga keberpihakan pemerintah pada sektor pertanian semakin nyata. Regulasi yang mengatur implementasi sinergi ini sangat diperlukan untuk menegaskan tugas dan tanggungjawab masing-masing pihak yang bersinergi (2) Sistem penjualan online diperlukan sebagai salah satu upaya menjembatani petani dengan konsumen sehingga dapat memutus panjangnya jalur distribusi. Regulasi terkait implementasi sistem penjualan online sangat diperlukan terutama yang mengatur pihak pengelola, wilayah kerja, keamanan.

# **STUDY ON DEVELOPMENT OF SALES SYSTEM BASED ON AGRICULTURE TECHNOLOGY**

## **SUMMARY**

The Buleleng Regency Government has carried out various policies and programs aimed at increasing the production and productivity of the agricultural sector, as well as improving the welfare of farmers and rural communities in general. However, development performance in the agricultural sector is strongly influenced by environmental dynamics, both changes in domestic and foreign policies. country even factors beyond human control such as natural disasters. Practical efforts have been made both in the form of providing technological innovation, developing downstream industries to add economic value to agricultural products, increasing economic partnership networks and improving agricultural data and information. The current Covid-19 pandemic has caused tremendous fear in the community. There are restrictions on community activities globally, both on the awareness of the community and also restrictions by the government. This restriction of community activities includes the cessation of activities outside the region, especially for tourism. This condition greatly impacts the tourism sector and other business sectors, resulting in global economic problems, including a reduction or limitation in public consumption of goods and services and even layoffs. This apprehensive condition also has a significant impact on the agricultural sector, including agriculture in Buleleng Regency. To respond to the socio-economic dynamics and their impacts, a study is needed on the development of an agribusiness technology-based sales system that is able to provide opportunities for farming communities in particular and local governments to answer market needs. which is very fast with the dynamism of the development of marketing technology in it in the context of increasing the economy, independence, and sustainability. This research was conducted in Buleleng Regency using survey methods, as well as using quantitative and qualitative approaches. The results of the study recommend: (1) Real synergy between agencies, BUMDs and other related parties is needed to advance agriculture in Buleleng Regency from the agricultural production process to its distribution so that the government's support for the agricultural sector is increasingly apparent. The regulations governing the implementation of this synergy are very necessary to confirm the duties and responsibilities of each synergy party. (2) An online sales system is needed as an effort to bridge farmers and consumers so that they can cut the length of distribution channels. Regulations related to the implementation of an online sales system are needed, especially those that regulate management, work areas, security.

## PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas berkat rahmat-Nya kajian ”**Pengembangan Sistem Penjualan Berbasis Teknologi Agrisbisnis**” dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai upaya mengkaji kelayakan pengembangan sistem penjualan produk pertanian di Kabupaten Buleleng. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi penting terkait implementasi sistem penjualan produk pertanian di Kabupaten Buleleng.

Dalam kesempatan ini, tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah ikut berkontribusi di dalam penyelesaian kajian ini, yaitu :

1. Bapak Bupati Buleleng selaku Ketua Majelis Pertimbangan beserta seluruh anggota Majelis Pertimbangan;
2. Tim Pengendali Mutu Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Buleleng beserta seluruh anggota;
3. Tim Kelitbangan Kabupaten Buleleng beserta anggota;
4. Bapak Dr. Gede Adi Yuniarta, SE, M.Si, Ak, CPA selaku tenaga ahli peneliti dari Universitas Pendidikan Ganesha ; dan
5. Para Pimpinan Perangkat Daerah beserta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam proses penyelesaian kajian ini.

Disadari sepenuhnya kajian ini masih memiliki banyak kekurangan, berkenaan dengan hal tersebut kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca sangat diharapkan guna penyempurnaannya. Semoga kajian ini dapat dimanfaatkan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kabupaten Buleleng terkait untuk peningkatan kinerjanya dalam rangka mewujudkan masyarakat Buleleng yang mandiri, sejahtera dan berdaya saing berdasarkan *Tri Hita Karana*.

Singaraja, Nopember 2020  
Kepala Badan penelitian Pengembangan Dan  
Inovasi Daerah Kabupaten Buleleng

**dr. Gede Wiartana, M. Kes.**  
**NIP. 19620204 198711 1 002**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>RINGKASAN</b> .....	iii
<b>SUMMARY</b> .....	iv
<b>PRAKATA</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	7
1.3 Manfaat Penelitian .....	8
<b>Bab II Tinjauan Pustaka</b> .....	9
2.1 Konsep Pertanian Dan Agribisnis .....	9
2.2 Konsep Penjualan .....	12
2.3 Konsep Penjualan Berbasis Teknologi (digital marketing) .....	14
<b>Bab III Metodologi</b> .....	18
3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	18
3.3 Populasi dan sampel .....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	19
3.5 Instrumen Penelitian .....	20
4.6 Teknik Analisis Data .....	20
<b>Bab IV Analisa Data</b> .....	23
4.1 Karakteristik Responden .....	23
4.2 Pengujian instrumen .....	26
4.3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	28
4.4 Hasil <i>Fokus Group Discussion</i> .....	32

<b>Bab V Hasil dan Pembahasan</b> .....	34
5.1 Hasil Penelitian .....	34
5.2 Pembahasan .....	48
<b>Bab VI Penutup</b> .....	56
6.1 Kesimpulan .....	56
6.2 Rekomendasi .....	56
Daftar Pustaka .....	59
Lampiran-Lampiran	



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1</b>	Distribusi Responden Konsumen Langsung Produk Pertanian Menurut Kelompok Umur .....	24
<b>Tabel 4.2</b>	Distribusi Responden Produsen (petani) Menurut Kelompok Umur .....	24
<b>Tabel 4.3</b>	Distribusi Responden Berdasarkan pekerjaan .....	25
<b>Tabel 4.4</b>	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	25
<b>Tabel 4.5</b>	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	26

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 5.1</b>	Pola Pembelian Produk Pertanian Secara Online .....	37
<b>Gambar 5.2</b>	Intensitas Responden Dala, Belanja Online Produk Pertanian ....	38
<b>Gambar 5.3</b>	Kebutuhan Sistem Belanja Online Produk Pertanian di Masa Pandemi Covid-19 .....	39
<b>Gambar 5.4</b>	Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian di masa pandemi covid 19 berakhir (normal) .....	40
<b>Gambar 5.5</b>	Skala prioritas produk pertanian belanja online .....	41
<b>Gambar 5.6</b>	Persepsi kepercayaan terhadap produk pertanian dijual secara online .....	42
<b>Gambar 5.7</b>	Persepsi kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian dijual secara online .....	43
<b>Gambar 5.8</b>	Pengharapan Responden akan Kemudahan penggunaan sistem pembelian online .....	44
<b>Gambar 5.9</b>	Pengharapan Responden akan Kualitas Informasi Sistem Pembelian Online .....	45

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Kinerja pembangunan Nasional Indonesia secara umum, dan khususnya kinerja pembangunan di sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan strategis, baik yang berasal dari faktor-faktor perubahan di dalam negeri, maupun faktor-faktor dari luar negeri, atau bahkan faktor-faktor perubahan yang di luar kendali manusia (faktor alam dan lingkungan global) yang dikenal sebagai external factors. Faktor-faktor tersebut secara sendiri-sendiri, atau secara bersamaan secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi kinerja sektor pertanian, yang pada gilirannya akan berdampak kepada aspek sosial dan ekonomi masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Buleleng sudah mengeluarkan berbagai upaya dan kebijakan untuk meningkatkan sektor pertanian. Namun kinerja pembangunan di sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan yang ada baik itu perubahan kebijakan dalam negeri, luar negeri bahkan faktor luar kendali manusia seperti bencana alam. Upaya-upaya praktis sudah dilakukan baik itu berupa penyediaan inovasi teknologi, pengembangan industri hilir untuk menambah nilai ekonomis produk pertanian, peningkatan jaringan kemitraan ekonomi dan perbaikan data dan informasi pertanian.

Pandemi covid-19 yang terjadi saat ini menyebabkan rasa ketakutan luar biasa di masyarakat dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Terjadi pembatasan aktivitas masyarakat secara global, baik atas kesadaran sendiri dari masyarakat dan juga pembatasan-pembatasan oleh pemerintah. Pembatasan aktivitas masyarakat ini termasuk dalam bentuk terhentinya aktivitas keluar daerah terutama untuk berwisata. Kondisi ini sangat berdampak pada sektor pariwisata dan sektor bisnis lainnya sehingga terjadi permasalahan ekonomi secara global termasuk penurunan ataupun pembatasan konsumsi masyarakat akan barang dan jasa bahkan terjadinya pemutusan kerja. Kondisi memprihatinkan ini juga

berdampak signifikan di sektor pertanian tidak terkecuali pertanian di Kabupaten Buleleng.

Pemerintah dalam melaksanakan tugasnya, mengeluarkan berbagai regulasi dan kebijakan sebagai instrumen untuk mengarahkan dan mendorong pertumbuhan pembangunan pertanian, agar pembangunan pertanian dapat mencapai tujuan dan sasaran pembangunan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sebagai negara yang menganut keterbukaan ekonomi seperti Indonesia, sudah barang tentu, bahwa pembangunan ekonomi secara umum dan khususnya pembangunan sektor pertanian, tidak dapat lepas dari pengaruh perubahan-perubahan kebijakan yang dilakukan oleh negara, atau kelompok negara lain yang mempunyai hubungan perdagangan dan ekonomi dengan Indonesia. Kajian penelitian terkait perdagangan yang kedua adalah dari riset. Rahmat et al. (2014) dengan judul “Kajian Kebijakan Pengendalian Impor Produk Hortikultura”. Penelitian ini merekomendasikan bahwa pada hakekatnya faktor penting untuk mengendalikan impor adalah peningkatan produksi hortikultura bermutu dengan harga bersaing, dan ini membutuhkan pendekatan yang komprehensif. Pemerintah perlu segera membenahi industri berbasis pertanian lokal secara terencana, konsisten, dan berkesinambungan. Kebijakan yang diambil harus mampu meningkatkan daya saing produk-produk pertanian strategis untuk menguasai pasar domestik dan sekaligus mampu menembus pasar global.

Salah satu penelitian yang cukup strategis adalah penelitian “Evaluasi Kebijakan Pengembangan Bioenergi di Sektor Pertanian” (Agustian et al., 2014). Melalui penelitian “Kajian Kesiapan Sektor Pertanian Menghadapi Pasar Tunggal ASEAN 2015” (Pasaribu et al., 2014) yang mempelajari daya saing beberapa komoditas pertanian, direkomendasikan bahwa pemerintah perlu segera membenahi industri berbasis pertanian lokal secara terencana, konsisten, dan berkesinambungan. Kebijakan yang diambil harus mampu meningkatkan daya saing produk-produk pertanian strategis untuk menguasai pasar domestik dan sekaligus mampu menembus pasar ASEAN dan global. Berikutnya, dari studi “Outlook Pertanian 2015–2019” (Setiyanto et al., 2014) menemukan bahwa

perubahan iklim akan menyebabkan penurunan produksi pangan dunia. Dengan demikian, kemungkinan produksi pangan dunia tidak akan mampu memenuhi seluruh permintaan, dan harga pangan dan produk pertanian dunia akan meningkat. Peningkatan produksi dalam negeri yang dilakukan dengan segenap kemampuan adalah jalan terbaik. Persiapan sektor pertanian Indonesia harus dilakukan secara terus menerus, termasuk setelah MEA 2015 diberlakukan, dengan orientasi yang semakin tinggi terhadap penguasaan pasar komoditas/produk strategis pertanian. Beberapa aspek terkait dengan penyiapan sektor pertanian di antaranya mencakup (a) perbaikan sistem agribisnis dengan kegiatan pengolahan untuk meningkatkan daya saing produk; (b) instrumen kebijakan yang didasarkan atas harmonisasi, sinkronisasi, dan konsistensi kebijakan pembangunan ekonomi antara pemerintah pusat dan daerah; (c) ketersediaan infrastruktur pertanian (produksi, pengolahan, dan pemasaran); (d) penguatan kelembagaan ekonomi yang membuka peluang pasar produk pertanian strategis.

Hasil-hasil kajian yang diarahkan untuk membantu strategi pengembangan produk berkualitas di antaranya mencakup (a) penyediaan inovasi teknologi dan kelembagaan untuk optimalisasi pemanfaatan sumber daya pertanian; (b) pengembangan industri hilir pertanian/agroindustri berbasis kelompok tani untuk meningkatkan nilai tambah, daya saing, dan ekspor produk pertanian (segar dan olahan); (c) peningkatan jaringan kemitraan ekonomi (*public-private-partnership*) produk pertanian; dan (d) perbaikan data dan informasi (*real-time, complete, reliable*) atas produk pangan dan pertanian. Kegiatan pelatihan atau pengawalan kepada produsen/pelaku usaha (penerapan teknologi dan inovasi perlu dirancang dan dilaksanakan secara konsisten dan berkesinambungan. Pelatihan dan pendampingan dalam berbagai uji coba peningkatan mutu produk pertanian (segar dan olahan) harus dilakukan secara terkoordinasi melalui kerja sama kegiatan dengan instansi dan dinas terkait, khususnya untuk mengembangkan komoditas strategis. Perlu pula dibentuk team dengan agenda kegiatan yang relevan dan langsung terkait dengan penyiapan dan pengendalian kinerja sektor pertanian.

Kebijakan dan strategi harus dilengkapi dengan berbagai langkah operasional yang dapat diterapkan, khususnya di berbagai sentra produksi di daerah.

Kebijakan strategis perlu segera disiapkan, mencakup kegiatan pemasaran atau perdagangan dengan implementasi aksi untuk meningkatkan daya saing dan penerapan standar produk, sebagai pedoman membangun instrumen kebijakan dan sekaligus berupaya meningkatkan *scorecard value* menghadapi dinamika pasar menuju revolusi industri 4.0. Instrumen kebijakan juga mencakup penyiapan peta jalan (*road map*) distribusi dan pemasaran produk pertanian yang didiseminasikan secara terprogram kepada berbagai kalangan (*stakeholders*) terkait di pusat dan daerah. Untuk itu, dalam rangka meningkatkan efisiensi pembangunan pertanian ke depan dibutuhkan sistem penjualan yang difokuskan pada produk-produk dan wilayah-wilayah yang mampu mengungkit pertumbuhan dan mencapai target dan sasaran pertanian. Pendekatan teknologi dinilai menjadi pendekatan yang tepat dan diharapkan mampu mengatasi berbagai kelemahan sisi perencanaan, implementasi pembangunan, dan pendekatan pembangunan yang menjadi penyebab kinerja pembangunan pertanian semakin menurun.

Berdasarkan pendekatan sistem penjualan produk agribisnis berbasis teknologi dinilai tepat dan lebih sesuai dengan efektifitas dan efisiensi distribusi komoditas pertanian, pembangunan yang berdimensi kewilayahan, dan upaya peningkatan efisiensi dan efektivitas pembangunan pertanian, serta peningkatan daya saing pertanian. Sesuai dengan tujuannya, maka sudah barang tentu pencapaiannya sangat dipengaruhi oleh dinamika perubahan lingkungan strategis yang dihadapi. Perubahan lingkungan strategis dimaksud dapat merupakan perubahan lingkungan strategis yang bersifat internal, yang dapat dibedakan atas faktor-faktor dapat menjadi kekuatan (*strength*), dan faktor-faktor yang dapat menjadi kelemahan (*weakness*) dalam implementasinya. Selain itu, dalam menghadapi perubahan lingkungan strategis yang berasal dari “luar”, atau dikenal dengan *external factors*, yang dapat dibedakan menjadi peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Kajian strategis ini disusun sebagai acuan dalam menyusun agenda utama kegiatan penelitian dan pengkajian di bidang sosial ekonomi pertanian, dan analisis kebijakan pertanian yang akan dilaksanakan. Kajian ini juga dapat dijadikan acuan bagi penyusunan program dan kegiatan guna mengantisipasi perubahan lingkungan strategis baik di tingkat nasional, regional maupun internasional yang diperkirakan akan mempengaruhi dinamika perkembangan dan struktur perekonomian nasional dan pembangunan sektor pertanian. Selain itu, kajian ini juga disusun sebagai acuan bagi pengembangan kapasitas kelembagaan dalam pelaksanaan tugas penelitian dan pengkajian di bidang sosial ekonomi pertanian, serta melaksanakan analisis kebijakan pertanian.

Sejalan dengan redefinisi peran dan program aksi pembangunan pertanian kedepan, *World Bank* dalam laporannya berjudul “*Agriculture & Rural Development: Contributing to International Development*”, tentang perancangan penelitian dan pengembangan pertanian untuk pembangunan, sedikitnya ada enam konteks dinamika lingkungan strategis regional dan global yang perlu dipertimbangkan (Byerlee & de Janvry, 2008), yaitu: (a) peluang dan tantangan pengembangan bahan bakar nabati; (b) mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim dalam pembangunan pertanian; (c) harmonisasi dan sinergi pembangunan pertanian dan lingkungan; (d) dimensi dan pengarus-utamaan gender dalam pembangunan pertanian; (e) pembangunan pertanian dan pengentasan kemiskinan; dan (f) perspektif dan implikasi krisis pangan dan finansial global terhadap pertanian dan kemiskinan.

Pembangunan pertanian dan kelestarian lingkungan merupakan dua aspek yang tidak dapat dipisahkan. Pertanian memegang peran dominan dalam pelestarian lingkungan, sementara itu pertanian pengguna utama sumberdaya alam sehingga secara potensial dapat berisiko terhadap kerusakan lingkungan. Kerugian ekonomi ini dapat diminimisasi melalui strategi reformasi kebijakan dan kelembagaan, serta inovasi teknologi pertanian berkelanjutan. Beberapa dukungan kebijakan terkait dengan pengembangan pertanian berkelanjutan yang perlu dipertimbangkan adalah: (a) eliminasi kendala dan kebijakan yang bersifat

distortif, dalam pengembangan usaha tani berkelanjutan; (b) penerapan regulasi dan sistem insentif bagi pelaku dan implementasi pertanian berkelanjutan, seperti insentif investasi, reward finansial, sistem sertifikasi pertanian ramah-lingkungan; (c) investasi inovasi teknologi dalam rangka minimisasi trade-off antara pertumbuhan ekonomi tinggi dan pengentasan kemiskinan dalam pembangunan pertanian (seperti teknologi konservasi, tanaman penutup tanah sumber pupuk organik, pengembangan pestisida nabati, dan lain-lain); dan (d) pengembangan kapasitas kelembagaan dan prakarsa program aksi terkait dengan pengembangan *agro-forestry*, pengembangan DAS berbasis partisipasi masyarakat untuk mencegah degradasi dan erosi lahan, dan lain-lain.

Pada dasa warsa mendatang, kelangkaan sumberdaya lahan dan air di tingkat regional dan global akan semakin menjadi kenyataan. Konsekwensinya adalah tumpuan pemenuhan kebutuhan pangan kedepan akan sangat ditentukan oleh kemampuan dalam peningkatan produktivitas pertanian melalui penciptaan dan aplikasi teknologi. Selaras dengan pembangunan sektor pertanian terkait dengan akselerasi tingkat pertumbuhan pertanian dan pengentasan kemiskinan di negara berkembang, dibutuhkan prioritas pemacuan investasi penelitian dan pengembangan pertanian.

Terkait dengan percepatan investasi *Research and Development* (R&D) kedepan, beberapa pemikiran yang perlu dipertimbangkan (Byerlee and de Janvry, 2008), adalah: (a) pengembangan teknologi pertanian berkelanjutan dalam mendorong peningkatan dan stabilitas hasil/produktivitas usaha tani; (b) penciptaan varietas dengan tingkat hasil yang lebih tinggi dan resisten terhadap hama/penyakit, perlu dikomplemen dengan atribut yang responsif terhadap perubahan iklim seperti mampu beradaptasi terhadap kekeringan, panas, banjir, dan salinitas; (c) pengembangan teknologi dengan penekanan yang lebih tinggi terhadap keberlanjutan sistem produksi, seperti teknologi tanpa-olah tanah/zero-tillage, pemanfaatan tanaman/leguminosa fiksasi nitrogen, dan teknologi PHT; (d) kemitraan pemerintah-swasta dalam investasi, penciptaan, dan pengembangan teknologi, mengingat dominasi peran pemerintah/investasi publik



dalam R&D selama ini; (e) pengembangan kelembagaan dan kemitraan antara lembaga riset dan penyuluhan dalam rangka peningkatan relevansi dan efektivitas penciptaan dan pemanfaatan hasil penelitian; dan (f) peningkatan proporsi alokasi dana riset di negara berkembang atas prakarsa sendiri dan dikomplemen dengan kontinuitas dukungan teknis, manajemen, dan pendanaan dari lembaga internasional dan negara maju.

Kembali lagi pada dampak dari pandemi covid-19 yang menyebabkan aktivitas ekonomi menurun secara drastis. Pendapatan masyarakat menurun sehingga berbagai aktivitas ekonomi di masyarakat menjadi terganggu. Demikian pula yang dialami para petani di Kabupaten Buleleng. Permintaan yang sebelumnya tinggi akan hasil pertanian akibat dari pesatnya industri pariwisata akhirnya menjadi turun ketitik terendah akibat pandemi covid 19. Ditambahkan lagi akibat dari menurunnya pendapatan masyarakat menyebabkan permintaan produk pertanian dari masyarakat ikut turun drastis. Permasalahan lainnya adalah akibat tersendatnya jalur distribusi pengiriman produk ke konsumen karena pembatasan aktivitas masyarakat semakin membuat keadaan menjadi semakin terpuruk. Terjadi penurunan pendapatan signifikan di masyarakat termasuk juga dialami oleh petani di Kabupaten Buleleng.

## **1.2 TUJUAN PENELITIAN**

Kajian pengembangan sistem penjualan berbasis teknologi agribisnis dalam mendukung bio-industri yang mandiri, berdaulat dan berkelanjutan disusun dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah dan tantangan pembangunan pertanian, khususnya dalam aspek sosial ekonomi;
2. Merumuskan strategi penelitian sosial ekonomi dan analisis kebijakan pertanian yang tanggap atas dinamika lingkungan strategis pembangunan;
3. Menyusun prioritas program penelitian yang sesuai dengan sasaran dan tujuan pembangunan pertanian;
4. Mengidentifikasi kebutuhan sumberdaya unit kerja.

5. Mengembangkan sistem penjualan berbasis teknologi agribisnis,
6. Implementasi dan evaluasi penerapan sistem penjualan berbasis teknologi untuk mendukung bio-industri yang mandiri, berdaulat, dan berkelanjutan.

### **1.3 MANFAAT PENELITIAN**

Menjamin konsistensi perumusan tujuan, program, dan kebutuhan sumberdaya dalam melaksanakan penelitian sosial ekonomi dan analisis kebijakan pertanian. Dengan demikian kajian ini mempunyai manfaat:

1. Sebagai acuan dalam perumusan rencana operasional program penelitian dan mobilisasi sumberdaya;
2. Sebagai media untuk mengkomunikasikan tujuan, program, dan kebutuhan sumberdaya dengan mitra kerja (*stake holder*).

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 KONSEP PERTANIAN DAN AGRIBISNIS**

Sektor pertanian tidak saja sebagai penyedia kebutuhan pangan melainkan sumber kehidupan. Konsep Pertanian dan Petani Pertanian memiliki arti penting dalam pembangunan perekonomian. Pertanian juga merupakan sumber pendapatan ekspor serta pendorong dan penarik tumbuhnya sektor-sektor ekonomi, dapat meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi, mengatasi kemiskinan dan pengangguran serta dapat mensejahterakan masyarakat. Petani adalah masyarakat yang tinggal di pedesaan dan hidupnya dengan bercocok tanam, terutama menggunakan alat tradisional. Adiwilangga (1992) mengemukakan bahwa petani adalah orang yang melakukan cocok tanam dari lahan pertaniannya atau memelihara ternak dan hasilnya dijual guna untuk mencukupi kebutuhan hidup.

Menurut Faizah (2005) petani adalah setiap orang yang melakukan usaha untuk memenuhi sebagian atau seluruh kebutuhan kehidupannya dibidang pertanian. Menurut Sutomo (2004) petani adalah orang yang menggarap, mengelola tanah milik sendiri bukan milik orang lain. Menurut Oertiwi (2013) secara umum petani dibedakan menjadi beberapa, yaitu petani pemilik lahan, petani penyewa lahan, petani penggarap, dan buruh tani. (1) Petani pemilik lahan adalah petani yang mempunyai lahan sendiri dan bertanggungjawab atas lahannya. Sehingga petani pemilik lahan mempunyai hak atas lahannya untuk memanfaatkan lahannya seperti penanaman, pemeliharaan dan pemanenan yang dilakukan sendiri. (2) Petani penyewa adalah petani yang menyewa tanah orang lain untuk kegiatan pertanian. Besarnya biaya sewa tergantung pemilik tanah yang menentukan besarnya biaya sewa. (3) Petani penggarap adalah petani yang menggarap tanah orang lain dengan sistem bagi hasil. Resiko usahatani yang ditanggung bersama dengan pemilik tanah dan penggarap dalam sistem bagi hasil. Besarnya bagi hasil tidak sama tergantung daerah masing-masing. (4) Buruh tani

adalah petani yang menggarap atau bekerja di tanah orang lain untuk mendapatkan upah kerja. Hidupnya tergantung pada pemilik sawah yang memperkerjakannya.

Petani memerlukan lahan untuk bercocok tanam guna menghasilkan bahan pangan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik yang mempunyai lahan atau yang tidak mempunyai lahan sebagai mata pencaharian untuk mencukupi kebutuhan hidup. Jadi antara petani dan pertanian tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain karena pertanian bukan hanya untuk menghasilkan pendapatan ekonomi petani saja. Semakin bergemanya kata “agribisnis” ternyata belum diikuti dengan pemahaman yang benar tentang konsep agribisnis itu sendiri. Sering ditemukan bahwa agribisnis diartikan sempit yaitu perdagangan atau pemasaran hasil pertanian. Padahal pengertian agribisnis itu masih jauh dari konsep semula yang dimaksud ( Soekartawi,1999).

Istilah "agribisnis" telah menjadi semakin populer, berbagai macam pengertian dan pemahaman tentang istilah ini telah berkembang. Dari asal katanya, "agribisnis" terdiri dari dua suku kata, yaitu "agri" (*agriculture* = pertanian) dan "bisnis" (*business* = usaha komersial). Oleh karena itu, agribisnis adalah kegiatan bisnis yang berbasis pertanian. Sebagai konsep, agribisnis dapat diartikan sebagai jumlah semua kegiatan-kegiatan yang berkecimpung dalam industri dan distribusi alat-alat maupun bahan-bahan untuk pertanian, kegiatan produksi komoditas pertanian, pengolahan, penyimpanan dan distribusi komoditas pertanian atau barang-barang yang dihasilkannya (Davis dan Golberg, 1957 dalam Soemarno, 1996). Dalam kegiatan agribisnis akan ada hubungan antara manusia dengan lingkungan dan upaya untuk memanfaatkan serta menata lingkungan tersebut sedapat mungkin sesuai dengan tujuan kegunaan yang diinginkan. Yang dimaksud memanfaatkan dalam hal ini adalah seperti memberi pupuk, unsur kimiawi yang dibutuhkan, irigasi, dan perlindungan lahan. Sedangkan yang dimaksud menata adalah memanfaatkan atau menerima suatu keterbatasan seperti

menanam dalam musim hujan, memanen dalam musim kering, atau menanam *perennial crops* pada tanah miring/lereng dan sebagainya (Siagian,1997).

Konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, meng olah hasil, pemasaran, dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Menurut Arsyad dkk (1985) dalam Soekartawi (1999), konsep agribisnis adalah suatu kegiatan yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas. Yang dimaksud dengan ada hubungan dengan pertanian dalam artian luas adalah kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian. Agribisnis merupakan suatu cara lain melihat pertanian sebagai suatu sistim bisnis yang terdiri dari empat subsistem yang berkaitan yaitu : subsistem agribisnis hulu, (pengadaan dan penyaluran sarana produksi), subsistem agribisnis usaha tani (produksi primer), subsistem agribisnis hilir (pengolahan,penyimpanan,distribusi tata niaga), dan sub sistem jasa penunjang.

Agribisnis secara umum mengandung pengertian sebagai keseluruhan operasi yang terkait dengan aktivitas untuk menghasilkan dan mendistribusikan input produksi, aktivitas untuk produksi usaha tani, untuk pengolahan dan pemasaran. Agribisnis memberikan suatu konsep dan wawasan yang sangat dalam tentang pertanian modern menghadapi milenium ketiga (Saragih, 2010). Agribisnis sebagai suatu sistem adalah seperangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Disini dapat diartikan bahwa agribisnis terdiri dari dari berbagai sub sistem yang tergabung dalam rangkaian interaksi dan interpedensi secara reguler, serta terorganisir sebagai suatu totalitas (Siagian,1997).

## 2.2 KONSEP PENJUALAN

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemendari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini, penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu : Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru. Menunjang pertumbuhan perusahaan. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

Produktivitas merupakan ukuran detail atau terinci mengenai efisiensi dan perubahannya dari waktu ke waktu. Produktivitas merupakan perbandingan antara seluruh produk barang dan jasa yang diproduksi pada waktu tertentu

dibagi dengan banyaknya jam kerja yang dibutuhkan untuk menghasilkan output tersebut. Dengan kata lain, produktivitas merupakan ukuran efisiensi dari para pekerja. Produktivitas juga berkaitan dengan kuantitas dan kualitas barang yang akan diproduksi. Jika sumber yang digunakan dengan cara yang semakin efisien, maka kuantitas output akan menjadi besar. Tetapi kuantitas output yang semakin besar jika diimbangi dengan kualitas output-nya, biasanya konsumen akan menolak produk barang dan jasa jenis tersebut.

Menurut basu Swasta dan Ibnu Sukotjo produktivitas adalah keluaran barang dan jasa per unit tenaga kerja. Untuk meningkatkan produktivitas, orang tidak cukup hanya dengan bekerja keras, tetapi juga memerlukan peralatan dan metode kerja lebih baik. Disamping itu juga diperlukan peningkatan investasi, riset dan penembangan, dan teknik-teknik manajemen yang maju. Secara umum produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (input).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut S. Wastha dan Irawan adalah sebagai berikut: Kondisi dan kemampuan penjual. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan harga produk dan syarat penjualan. Kondisi Pasar, adapun faktor-faktor kondisi pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya. Modal, untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Dan semua ini hanya dapat dilakukan oleh penjual apabila memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk melaksanakan maksud tersebut.

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses lanjutan” karena dapat menimbulkan

rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Pemasar dituntut untuk jeli serta dapat memanfaatkan situasi dalam rangka mempengaruhi konsumen target melalui kegiatan promosi. Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi konsumen maupun produsen. Bagi konsumen keuntungan yang didapat dari promosi adalah konsumen dapat mengatur keuangannya lebih baik, misalnya konsumen yang membaca iklan, dapat memilih produk yang lebih murah dibandingkan dengan produk sejenis lain yang ditawarkan. Dalam kegiatan pemasaran yang sangat kompleks dan saling berkaitan yang satu dengan yang lainnya, seperti promosi dan penjualan hendaknya dikelola dengan baik untuk meningkatkan volume penjualan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli untuk melakukan pertukaran. Sedangkan penjualan adalah pemindahan barang dan jasa yang dilakukan oleh penjual. Pada umumnya perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan akan melakukan untuk mengadakan kegiatan promosi melalui iklan, personal selling, dan publisitas. Apabila volume penjualan dirasakan cukup besar sesuai dengan yang diinginkan serta cukup mantap, maka umumnya perusahaan menurunkan kegiatan promosi atau sekedar mempertahakannya.

### **2.3 KONSEP PENJUALAN BERBASIS TEKNOLOGI (DIGITAL MARKETING)**

Digital marketing merupakan pemasaran modern dimana persaingan atau “peperangan” antara perusahaan untuk tahun-tahun berikutnya diprediksi akan menempuh jalur ini. Kenapa? Selama ini kita mengetahui bahwa pemasaran (marketing) adalah proses menyampaikan produk perusahaan kepada masyarakat dengan tujuan dapat diterima oleh publik. Perkembangan teknologi informasi yang sangat dramatis dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak transformational pada berbagai aspek kehidupan, termasuk di dalamnya dunia bisnis. Setelah berlalunya era “total quality” dan “reengineering”, kini saatnya “era elektronik” yang ditandai dengan menjamurnya istilah- istilah e- business, e-



university, e-government, e-economy, e-entertainment, dan masih banyak lagi istilah sejenis.

Salah satu konsep yang dinilai merupakan paradigma bisnis baru adalah e-business atau dikenal pula dengan istilah e-commerce sebagai bidang kajian yang relatif masih baru dan akan terus berkembang. E-Business berdampak besar pada praktek bisnis, setidaknya dalam hal penyempurnaan direct marketing, transformasi organisasi, dan redefinisi organisasi.

Ilmu digital marketing adalah cara pemasaran digital yang saat ini menjadi kebutuhan bagi perusahaan, pencalonan tenaga kerja pada bidang keahlian digital marketing seakan menjadi magnet serta daya tarik bagi perusahaan saat ini. Gaya marketing konvensional sedikit menurun dengan adanya keahlian ilmu digital marketing, sehingga membuat seseorang penjual harus mempelajari ilmu digital marketing dan segera mengupdate ilmu marketingnya untuk brand produknya agar dikenal oleh masyarakat.

Namun sebelum anda mempelajari dasar digital marketing ada baiknya mengetahui konsep dasar yang berawal dari internet atau marketing online, serta aktifitas dari digital marketing dan computer saat ini. Yang kemudian di dalam perkembangan teknologi dalam smartphone saat ini, serta aktifitas sosial media yang kita bicarakan saat ini. Pengertian digital marketing menurut para ahli adalah suatu aktifitas untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital dan internet serta aktifitas sosial media dan website, untuk menjangkau konsumen. Anda dapat memahami konsep digital marketing antara lain dengan melakukan promosi menggunakan media sosial, website, tools iklan melalui peralatan digital dan computer yang memiliki akses internet.

Aktifitas digital marketing ada 4 jenis bentuk tampilan antara lain : Audio, Video, image, text. Digital marketing memiliki arti sederhana yaitu beriklan dalam bentuk tampilan Audio, Video, Image, Text. Dengan tujuan agar mudah

ditemukan dan menjadi sumber acuan yang mengarah serta berakhir ketujuan akhir yaitu penjualan. Manfaat secara umum adalah meningkatkan omset penjualan, menjadi sumber acuan, agar dikenal masyarakat luas, menjadi bahan pertimbangan, meningkatkan pengunjung website, dan juga meningkatkan pengunjung sosial media

Digital marketing diartikan sederhana merupakan konsep pemasaran modern dengan memanfaatkan fasilitas digital online dan internet. Sebenarnya pengertiannya tidak rumit, hanya saja prosesnya sangat rumit dan membutuhkan kesungguhan serta usaha yang konsisten. Secara umum *Electronic Commerce (E-Commerce)* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang dan jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Sedangkan *E-Business* memiliki definisi yang lebih luas daripada *E-Commerce*. *E-Business* mencakup segala aspek yang ada di dalam *E-Commerce*, dan bagaimana cara menjalankan bisnis (proses internal di dalam organisasi). Di dalam *E-Commerce*, para pihak yang melakukan kegiatan perdagangan/perniagaan hanya berhubungan melalui suatu jaringan publik (*public network*) yang dalam perkembangan terakhir menggunakan media internet. Beberapa orang menggunakan istilah *E-Commerce* dan *E-Business* secara bergantian dengan satu konsep yang sama untuk mendefinisikan istilah yang cocok untuk mewakili konsep perdagangan secara elektronik. Namun, *E-Commerce* dan *E-Business* memiliki pengertian dan konsep yang berbeda. Dalam *E-Commerce*, teknologi informasi dan komunikasi (ICT) digunakan secara internal dan eksternal organisasi, serta transaksi antar organisasi dengan individu yang berorientasikan pada perolehan uang. Sedangkan *E-Business*, ICT digunakan untuk meningkatkan bisnis organisasi yang mencakup seluruh aspek bisnis baik yang berorientasi pada profit maupun nonprofit perusahaan. Definisi yang lebih komprehensif dari *E-Business* adalah transformasi proses dalam organisasi untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui penerapan teknologi informasi.

Dalam pengembangannya, *E-Commerce* memiliki 5 konsep dasar di antaranya:

1. Otomatisasi (*Automation*) Proses otomatisasi yang menggantikan proses manual (konsep “*enterprise resource planning*”)
2. Integrasi (*Integration*) Proses yang terintegrasi yang akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses (konsep “*just in time*”)
3. Publikasi (*Publishing*) Memberi jasa promosi dan komunikasi atas produk dan jasa yang dipasarkan (konsep “*electronic cataloging*”)
4. Interaksi (*Interaction*) Pertukaran data atau informasi antar berbagai pihak yang akan meminimalkan human error (konsep “*electronic data interchange*”)
5. Transaksi (*Transaction*) Kesepakatan antara 2 pihak untuk melakukan transaksi melibatkan insitusi lainnya sebagai pihak yang menangani pembayaran. (konsep “*electronic payment*”)

*Internet Marketing* atau pemasaran melalui internet adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet. Internet telah memberikan banyak manfaat untuk pemasaran, salah satunya adalah biaya yang lebih rendah dan memiliki kemampuan lebih besar untuk mendistribusikan informasi dan media ke khalayak ramai. Pemasaran *online* ini bukan hanya menjual produk saja, tapi terdiri dari berbagai aspek dalam memasarkan sebuah bisnis, diantaranya promosi, *branding*, menjual produk atau layanan, dan lain-lain. Tujuan *internet marketing* ini tidak lain adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan *profit*. Untuk lebih mudahnya, *internet marketing* itu bisa dibagi dalam dua kelompok, yaitu sebagai cara promosi secara *online* dan sebagai cara menghasilkan uang secara *online*. Inti dari *internet marketing* sebenarnya hanya dua itu, tapi tipe bisnisnya ada banyak sekali. Berikut ini adalah penjelasan beberapa tipe bisnis dalam *internet marketing*.

## **BAB III**

### **METODELOGI**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan rencana dan struktur penelitian yang di tata sedemikian rupa untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian (Kerlinger, 2006). Peneliti memfokuskan objek penelitian pada kajian pengembangan sistem penjualan berbasis online produk pertanian. Penelitian dirancang dengan menggunakan pendekatan kajian teori maupun empiris terhadap variabel pada model konseptual penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif (*positivism*) untuk mengetahui tingkat asosiatif variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.. Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian *Exploratory* dengan kuesioner sebagai metode pengumpulan data.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng Propinsi Bali. Waktu penelitian adalah tiga bulan yang dimulai dari bulan September 2020 sampai dengan bulan November 2020.

#### **3.3 Populasi dan sampel penelitian**

Populasi adalah totalitas semua nilai, hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya (Riduwan, 2013). Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan semakin besar sampel mendekati

populasi, maka kesalahan dalam generalisasi akan semakin kecil (Sugiyono, 2013). Sampel adalah bagian dari populasi dan sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Arikunto, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen produk pertanian, para petani dan para pihak pengambil kebijakan terkait pemasaran produk pertanian di kabupaten Buleleng.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menurut sumbernya terdiri atas data primer dan sekunder. Pertama, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tidak tersedia dalam bentuk kompilasi atau dokumen, harus melalui nara sumber atau responden (Sarwono, 2006). Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner diberikan langsung ke responden yang menjadi sampel penelitian, yang dalam hal ini melalui google form kepada konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga dengan target 1000 orang, pengisian form google form ini dilakukan pendampingan bagi responden yang tidak begitu terbiasa dengan format yang diberikan. Sedangkan penyebaran kuesioner secara manual dilakukan kepada responden produsen yakni para petani yang ditargetkan sebanyak 200 orang melalui tatap muka langsung yang dibantu oleh tenaga pencacah/pengumpul data. Metode pengumpulan data lainnya melalui obeservasi, wawancara dan diskusi dalam kegiatan FGD dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan

mengembangkan hasil penelitian. Kedua, data sekunder merupakan data yang sudah tersedia (Sarwono 2006). Ada beberapa pertimbangan dalam penentuan data sekunder ini; (1) harus sesuai dengan tujuan penelitian; (2) memiliki kualitas dan kesuaian dengan tujuan penelitian; (3) dapat mendukung data primer yang merupakan data utama dalam penelitian ini.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Peneliti menggunakan kuesioner yang pengukuran tiap-tiap konstruk menggunakan skala *Likert* 1 sampai dengan 5 yang mempunyai arti sebagai berikut (1) Sangat Tidak Setuju/STS, (2) Tidak Setuju/TS, (3) Cukup Setuju/CS, (4) Setuju/S, dan (5) Sangat Setuju/SS.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Instrumen Penelitian**

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner. Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang didasarkan pada rekening yang diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang yang terendah atau sebaliknya. Setiap item dalam kuesioner dengan masing-masing nilai yang berbeda, yaitu:

Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

Skor 2 : Tidak Setuju

Skor 3 : Netral

Skor 4 : Setuju

Skor 5 : Sangat Setuju

### **Uji Validitas**

Hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pengertian validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2013). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*construct validity*) yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap-tiap item dengan skor total (Sugiyono, 2013). Teknik korelasi yang digunakan adalah

*Pearson's Correlation Product Moment*. Hasil uji korelasi tersebut bisa dikatakan valid apabila lebih besar dari 0,3.

### **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas/keandalan instrumen artinya bila instrumen tersebut digunakan untuk mengukur objek yang sama dengan alat pengukuran yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pada penelitian ini, uji reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Ghozali (2011) menyatakan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

### **3.6.2 Analisis Deskriptif**

Analisis ini dipergunakan untuk memberikan penjelasan tentang data kuantitatif, variabel, indikator penelitian, termasuk di dalamnya menjelaskan hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan di lapangan dalam rangka mendapatkan kedalaman jawaban atas permasalahan spesifik yang mungkin terjadi.



## BAB IV

### ANALISA DATA

#### 4.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini diuraikan juga secara singkat karakteristik responden di lokasi penelitian yang meliputi identitas responden yang terdiri dari : (1) Umur; (2) Jenis pekerjaan; (2) Tingkat pendidikan responden .

##### 4.1.1 Umur Responden

Berdasarkan hasil survei pada 1000 orang konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga diperoleh data bahwa kisaran umur responden berada pada usia 20 tahun sampai dengan >50 tahun. Sebagian besar responden berada pada rentangan umur antara 20-29 tahun sebesar 13 persen, rentangan umur 30-39 tahun sebesar 25 persen, rentangan umur 40-49 tahun sebesar 47 persen rentangan umur >50 sebesar 15 persen dari total responden, Jadi responden didominasi pada rentangan umur 40-49 tahun. Secara lebih rinci data sebaran umur responden disajikan pada Tabel 4.1

Tabel 4.1  
Distribusi Responden Konsumen Langsung Produk Pertanian  
Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Umur (tahun)	Orang	%
1	20-29	127	13
2	30-39	255	25
3	40-49	466	47
4	>50	152	15
	Jumlah	1000	100

Berdasarkan hasil survei pada 200 orang produsen produk pertanian (petani) diperoleh data bahwa kisaran umur responden berada pada usia 20 tahun sampai dengan >50 tahun. Sebagian besar responden berada pada rentangan umur antara 20-29 tahun sebesar 13 persen, rentangan umur 30-39 tahun sebesar 25 persen, rentangan umur 40-49 tahun sebesar 47 persen rentangan umur >50 sebesar 15 persen dari total responden, Jadi responden didominasi pada rentangan umur 30-99 tahun. Secara lebih rinci data sebaran umur responden disajikan pada Tabel 4.2

Tabel 4.2  
Distribusi Responden Produsen (petani)  
Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Umur (tahun)	Orang	%
1	20-29	18	13
2	30-39	98	25
3	40-49	76	47
4	>50	8	15
	Jumlah	200	100

#### 4.1.2 Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hasil survei terhadap 1000 orang konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga maka dapat disajikan jenis pekerjaan responden. Berdasarkan Tabel 4.3 bahwa persentase reponden yang bekerja sebanyak 41 persen dan sisanya tidak bekerja sebesar 59 persen. Dapat dikatakan responden terbanyak dari penelitian ini adalah tidak bekerja sebanyak 59 persen dan lainnya yaitu bekerja dengan persentase sebesar 41 persen sesuai Tabel 4.3

Tabel 4.3  
Distribusi Responden Berdasarkan pekerjaan

No	Jenis Kelamin	Orang	%
1	Bekerja	415	41
2	Tidak Bekerja	585	59
Jumlah		1000	100

#### 4.1.3 Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan Tabel 4.4 tingkat pendidikan responden konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga adalah tidak sekolah sebanyak 2 persen, sekolah tapi tidak tamat sekolah dasar sebanyak 5 persen, tamat sekolah dasar 9 persen, pendidikan setingkat SMP pendidikan responden sebanyak 18 persen, pendidikan tingkat SMA sebanyak 47 persen, pendidikan tingkat sarjana sebanyak 18 persen, tingkat pendidikan magister adalah sebesar 1 persen.

Tabel 4.4  
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Orang	%
1	Tidak sekolah	16	2
2	Tidak tamat SD	48	5
3	Tamat SD	89	9
4	SMP	184	18
5	SMA	477	47
6	Sarjana (Dipl/S1)	178	18
7	Magister	8	1
8	Doktor	-	-
Jumlah		1000	100

Berdasarkan Tabel 4.5 tingkat pendidikan reseponden produsen langsung yakni petani adalah tidak sekolah sebanyak 4 persen, sekolah tapi tidak tamat sekolah dasar sebanyak 8 persen, tamat sekolah dasar 25 persen, pendidikan setingkat SMP pendidikan responden sebanyak 31 persen, pendidikan tingkat SMA sebanyak 28 persen, pendidikan tingkat sarjana sebanyak 4 persen, tingkat pendidikan magister dan doktor adalah sebesar 0 persen.

Tabel 4.5  
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Orang	%
1	Tidak sekolah	8	4
2	Tidak tamat SD	17	8
3	Tamat SD	50	25
4	SMP	62	31
5	SMA	56	28
6	Sarjana (Dipl/S1)	7	4
7	Magister	-	-
8	Doktor	-	-
Jumlah		200	100

## 4.2 Pengujian Instrumen

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Penelitian ini memerlukan data yang betul-betul valid dan reliabel. Dalam rangka urgensi ini, kuesioner sebelum digunakan sebagai pengumpul data penelitian primer terlebih dahulu diuji. Pengujian ini dilakukan untuk memperoleh bukti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur berupa item pertanyaan/ Pernyataan dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengujian instrument penelitian meliputi, validitas dan reliabilitas.

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Chin and Newsted, 1999), sedangkan reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur. Reliabilitas diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu (Zulganef, 2006).

#### **4.2.1 Uji Validitas Instrumen**

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini diuji validitasnya dengan tujuan untuk mengukur kemampuan instrument bersangkutan dalam mengukur apa yang sebenarnya harus diukur atau dengan perkataan lain alat ukur dapat mengukur indicator-indikator suatu objek pengukuran itu sendiri. Berdasarkan hasil analisis terhadap data skor jawaban responden uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor instrument dengan total skor pada konstruk yang diteliti. Metode korelasi yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*. Berdasarkan hasil uji dapat disimak bahwa semua instrument atau butir-butir pernyataan yang digunakan adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi antara 0,000 dan 0,020. Mengenai korelasi skor masing-masing instrument dengan total skor kelompok instrument adalah diantara 0,478 dan 0,889. Semuanya memiliki signifikansi kurang dari 0,05.

#### **4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen**

Kusioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diajukan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach alpha*. Instrument penelitian mengidentifikasi memiliki reliabilitas yang memadai

jika koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,50. Hasil uji terlihat semua koefisien *Cronbach's Alpha* memiliki nilai di atas 0,50 yaitu dengan rentang terkecil sebesar 0,767 sampai terbesar 0,882. Artinya seluruh kuesioner sebagai instrument penelitian adalah reliabel untuk mengukur variabelnya. Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat dinyatakan bahwa semua item instrumen penelitian telah memadai untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

#### **4.3 Persepsi Reponden Terhadap Variabel Penelitian**

Deskripsi atas variabel penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang data penelitian terutama terkait tentang persepsi responden terhadap variabel penelitian. Untuk mengetahui persepsi responden secara akumulatif terhadap masing-masing variabel penelitian, maka perlu dideskripsikan persepsi responden pada tiap variabel penelitian. Deskripsi persepsi responden pada tiap variabel penelitian oleh Ferdinand (2012) menjelaskan bahwa untuk dapat menginterpretasikan suatu indek persepsi dapat menggunakan kriteria *three box method*.

Rentangan kriteria *three box* adalah sebagai berikut: 10,00 - 40,00 persen dinyatakan sebagai apresiasi buruk/rendah 40,01-70,00 persen dinyatakan sebagai apresiasi cukup/sedang, dan 70,01-100 persen dinyatakan sebagai apresiasi baik/tinggi. Berikut disajikan hasil analisis deskripsi persepsi responden atas variabel penelitian pada masing-masing variabel baik itu variabel eksogen maupun endogen yang dijelaskan sebagai berikut.

#### **4.3.1 Persepsi Responden Terhadap Variabel Pola Pembelian Produk Pertanian**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap pola pembelian produk pertanian. Persepsinya terhadap item pernyataan tentang pola pembelian produk pertanian yang dapat dilihat dari pernah tidaknya membeli produk pertanian secara online, intensitas pembelian, seberapa sering menggunakan sistem pembelian secara online.. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 84 persen tergolong baik.

#### **4.3.2 Persepsi Responden Terhadap Variabel Minat Pembelian Online Produk Pertanian Di Masa Pandemi Dan Di Masa Normal**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden minat pembelian online produk pertanian. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 82 persen tergolong baik.

### **4.3.3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Komoditas Prioritas Belanja Online**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap komoditas prioritas belanja online. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 96 persen yang tergolong tinggi/baik.

### **4.3.4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (*Trust*)**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap kepercayaan dalam belanja online. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 80 persen yang tergolong baik.

### **4.3.5 Persepsi Responden Terhadap Variabel Skala Kemudahan (*Easy Of Use*)**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap skala kemudahan dalam belanja online. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 87 persen yang tergolong baik.



#### **4.3.6 Persepsi Responden Terhadap Variabel Skala Kualitas Informasi**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap skala kualitas informasi dalam belanja online. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 84 persen yang tergolong baik.

#### **4.3.7 Persepsi Responden Terhadap Variabel Pengharapan Harga**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap skala kualitas informasi dalam belanja online. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 98 persen yang tergolong sangat baik.

#### **4.3.8 Persepsi Responden Terhadap Variabel Prioritas Dan Pengharapan Keputusan Pembelian**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden prioritas dan pengharapan keputusan pembelian dalam belanja online. Bila jawaban yang diberikan cenderung ke angka 4 dan 5, maka itu artinya responden memberikan jawaban yang bagus terhadap item pernyataan. Apabila jawaban diberikan pada angka 1,2 dan 3 itu berarti responden kurang setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Secara

keseluruhan rata-rata apresiasi terhadap pola pembelian secara online sebesar 91 persen yang tergolong sangat baik.

#### **4.4 HASIL FOKUS GROUP DISCUSSION**

Metode pengumpulan data lainnya melalui diskusi dalam kegiatan FGD. Selain wawancara dan diskusi dengan pihak petani dan konsumen, diskusi dalam bentuk FGD dilakukan dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan mengembangkan hasil penelitian. Dinas terkait yang dilibatkan diantaranya Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng dan Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng. Sedangkan BUMD yang dilibatkan adalah PD. Pasar dan PD. Swatantra. Hasil FGD diantaranya :

1. Ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebagian petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih banyaknya pihak lain (perantara) yang menyebabkan panjangnya jalur distribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran.
2. Para peserta FGD sepakat bahwa sudah sepatutnya pemerintah semakin berpihak kepada petani tidak hanya pada saat produksi saja tetapi termasuk mengupayakan setiap produk pertanian didistribusikan secara lancar sampai ke konsumen melalui penyempurnaan fungsi pasar-pasar konvensional, kebijakan-kebijakan yang mendukung produk pertanian Buleleng serta pemanfaatan teknologi dalam distribusi termasuk sistem

penjualan online. Pemerintah diharapkan bisa menjembatani dari hulu ke hilir produk pertanian.

3. Ujicoba aplikasi pemasaran online berupa aplikasi peken Protani dan E-Semeton menunjukkan respon positif di masyarakat
4. Terungkap kebiasaan petani di Buleleng sebatas sebagai produsen saja, para petani tidak terbiasa melakukan fungsi-fungsi pasca panen seperti kontrol kualitas termasuk mensortir produk hasil panen.
5. Adanya harapan terwujudnya pihak yang mengambil peran dari membeli produk pertanian dalam skala besar, mensortir, melakukan kontrol kualitas, penggudangan, pengawetan sampai dengan mendistribusikan produk pertanian di Buleleng dengan harapan semakin meningkatkan keuntungan petani, pedagang dan masyarakat.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 HASIL PENELITIAN

Kajian ini dilakukan untuk memberikan masukan dan rekomendasi terkait kelayakan pengembangan sistem penjualan berbasis teknologi agribisnis. Untuk dapat memberikan masukan terkait kelayakan maka pola pengambilan keputusan yang dilakukan harus melalui pola pengambilan keputusan kelayakan bisnis/ feasibility study. Sehingga ada beberapa hal yang menjadi fokus utama yakni : (1) pemasaran, (2) produk dan pihak-pihak terkait. Untuk itu maka sangat diperlukan persepsi, pandangan dan pengharapan dari pihak-pihak ini yakni : (1) untuk kepastian pemasaran maka yang menjadi responden adalah konsumen langsung produk pertanian yakni para ibu rumah tangga, (2) untuk kesiapan produk pertanian maka yang menjadi responden adalah para petani, (3) untuk pihak-pihak terkait lainnya maka dipilih Dinas/SKPD terkait dan BUMD.

Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner diberikan langsung ke responden yang menjadi sampel penelitian, yang dalam hal ini melalui google form kepada konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga dengan target 1000 orang, pengisian form google form ini dilakukan pendampingan bagi responden yang tidak begitu terbiasa dengan format yang diberikan. Sedangkan penyebaran kuesioner secara manual dilakukan kepada responden produsen yakni para petani yang ditargetkan sebanyak 200 orang melalui tatap muka langsung yang dibantu oleh tenaga pencacah/pengumpul data. Metode pengumpulan data lainnya melalui obeservasi, wawancara dan diskusi dalam kegiatan FGD dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan mengembangkan hasil penelitian.

Responden dalam penelitian ini adalah : konsumen langsung produk pertanian dan petani. Berdasarkan hasil survei pada konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga diperoleh data bahwa kisaran umur responden berada pada usia 20 tahun sampai dengan >50 tahun. Sebagian besar responden berada pada rentangan umur antara 20-29 tahun sebesar 13 persen, rentangan umur 30-39 tahun sebesar 25 persen, rentangan umur 40-49 tahun sebesar 47 persen rentangan umur >50 sebesar 15 persen dari total responden, Jadi responden didominasi pada rentangan umur 40-49 tahun. Sedangkan karenateristik responden produsen produk pertanian (petani) diperoleh data bahwa kisaran umur responden berada pada usia 20 tahun sampai dengan >50 tahun. Sebagian besar responden berada pada rentangan umur antara 20-29 tahun sebesar 13 persen, rentangan umur 30-39 tahun sebesar 25 persen, rentangan umur 40-49 tahun sebesar 47 persen rentangan umur >50 sebesar 15 persen dari total responden, Jadi responden didominasi pada rentangan umur 30-99 tahun.

Berdasarkan pekerjaan responden konsumen langsung bahwa persentase reponden yang bekerja sebanyak 41 persen dan sisanya tidak bekerja sebesar 59 persen. Dapat dikatakan responden terbanyak dari penelitian ini adalah tidak bekerja sebanyak 59 persen dan lainnya yaitu bekerja dengan persentase sebesar 41 persen. Tingkat pendidikan responden konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga adalah tidak sekolah sebanyak 2 persen, sekolah tapi tidak tamat sekolah dasar sebanyak 5 persen, tamat sekolah dasar 9 persen, pendidikan setingkat SMP pendidikan responden sebanyak 18 persen, pendidikan tingkat

SMA sebanyak 47 persen, pendidikan tingkat sarjana sebanyak 18 persen, tingkat pendidikan magister adalah sebesar 1 persen.

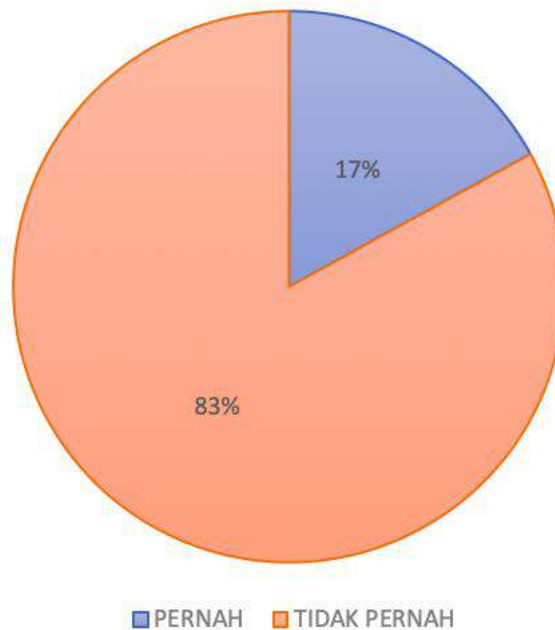
Sedangkan tingkat pendidikan reseponden produsen langsung yakni petani adalah tidak sekolah sebanyak 4 persen, sekolah tapi tidak tamat sekolah dasar sebanyak 8 persen, tamat sekolah dasar 25 persen, pendidikan setingkat SMP pendidikan responden sebanyak 31 persen, pendidikan tingkat SMA sebanyak 28 persen, pendidikan tingkat sarjana sebanyak 4 persen, tingkat pendidikan magister dan doktorvadalah sebesar 0 persen.

### **5.1.1 HASIL PENELITIAN TERHADAP KONSUMEN LANGSUNG**

Responden konsumen langsung produk pertanian adalah ibu rumah tangga, pemilihan responden ini karena dianggap secara rasional produk pertanian lebih mengacu pada kebutuhan rumah tangga sehingga para ibu rumah tangga dianggap paling tepat mewakili responden. Ada beberapa dimensi persepsi, pandangan dan pengharapan para responden yang dikelompokkan dalam beberapa variabel dan indikator penelitian yakni : (1) pola pembelian produk pertanian, (2) minat pembelian online produk pertanian di masa pandemi dan di masa normal, (3) komoditas prioritas belanja online, (4) kepercayaan (*trust*), (5) skala kemudahan (*easy of use*), (6) skala kualitas informasi, (7) pengharapan harga, (8) prioritas dan pengharapan keputusan pembelian.

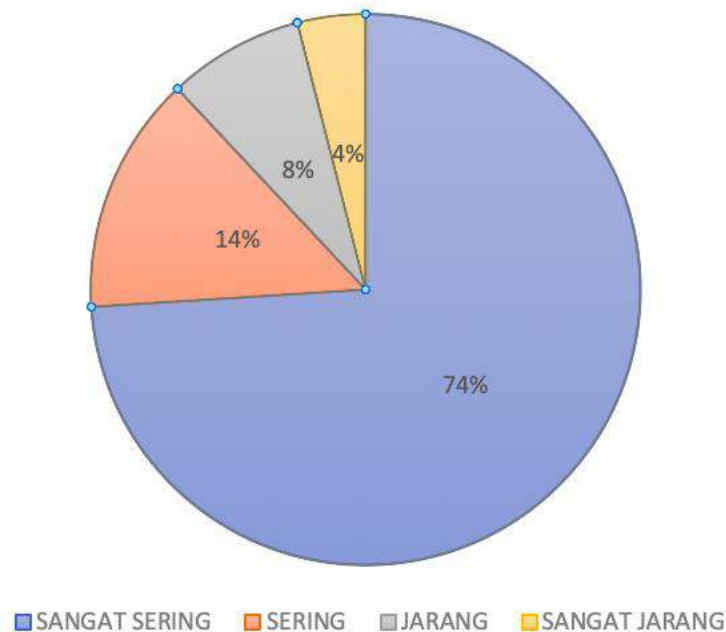
Hasil penelitian terkait pola pembelian produk pertanian yang selama ini sudah dilakukan oleh para responden yakni bagaimana para responden melakukan transaksi jual beli untuk memperoleh produk hasil pertanian untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka. Pola pembelian ini sangat diperlukan untuk mengetahui bagaimana selama ini yang dilakukan oleh pembeli untuk memperoleh gambaran menyeluruh untuk memberikan pertimbangan-

pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya pembelian produk pertanian secara online. Hasilnya dapat dilihat pada gambar 5.1 berikut ;



**Gambar 5.1**  
**Pola Pembelian Produk Pertanian secara Online**

Berdasarkan hasil penelitian maka menunjukkan bahwa 17 % responden pernah melakukan pembelian produk pertanian secara online dan sebagian besar yakni 83% tidak pernah membeli produk pertanian secara online. Jika dilihat persentasenya memang jauh lebih kecil bahwa selama ini yang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Namun jika dirasionalkan dengan luasnya pasar di Kabupaten Buleleng maka nilai ini cukuplah besar sebagai market share untuk pola penjualan secara online. Berdasarkan hasil penelitian berikutnya terkait dengan intensitas yang pernah melakukan pembelian secara online maka dapat dilihat pada gambar 5.2 berikut :



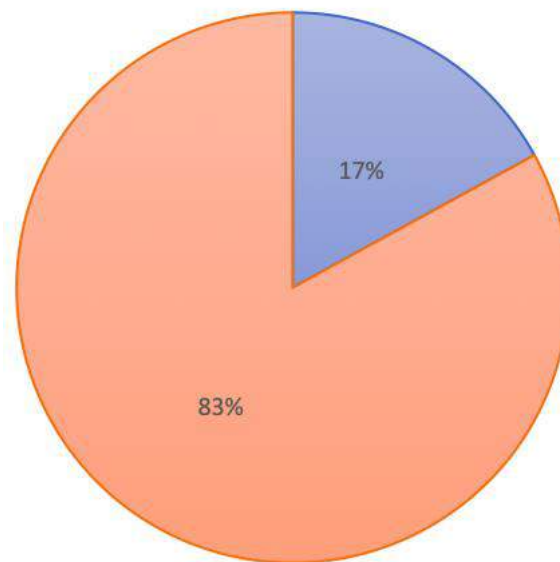
**Gambar 5.2**

### **Intensitas Responden Dalam Belanja Online Produk Pertanian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari responden yang pernah melakukan pembelian online produk pertanian ternyata 74% intensitasnya sangat sering, 14% sering melakukan belanja online produk pertanian, sebanyak 8% jarang dan 4% sangat jarang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Hasil ini jika diperdalam lagi menunjukkan 74% sangat sering dan 14% sering melakukan belanja online. Hasil ini menjelaskan bahwa para responden yang pernah melakukan belanja online produk pertanian ternyata memiliki ketertarikan dan keinginan untuk mengulang lebih sering melakukan aktivitas tersebut, sehingga bisa dikatakan mereka sangat memerlukan dan merasa puas dalam berbelanja online produk pertanian. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika bisa menarik minat konsumen lainnya yang tidak pernah belanja online produk pertanian jika bisa digiring untuk berbelanja online bisa jadi dalam rentangan 88% akan sering melakukan belanja online setelah pertama kali melakukan belanja online. Sudah pasti ini memerlukan upaya promosi sistem penjualan namun jika berhasil akan ada pasar yang menjanjikan.



Persepsi berikutnya adalah bagaimana minat pembeli online produk pertanian di masa pandemi covid-19. Hasil kuesioner terakumulasi pada 3 hasil yakni sangat perlu, perlu dan tidak perlu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 68%, 20% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 12 % responden menyatakan tidak perlu seperti pada gambar 5.3 berikut.

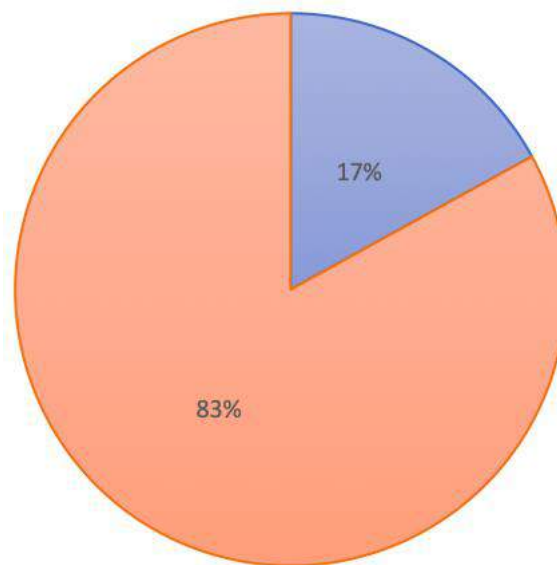


**Gambar 5.3**  
**Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian**  
**di masa pandemi covid 19**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 sebagian masyarakat yakni 68% dan 20% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Tentu ini merupakan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka.

Persepsi berikutnya adalah bagaimana minat pengharapan pembeli online produk pertanian di saat masa pandemi covid-19 berrakhir. Hasil kuesioner terakumulasi pada 3 hasil yakni sangat perlu, perlu dan tidak perlu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat

perlu yakni di angka 49%, 31% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 20 % responden menyatakan tidak perlu seperti pada gambar 5.4 berikut.



**Gambar 5.4**  
**Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian**  
**di masa pandemi covid 19 berakhir (normal)**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 berakhir (normal) sebagian besar masyarakat yakni 49% dan 31% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Hal ini juga menunjukkan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka.

Memang jika dianalisis lagi terjadi penurunan minat belanja online produk pertanian jika masa pandemi covid-19 berakhir, hal ini sangat rasional karena masyarakat sudah pasti ingin dalam kondisi normal termasuk berbelanja dengan melihat langsung produk yang akan dibeli. Namun berdasarkan hasil penyebaran kuesioner menunjukkan masyarakat masih memiliki minat yang tinggi disaat kondisi sudah normal kembali untuk belanja online produk pertanian.

Persepsi responden berikutnya terkait pemilihan prioritas komoditas yang diharapkan bisa disediakan dalam belanja online. Kuisisioner ini dilakukan multiple acak setiap komoditas ditanyakan skala prioritasnya. Hasil olah data dari kuisisioner yang telah disebar menunjukkan skala prioritas responden seperti pada gambar 5.5

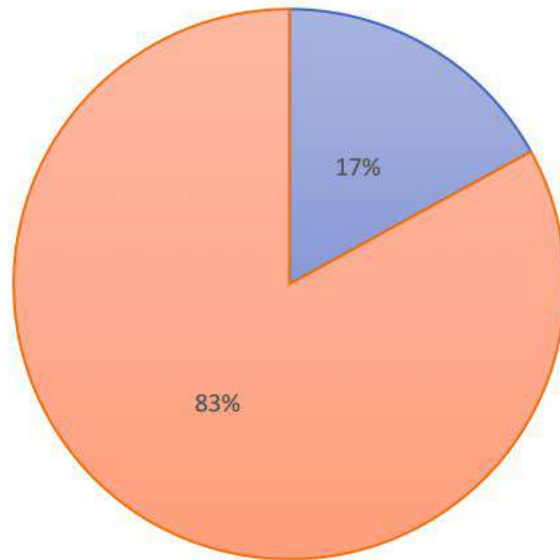


**Gambar 5.5**

**Skala prioritas produk pertanian belanja online**

Hasil ini menunjukkan bahwa beras sebagai komoditas pasling diharapkan bisa di beli secara online selanjutnya 3 komoditas utama berturut-turut adalah : beras, buah-buahan, sayur mayur dan bumbu-bumbuan.

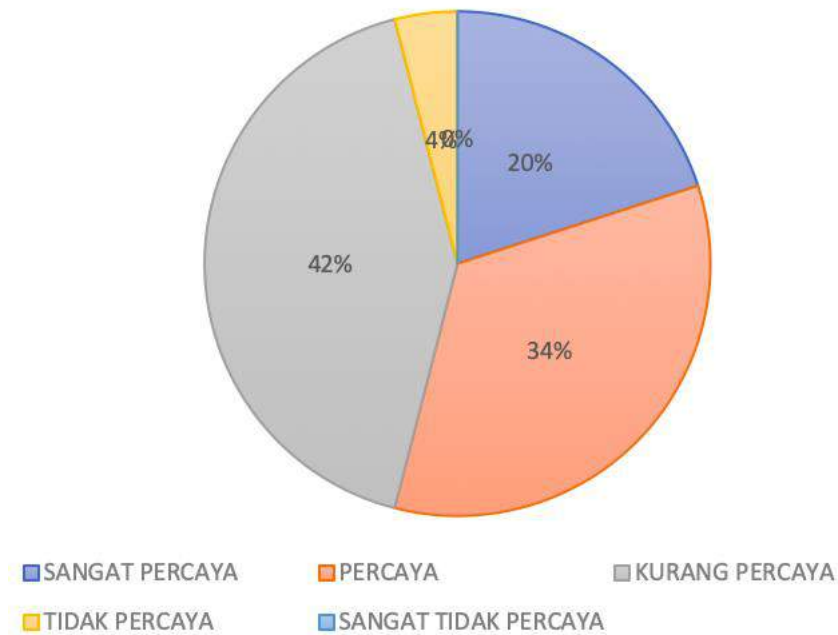
Persepsi berikutnya adalah tingkat kepercayaan selama ini responden terhadap suatu sistem belanja online yang difokuskan pada tingkat kepercayaan mereka terhadap produk pertanian yang dijual secara online dan juga kepercayaan mereka terhadap penjual produk pertanian secara online. Persepsi responden terhadap kepercayaan produk pertanian yang dijual secara online tersaji pada gambar 5.6



**Gambar 5.6**

**Persepsi kepercayaan terhadap produk pertanian dijual secara online**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat cukup rendah terhadap produk pertanian yang dijual secara online yakni : 12% sangat percaya akan kualitas produk, 18% percaya, 52% kurang percaya, 16% tidak percaya dan 2% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 52% kurang percaya. Diperlukan banyak upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait kualitas produk dan kepercayaan sistem penjualan terkait kebenaran produk. Persepsi responden terhadap kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online tersaji pada gambar 5.7



**Gambar 5.7**

**Persepsi kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian dijual secara online**

Berdasarkan gambar 5.7 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat juga cukup rendah terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online yakni : 20% sangat percaya akan kualitas produk, 34% percaya, 42% kurang percaya, 4% tidak percaya dan 0% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 42% kurang percaya. Memang jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan terhadap produk maka kepercayaan responden kepada pelaku/penjual lebih tinggi, namun masih diperlukan upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait pelaku/penjual produk hasil pertanian secara online.

Persepsi selanjutnya adalah terkait pengharapan skala kemudahan dalam menggunakan aplikasi yang diharapkan bisa disediakan dalam sistem pembelian online yang digunakan. Kuisisioner ini dilakukan multiple acak setiap skala kemudahan ditanyakan skala prioritasnya. Hasil olah data dari kuisisioner yang telah disebar menunjukkan skala prioritas responden seperti pada gambar 5.8



**Gambar 5.8**  
**Pengharapan Responden akan Kemudahan penggunaan sistem pembelian online**

Berdasarkan hasil analisa data menunjukkan bahwa skala kemudahan yang menjadi pengharapan konsumen akan aplikasi yang tersedia adalah kemudahan dalam proses pengiriman barang, kemudian kemudahan proses pembelian/pembayaran produk, kemudahan informasi produk dan terakhir yang menjadi skala kemudahan adalah pemesanan produk. Hasil ini menunjukkan bahwa keempat kemudahan ini menjadi skala paling prioritas yang diharapkan oleh konsumen sehingga ada baiknya menjadi bahan pertimbangan dalam memngembangkan program aplikasi.

Persepsi selanjutnya adalah terkait skala kualitas informasi dalam menggunakan aplikasi yang diharapkan bisa disediakan dalam sistem pembelian online yang digunakan. Kuisisioner ini dilakukan multiple acak setiap skala kemudahan ditanyakan skala prioritasnya. Hasil olah data dari kuesioner yang telah disebar menunjukkan skala prioritas responden seperti pada gambar 5.9



**Gambar 5.9**  
**Pengharapan Responden akan Kualitas Informasi Sistem Pembelian Online**

Berdasarkan hasil analisa data menunjukkan bahwa pengharapan responden akan kualitas informasi sistem pembelian online yang menjadi pengharapan konsumen akan aplikasi yang tersedia adalah kualitas informasi produk lengkap, kualitas akan kandungan informasi yang ada dalam aplikasi, kualitas informasi yang sesuai dengan harapan konsumen dan informasi produk yang akurat.

Berdasarkan hasil analisa data menunjukkan bahwa informasi terkait kelengkapan produk yang dijual menjadi hal yang paling prioritas termasuk juga kualitas informasi lainnya seperti akurasi informasi produk yang ditawarkan dan kesesuaian informasi terhadap harapan dari pengguna. Sebenarnya hasil ini menunjukkan bahwa keempat kualitas informasi ini menjadi skala paling prioritas yang diharapkan oleh konsumen sehingga ada baiknya menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan program aplikasi.

Pengharapan konsumen berikutnya adalah pengharapan akan harga produk dan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sepakat pengharapan harga online harus lebih mudah dibandingkan dengan harga di pasar/toko. Selain itu konsumen juga sepakat dengan pengharapan sistem pembayaran yang aman.

Persepsi terakhir terkait dengan pengharapan konsumen adalah skala prioritas konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan ada tiga dimensi utama pengharapan keputusan pembelian yang menjadi skala prioritas yaitu : (1) membeli produk pertanian karena kebutuhan dengan tingkat persentase 98%, (2) membeli produk pertanian secara online dari pada langsung 38% dan (3) membeli produk pertanian karena kecepatan proses sebesar 96%. Berdasarkan hasil penelitian ini yang paling menjadi fokus adalah bahwa konsumen lebih memilih membeli produk pertanian secara langsung 62% dibandingkan online sebesar 38%. Ini menunjukkan bahwa pembeli lebih ingin melihat langsung produk pertanian yang akan di beli dibandingkan membeli melihat pada layar aplikasi. Namun angka 38% merupakan angka yang cukup besar sebagai market share dan merupakan potensi yang patut untuk dimanfaatkan secara bisnis.

### **5.1.2 HASIL PENELITIAN TERHADAP PELAKU/PETANI**

Penyebaran kuesioner secara manual dilakukan kepada responden produsen yakni para petani yang ditargetkan sebanyak 200 orang melalui tatap muka langsung yang dibantu oleh tenaga pencacah/pengumpul data. Penelitian difokuskan pada pengharapan petani untuk memulai penjualan online danantisipasi permasalahan yang akan muncul dari sudut pandang petani.

Pengharapan petani yang paling menjadi prioritas jika mereka menggunakan aplikasi penjualan secara online adalah mereka sepakat akan kemudahan dalam penerimaan pembayaran. Pengharapan berikutnya yang menjadi prioritas adalah kemudahan dalam menggunakan aplikasi termasuk sedikit tampilan menu/simple sehingga tidak membingungkan. Petani juga memprioritaskan keamanan data pribadi mereka dalam aplikasi penjualan online serta pengharapan keterjaminan pola pengiriman sehingga tidak direpotkan dengan pengiriman produk ke konsumen.

Terkait dengan antisipasi permasalahan yang akan muncul dari sudut pandang petani adalah pengharapan kepastian pasar sebesar 68%. Permasalahan



perangkat dan jaringan internet dan ternyata ada juga petani dan jumlah cukup besar 42% responden memperlakukan pengemasan.

### **5.1.3 HASIL PENELITIAN DARI HASIL FOKUS GROUP DISCUSSION**

Metode pengumpulan data lainnya melalui diskusi dalam kegiatan FGD. Selain wawancara dan diskusi dengan pihak petani dan konsumen, diskusi dalam bentuk FGD dilakukan dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan mengembangkan hasil penelitian. Dinas terkait yang dilibatkan diantaranya Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng dan Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng. Sedangkan BUMD yang dilibatkan adalah PD. Pasar dan PD. Swatantra. Hasil FGD diantaranya :

1. Ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebagian petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih banyaknya pihak lain (perantara) yang menyebabkan panjangnya jalur distribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran.
2. Para peserta FGD sepakat bahwa sudah sepatutnya pemerintah semakin berpihak kepada petani tidak hanya pada saat produksi saja tetapi termasuk mengupayakan setiap produk pertanian didistribusikan secara lancar sampai ke konsumen melalui penyempurnaan fungsi pasar-pasar konvensional, kebijakan-kebijakan yang mendukung produk pertanian Buleleng serta pemanfaatan teknologi dalam distribusi termasuk sistem

penjualan online. Pemerintah diharapkan bisa menjembatani dari hulu ke hilir produk pertanian.

3. Ujicoba aplikasi pemasaran online berupa aplikasi peken Protani dan E-Semeton menunjukkan respon positif di masyarakat
4. Terungkap kebiasaan petani di Buleleng sebatas sebagai produsen saja, para petani tidak terbiasa melakukan fungsi-fungsi pasca panen seperti kontrol kualitas termasuk mensortir produk hasil panen.
5. Adanya harapan terwujudnya pihak yang mengambil peran dari membeli produk pertanian dalam skala besar, mensortir, melakukan kontrol kualitas, penggudangan, pengawetan sampai dengan mendistribusikan produk pertanian di Buleleng dengan harapan semakin meningkatkan keuntungan petani, pedagang dan masyarakat.

## 5.2 PEMBAHASAN PENELITIAN

Ada beberapa dimensi persepsi, pandangan dan pengharapan para responden yang dikelompokkan dalam beberapa variabel dan indikator penelitian yakni : (1) pola pembelian produk pertanian, (2) minat pembelian online produk pertanian di masa pandemi dan di masa normal, (3) komoditas prioritas belanja online, (4) kepercayaan (*trust*), (5) skala kemudahan (*easy of use*), (6) skala kualitas informasi, (7) pengharapan harga, (8) prioritas dan pengharapan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian terkait pola pembelian produk pertanian yang selama ini sudah dilakukan oleh para responden yakni bagaimana para responden melakukan transaksi jual beli untuk memperoleh produk hasil pertanian untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka. Pola pembelian ini sangat diperlukan untuk mengetahui bagaimana selama ini yang dilakukan oleh pembeli untuk memperoleh gambaran menyeluruh untuk memberikan pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya pembelian produk pertanian secara online. Berdasarkan hasil penelitian maka menunjukkan bahwa 17 % responden pernah melakukan pembelian produk pertanian secara

online dan sebagian besar yakni 83% tidak pernah membeli produk pertanian secara online. Jika dilihat persentasenya memang jauh lebih kecil bahwa selama ini yang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Namun jika dirasionalkan dengan luasnya pasar di Kabupaten Buleleng maka nilai ini cukuplah besar sebagai market share untuk pola penjualan secara online. Sehingga ini merupakan potensi yang menjanjikan jika bisa dijadikan sasaran dalam penjualan produk pertanian melalui mekanisme pasar online.

Berdasarkan hasil penelitian berikutnya terkait dengan intensitas yang pernah melakukan pembelian secara online menunjukkan bahwa dari responden yang pernah melakukan pembelian online produk pertanian ternyata 74% intensitasnya sangat sering, 14% sering melakukan belanja online produk pertanian, sebanyak 8% jarang dan 4% sangat jarang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Hasil ini jika diperdalam lagi menunjukkan 74% sangat sering dan 14% sering melakukan belanja online. Hasil ini menjelaskan bahwa para responden yang pernah melakukan belanja online produk pertanian ternyata memiliki ketertarikan dan keinginan untuk mengulang lebih sering melakukan aktivitas tersebut, sehingga bisa dikatakan mereka sangat memerlukan dan merasa puas dalam berbelanja online produk pertanian. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika bisa menarik minat konsumen lainnya yang tidak pernah belanja online produk pertanian jika bisa digiring untuk berbelanja online bisa jadi dalam rentangan 88% akan sering melakukan belanja online setelah pertama kali melakukan belanja online. Sudah pasti ini memerlukan upaya promosi sistem penjualan namun jika berhasil akan ada pasar yang menjanjikan.

Berdasarkan minat pembeli online produk pertanian di masa pandemi covid-19 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 68%, 20% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 12 % responden menyatakan tidak perlu. Hal ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 sebgai masyarakat yakni 68% dan 20% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Tentu ini merupakan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka. Jika ditelusuri lagi terkait

bagaimana minat pengharapan pembeli online produk pertanian di saat masa pandemi covid-19 berakhir menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 49%, 31% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 20 % responden menyatakan tidak perlu, hal ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 berakhir (normal) sebagian besar masyarakat yakni 49% dan 31% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Hal ini juga menunjukkan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka. Jika dianalisis lagi terjadi penurunan minat belanja online produk pertanian jika masa pandemi covid-19 berakhir, hal ini sangat rasional karena masyarakat sudah pasti ingin dalam kondisi normal termasuk berbelanja dengan melihat langsung produk yang akan dibeli. Namun tetap saja menunjukkan masyarakat masih memiliki minat yang tinggi disaat kondisi sudah normal kembali untuk belanja online produk pertanian.

Terkait pemilihan prioritas komoditas yang diharapkan bisa disediakan dalam belanja online. menunjukkan bahwa beras sebagai komoditas pasling diharapkan bisa di beli secara online selanjutnya 3 komoditas utama berturut-turut adalah : beras, buah-buahan, sayur mayur dan bumbu-bumbuan. Sedangkan tingkat kepercayaan selama ini responden terhadap suatu sistem belanja online yang difokuskan pada tingkat kepercayaan mereka terhadap produk pertanian yang dijual secara online dan juga kepercayaan mereka terhadap penjual produk pertanian secara online. Persepsi responden terhadap kepercayaan produk pertanian yang dijual secara online menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat cukup rendah terhadap produk pertanian yang dijual secara online yakni : 12% sangat percaya akan kualitas produk, 18% percaya, 52% kurang percaya, 16% tidak percaya dan 2% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 52% kurang percaya. Diperlukan banyak upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait kualitas produk dan kepercayaan sistem penjualan terkait kebenaran produk. Persepsi responden terhadap kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat juga cukup rendah

terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online yakni : 20% sangat percaya akan kualitas produk, 34% percaya, 42% kurang percaya, 4% tidak percaya dan 0% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 42% kurang percaya. Memang jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan terhadap produk maka kepercayaan responden kepada pelaku/penjual lebih tinggi, namun masih diperlukan upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait pelaku/penjual produk hasil pertanian secara online.

Skala kemudahan yang menjadi pengharapan konsumen akan aplikasi yang tersedia adalah kemudahan dalam proses pengiriman barang, kemudian kemudahan proses pembelian/pembayaran produk, kemudahan informasi produk dan terakhir yang menjadi skala kemudahan adalah pemesanan produk. Hasil ini menunjukkan bahwa keempat kemudahan ini menjadi skala paling prioritas yang diharapkan oleh konsumen sehingga ada baiknya menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan program aplikasi. Terkait skala kualitas informasi dalam menggunakan aplikasi yang diharapkan bisa disediakan dalam sistem pembelian online yang digunakan menunjukkan skala prioritas responden menunjukkan bahwa pengharapan responden akan kualitas informasi sistem pembelian online yang menjadi pengharapan konsumen akan aplikasi yang tersedia adalah kualitas informasi produk lengkap, kualitas akan kandungan informasi yang ada dalam aplikasi, kualitas informasi yang sesuai dengan harapan konsumen dan informasi produk yang akurat. Informasi terkait kelengkapan produk yang dijual menjadi hal yang paling prioritas termasuk juga kualitas informasi lainnya seperti akurasi informasi produk yang ditawarkan dan kesesuaian informasi terhadap harapan dari pengguna. Sebenarnya hasil ini menunjukkan bahwa keempat kualitas informasi ini menjadi skala paling prioritas yang diharapkan oleh konsumen sehingga ada baiknya menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan program aplikasi.

Pengharapan konsumen akan harga produk dan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sepakat pengharapan harga online harus lebih mudah dibandingkan dengan harga di pasar/toko. Selain itu konsumen juga sepakat dengan pengharapan sistem pembayaran yang aman. Sedangkan terkait

dengan pengharapan konsumen adalah skala prioritas konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang paling menjadi fokus adalah bahwa konsumen lebih memilih membeli produk pertanian secara langsung 62% dibandingkan online sebesar 38%. Ini menunjukkan bahwa pembeli lebih ingin melihat langsung produk pertanian yang akan di beli dibandingkan membeli melihat pada layar aplikasi. Namun angka 38% merupakan angka yang cukup besar sebagai market share dan merupakan potensi yang patut untuk dimanfaatkan secara bisnis.

Pengharapan petani yang paling menjadi prioritas jika mereka menggunakan aplikasi penjualan secara online adalah mereka sepakat akan kemudahan dalam penerimaan pembayaran. Pengharapan berikutnya yang menjadi prioritas adalah kemudahan dalam menggunakan aplikasi termasuk sedikit tampilan menu/simple sehingga tidak membingungkan. Petani juga memprioritaskan keamanan data pribadi mereka dalam aplikasi penjualan online serta pengharapan keterjaminan pola pengiriman sehingga tidak direpotkan dengan pengiriman produk ke konsumen. Terkait dengan antisipasi permasalahan yang akan muncul dari sudut pandang petani adalah pengharapan kepastian pasar sebesar 68%. Permasalahan perangkat dan jaringan internet dan ternyata ada juga petani dan jumlah cukup besar 42% responden mempermasalahkan pengemasan.

Metode pengumpulan data lainnya melalui diskusi dalam kegiatan FGD. Selain wawancara dan dikusi dengan pihak petani dan konsumen, diskusi dalam bentuk FGD dilakukan dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan mengembangkan hasil penelitian. Dinas terkait yang dilibatkan diantaranya Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng dan Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng. Sedangkan BUMD yang dilibatkan adalah PD. Pasar dan PD. Swatantra. Hasil FGD diantaranya : (1) ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebagian petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih

banyaknya pihak lain (perantara) yang menyebabkan panjangnya jalur distribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran, (2) Para peserta FGD sepakat bahwa sudah sepatutnya pemerintah semakin berpihak kepada petani tidak hanya pada saat produksi saja tetapi termasuk mengupayakan setiap produk pertanian didistribusikan secara lancar sampai ke konsumen melalui penyempurnaan fungsi pasar-pasar konvensional, kebijakan-kebijakan yang mendukung produk pertanian Buleleng serta pemanfaatan teknologi dalam distribusi termasuk sistem penjualan online. Pemerintah diharapkan bisa menjembatani dari hulu ke hilir produk pertanian, (3) Ujicoba aplikasi pemasaran online berupa aplikasi peken Protani dan E-Semeton menunjukkan respon positif di masyarakat, (4) Terungkap kebiasaan petani di Buleleng sebatas sebagai produsen saja, para petani tidak terbiasa melakukan fungsi-fungsi pasca panen seperti kontrol kualitas termasuk mensortir produk hasil panen, (5) Adanya harapan terwujudnya pihak yang mengambil peran dari membeli produk pertanian dalam skala besar, mensortir, melakukan kontrol kualitas, penggudangan, pengawetan sampai dengan mendistribusikan produk pertanian di Buleleng dengan harapan semakin meningkatkan keuntungan petani, pedagang dan masyarakat.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa hal yang menjadi fokus hasil kajian ini diantaranya : (1) Ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebagaimana petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih banyaknya pihak lain yang menyebabkan panjangnya jalur distribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran. (2) Ditinjau dari tingkat

kelayakan akan kebutuhan sistem penjualan online maka baik dari sisi pemasaran, pelaku/petani dan FGD dengan pihak-pihak yang terkait menunjukkan perlu adanya sistem penjualan online yang dapat menjembatani petani dengan konsumen untuk memutus panjangnya jalur distribusi serta sebagai implementasi pemanfaatan teknologi untuk menciptakan data based produk pertanian di Kabupaten Buleleng. (3) Regulasi terkait implementasi sistem penjualan produk pertanian secara online di Kabupaten Buleleng sangat diperlukan untuk melindungi petani lokal, konsumen dan memastikan pihak yang tepat untuk mengelola sistem tersebut.

Sebagai bagian dari hasil kajian ini maka ada beberapa hal yang sebaiknya menjadi fokus untuk bisa dipertimbangkan bersama-sama oleh pihak-pihak terkait diantaranya, (a) Kebijakan keberpihakan Pemerintah Kabupaten Buleleng terhadap sektor pertanian sudah sangat baik. Dalam hal keberpihakan terkait pemasaran produksi baik dari panen, pengolahan, penyimpanan sampai dengan pemasaran diperlukan kebijakan tambahan yang memfokuskan sinergi antar dinas terkait terutama Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng, Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, PD. Pasar dan PD. Swatantra. Kebijakan sinergi yang dikeluarkan haruslah ditindaklanjuti dalam bentuk regulasi tertulis yang menginstruksikan pelaksanaan sinergitas tersebut sesegera mungkin dan menguraikan masing-masing peran pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan tersebut. (2) Pemerintah Kabupaten Buleleng diharapkan terus berkreasi dalam penciptaan pasar yang berpihak ke petani lokal dan penciptaan budaya mencintai produk lokal. (3) Ditinjau dari tingkat kelayakan akan kebutuhan sistem penjualan online maka dipandang perlu adanya sistem penjualan online yang dapat menjembatani petani dengan konsumen, memutus panjangnya jalur distribusi, implementasi pemanfaatan teknologi dan menciptakan data based produk pertanian di Kabupaten Buleleng. Ada beberapa hal yang menjadi penegasan yang harus dipastikan dalam pengembangan sistem penjualan tersebut yaitu : (a) keterjaminan keamanan dan kemudahan akses bagi pengguna, (b) keterjaminan kualitas produk,



mekanisme pembayaran dan pengiriman barang, (c) sistem yang dibuat harus bisa memberikan data based terkait pemetaan potensi pertanian, produk pertanian, waktu panen dan penggudangan., (d) Aplikasi yang dibuat berisikan konten-konten tambahan mendidik bagi petani ataupun masyarakat misalnya penekanan pemanfaatan produk lokal, keunggulan-keunggulan produk pertanian, informasi pengawetan ataupun pengolahan pasca panen. (4) Pemerintah Kabupaten Buleleng dalam hal jika menyetujui adanya sistem penjualan produk pertanian berbasis online harus membuat regulasi yang ketat yang minimal harus mengatur : (a) pihak yang mengelola aplikasi tersebut yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya (tupoksi) terutama yang memiliki tupoksi bisnis dengan *profit oriented*, (b) wilayah kerja dari program aplikasi terutama lingkup pelaku penjual dan pemasarannya yang mencakup wilayah di Kabupaten Buleleng, (c) regulasi harus pro petani lokal dengan pola-pola kebijakan percepatan implementasi di masyarakat, (d) mengatur keterjaminan keamanan baik bagi penjual produk yaitu petani dan pembeli serta mengatur dengan tegas terkait kualitas produk, mekanisme pembayaran dan kepastian pengiriman barang, (e) harus mengatur dengan tegas bagaimana pola bagi hasil jika dalam implementasi sistem penjualan tersebut ada potensi keuntungan.

## **BAB VI PENUTUP**

### **6.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebagian petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih banyaknya pihak lain yang menyebabkan panjangnya jalur distribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran.
2. Ditinjau dari tingkat kelayakan akan kebutuhan sistem penjualan online maka baik dari sisi pemasaran, pelaku/petani dan FGD dengan pihak-pihak yang terkait menunjukkan perlu adanya sistem penjualan online yang dapat menjembatani petani dengan konsumen untuk memutus panjangnya jalur distribusi serta sebagai implementasi pemanfaatan teknologi untuk menciptakan data based produk pertanian di Kabupaten Buleleng.
3. Regulasi terkait implementasi sistem penjualan produk pertanian secara online di Kabupaten Buleleng sangat diperlukan untuk melindungi petani lokal, konsumen dan memastikan pihak yang tepat untuk mengelola sistem tersebut.

### **6.2 REKOMENDASI**

1. Kebijakan keberpihakan Pemerintah Kabupaten Buleleng terhadap sektor pertanian sudah sangat baik. Dalam hal keberpihakan terkait pemasaran produksi baik dari panen, pengolahan, penyimpanan sampai dengan pemasaran diperlukan kebijakan tambahan yang memfokuskan sinergi

antar dinas terkait terutama Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng, Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, PD. Pasar dan PD. Swatantra. Kebijakan sinergi yang dikeluarkan haruslah ditindaklanjuti dalam bentuk regulasi tertulis yang menginstruksikan pelaksanaan sinergitas tersebut sesegera mungkin dan menguraikan masing-masing peran pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan tersebut.

2. Pemerintah Kabupaten Buleleng diharapkan terus berkreasi dalam penciptaan pasar yang berpihak ke petani lokal dan penciptaan budaya mencintai produk lokal.
3. Ditinjau dari tingkat kelayakan akan kebutuhan sistem penjualan online maka dipandang perlu adanya sistem penjualan online yang dapat menjembatani petani dengan konsumen, memutus panjangnya jalur distribusi, implementasi pemanfaatan teknologi dan menciptakan data based produk pertanian di Kabupaten Buleleng. Ada beberapa hal yang menjadi penegasan yang harus dipastikan dalam pengembangan sistem penjualan tersebut yaitu : (1) keterjaminan keamanan dan kemudahan akses bagi pengguna, (2) keterjaminan kualitas produk, mekanisme pembayaran dan pengiriman barang, (3) sistem yang dibuat harus bisa memberikan data based terkait pemetaan potensi pertanian, produk pertanian, waktu panen dan penggudangan., (4) Aplikasi yang dibuat berisikan konten-konten tambahan mendidik bagi petani ataupun masyarakat misalnya penekanan pemanfaatan produk lokal, keunggulan-keunggulan produk pertanian, informasi pengawetan ataupun pengolahan pasca panen.
4. Pemerintah Kabupaten Buleleng dalam hal jika menyetujui adanya sistem penjualan produk pertanian berbasis online harus membuat regulasi yang ketat yang minimal harus mengatur : (1) pihak yang mengelola aplikasi tersebut yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya (tupoksi) terutama yang memiliki tupoksi bisnis dengan *profit oriented*, (2) wilayah kerja dari

program aplikasi terutama lingkup pelaku penjual dan pemasarannya yang mencakup wilayah di Kabupaten Buleleng, (3) regulasi harus pro petani lokal dengan pola-pola kebijakan percepatan implementasi di masyarakat, (4) mengatur keterjaminan keamanan baik bagi penjual produk yaitu petani dan pembeli serta mengatur dengan tegas terkait kualitas produk, mekanisme pembayaran dan kepastian pengiriman barang, (5) harus mengatur dengan tegas bagaimana pola bagi hasil jika dalam implementasi sistem penjualan tersebut ada potensi keuntungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Adang., Friyatno, Supena., Sunarja, Rivai Yudi., Hidayat, Der., dan Askin, Andi. 2014. Evaluasi Kebijakan Pengembangan Bioenergi di Sektor Pertanian. Makalah Proposal Operasional Penelitian. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Aiman, S. 2007. Dampak Sosial dan Ekonomi Kegiatan Penelitian. Modul Diklat Fungsional Peneliti Tingkat Pertama. Pusbindiklat peneliti LIPI, Jakarta
- Balitbangtan. 2013. Empat Ratus Teknologi Inovatif Pertanian. IAARD Press, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Jakarta.
- Balitbangtan. 2014. Rencana Strategis Badan Litbang Pertanian 2015-2019 (Draft). Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Jakarta.
- Boytenjuri. 2012. Pemahaman Konsepsi Ketahanan Nasional Oleh AparaturPemerintah Daerah di Era Otonomi Daerah Dapat Meningkatkan Ketahanan Pangan. Essay Bidang Studi Ketahanan Nasional. Program Pendidikan Reguler Angkatan XLVIII. Lembaga Ketahanan Nasional RI.
- Byerlee, D. and A. deJanvry. 2008. Agricultural and Rural Development: Contributing to International Cooperation. Rural Development Department of the World Bank, Washington DC., University of California at Berkely, Berkely, USA.
- DAI. 2002. Food Security in an Era of Decentralization: Historical Lesson and Policy Implication for Indonesia. Indonesian Food Policy Program. Working Paper No. 7. BAPPENAS/Departemen Pertanian/USAID/DAI Food Policy Advisory Team. <http://www.macrofoodpolicy.com>
- Hazell, P., C.Poulton, S.Wiggin and A.Daward. 2007. The Future of Small Farmers for Poverty Reduction and Growth. 2020 Discussion Paper No. 42, IFPRI, Washington DC, USA
- Irawan, Bambang., Rusastra, I Wayan., Hermanto., Pranaji, Tri., Hardono, Gatoet Sroe., Purwantini, Tri Bastuti., dan Ariningsih, Ening. 2014. Dinamika Sosial Ekonomi Pertanian dan Perdesaan: Analisis Data Patanas. Proposal Operasional. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- Kompas. 2014. Riset Indonesia: Berkutat dengan Masalah Sama. Harian Kompas, Edisi Senin, 30 Juni 2014, Jakarta
- Mayrowani, H. 2012. Pembangunan Pertanian Pada Era Otonomi Daerah: Kebijakan Dan Implementasi. FAE, Volume 30 No. 1, Juli 2012: 31 – 47

Mayrowani, H. 2012. Pembangunan Pertanian Pada Era Otonomi Daerah: Kebijakan dan Implementasi. FAE, Volume 30 No. 1, Juli 2012: 31 – 47

- Pasaribu, Sahat., Hutabarat, Budiman., Azahari, Delima Asri., Kristianto, Saktyanu., Iswariyadi, Arief., dan Yusuf, Edi Supriyadi. 2014. Kajian Kesiapan Indonesia dalam Menghadapi Pasar Tunggal ASEAN 2015. Laporan Akhir Penelitian. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- PECC. 2006. The Future Role of Biofuel: Pacific Food System Outlook 2006-2007. Pacific Economic Cooperaton Council, 2006
- Rachmat, M., B. Sayaka, H. Mayrowani, R. Kustiari, V. Darwis dan C. Muslim. 2014. Kajian Kebijakan Pengendalian Impor Produk Hortikultura. Laporan Teknis. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Rusastra, I.W., G. Thompson, and T. Botema. 2008. Food Security, Poverty, and Complexity of Rural Development in Indonesia – Achievement and Policy Directions. In Rusastra, I.W., G. Thompson, T. Botema, and R. Baldwin (Eds). Food Security and Poverty in The Era of Decentralization in Indonesia. CAPSA Working Paper No. 102. UNESCAP-CAPSA.
- Rusastra, IW., H.P. Saliem, dan Ashari. 2010. Krisis Pangan-Energi-Finansial: Dampak dan Respon Kebijakan Ketahanan Pangan dan Pengentasan Kemiskinan. Analisis Kebijakan Pertanian Vol. 8 No. 1, Maret 2010. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor. 123
- Rusastra, IW. 2013. Dampak Sosial Ekonomi Penelitian dan Sistem Inovasi Pertanian. Materi Diklat Fungsional Peneliti, Pusbindiklat-LIPI, Cibinong, Bogor.
- Rusastra, IW., M.arifin, Harmanto, Mahendro, dan J.Purnomo. 2014. Dinamika SDM Badan Litbang Pertanian Satu Dasa Warsa Terakhir. Pokja Pembinaan SDM, Badan Litbang Pertanian, Jakarta.
- Sarjana, I.M.B. 2010. Governance for Food Security. The Case of Indonesia in Decentralization Era. Maastricht University. The Netherlands.
- Sawit, M.H. 2008. Perubahan Perdagangan Pangan Global dan Putaran Doha WTO: Implikasinya buat Indonesia. Analisis Kebijakan Pertanian Vol.6 No.3, September 2008. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor.
- Sumaryanto., Basuno, Edi., Suhartini, Sri Hastuti., Yofa, Ranga Ditya., dan Adawiyah, Cut Rabiatul 2014. Kontribusi Sektor Pertanian dalam Pencapaian Target *Millenium Development Goals* dan Implikasinya pada *Sustainable Development Goals*”. Laporan Akhir. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- Suryana, A. 2011. Perkembangan Misi Ketahanan Pangan dan Kemandirian Pangan di Era Otonomi Daerah. Makalah disampaikan pada Acara Seminar Nasional Hasil Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

- Suryana, A. 2012. Kebijakan Penyediaan Pangan Dalam Memenuhi Konsumsi Gizi Masyarakat. Makalah disampaikan pada Acara Sosialisasi Gerakan Nasional Sadar Gizi, di Jakarta tanggal 27 Desember 2012. Badan Ketahanan Pangan. Kementerian Pertanian.
- Wilson Center. 2006. Summary of Proceeding of a Conference on “The Impact of Trade Liberalization on Poverty”, Organized on 15 April 2006. USAID and Woodrow Wilson International Center for Scholars, Washington, DC, USA.

LAMPIRAN

ARTIKEL ILMIAH

## **KAJIAN PENGEMBANGAN SISTEM PENJUALAN BERBASIS TEKNOLOGI AGRIBISNIS**

### **ABSTRAK**

Pemerintah Kabupaten Buleleng telah melakukan berbagai kebijakan dan program yang ditujukan untuk meningkatkan produksi dan produktivitas sektor pertanian. Namun kinerja pembangunan di sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan. Pandemi covid-19 yang terjadi saat ini menyebabkan rasa ketakutan luar biasa di masyarakat. Terjadi pembatasan aktivitas masyarakat secara global, baik atas kesadaran sendiri dari masyarakat dan juga pembatasan-pembatasan oleh pemerintah. Kondisi ini sangat berdampak pada sektor pariwisata dan sektor bisnis lainnya sehingga terjadi permasalahan ekonomi secara global. Kondisi memprihatinkan ini juga berdampak signifikan di sektor pertanian tidak terkecuali pertanian di Kabupaten Buleleng. Untuk menanggapi dinamika sosial ekonomi dan dampaknya, maka diperlukan sebuah kajian mengenai pengembangan sistem penjualan berbasis teknologi agribisnis yang mampu memberikan peluang bagi masyarakat petani khususnya dan pemerintah daerah dalam menjawab kebutuhan pasar yang sangat cepat dengan dinamis dalam rangka peningkatan ekonomi, kemandirian, dan berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng dengan menggunakan metode survey, serta menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian merekomendasikan : (1) Sinergi nyata antar dinas, BUMD dan pihak terkait lainnya sangat diperlukan untuk memajukan pertanian di Kabupaten Buleleng dari proses produksi pertanian sampai dengan pendistribusiannya sehingga keberpihakan pemerintah pada sektor pertanian semakin nyata. Regulasi yang mengatur implementasi sinergi ini sangat diperlukan untuk menegaskan tugas dan tanggungjawab masing-masing pihak yang bersinergi (2) Sistem penjualan online diperlukan sebagai salah satu upaya menjembatani petani dengan konsumen sehingga dapat memutus panjangnya jalur distribusi. Regulasi terkait implementasi sistem penjualan online sangat diperlukan terutama yang mengatur pihak pengelola, wilayah kerja, keamanan sistem dan sistem bagi hasilnya.

Kata kunci : pertanian, sistem penjualan, teknologi

### **1.1 PENDAHULUAN**



Pemerintah Kabupaten Buleleng sudah mengeluarkan berbagai upaya dan kebijakan untuk meningkatkan sektor pertanian. Namun kinerja pembangunan di sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan yang ada baik itu perubahan kebijakan dalam negeri, luar negeri bahkan faktor luar kendali manusia seperti bencana alam. Upaya-upaya praktis sudah dilakukan baik itu berupa penyediaan inovasi teknologi, pengembangan industri hilir untuk menambah nilai ekonomis produk pertanian, peningkatan jaringan kemitraan ekonomi dan perbaikan data dan informasi pertanian.

Pandemi covid-19 yang terjadi saat ini menyebabkan rasa ketakutan luar biasa di masyarakat dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Terjadi pembatasan aktivitas masyarakat secara global, baik atas kesadaran sendiri dari masyarakat dan juga pembatasan-pembatasan oleh pemerintah. Pembatasan aktivitas masyarakat ini termasuk dalam bentuk terhentinya aktivitas keluar daerah terutama untuk berwisata. Kondisi ini sangat berdampak pada sektor pariwisata dan sektor bisnis lainnya sehingga terjadi permasalahan ekonomi secara global termasuk penurunan ataupun pembatasan konsumsi masyarakat akan barang dan jasa bahkan terjadinya pemutusan kerja. Kondisi memprihatinkan ini juga berdampak signifikan di sektor pertanian tidak terkecuali pertanian di Kabupaten Buleleng.

Pemerintah dalam melaksanakan tugasnya, mengeluarkan berbagai regulasi dan kebijakan sebagai instrumen untuk mengarahkan dan mendorong pertumbuhan pembangunan pertanian, agar pembangunan pertanian dapat mencapai tujuan dan sasaran pembangunan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sebagai negara yang menganut keterbukaan ekonomi seperti Indonesia, sudah barang tentu, bahwa pembangunan ekonomi secara umum dan khususnya pembangunan sektor pertanian, tidak dapat lepas dari pengaruh perubahan-perubahan kebijakan yang dilakukan oleh negara, atau kelompok negara lain yang mempunyai hubungan perdagangan dan ekonomi dengan Indonesia. Kajian penelitian terkait perdagangan yang kedua adalah dari riset. Rahmat et al. (2014) dengan judul “Kajian Kebijakan Pengendalian Impor Produk Hortikultura”. Penelitian ini merekomendasikan bahwa pada hakekatnya faktor penting untuk mengendalikan impor adalah peningkatan produksi hortikultura bermutu dengan harga bersaing, dan ini membutuhkan pendekatan yang komprehensif. Pemerintah perlu segera membenahi industri berbasis pertanian lokal secara terencana, konsisten, dan berkesinambungan. Kebijakan yang diambil harus mampu meningkatkan daya saing produk-produk pertanian strategis untuk menguasai pasar domestik dan sekaligus mampu menembus pasar global.

Hasil-hasil kajian yang diarahkan untuk membantu strategi pengembangan produk berkualitas di antaranya mencakup (a) penyediaan inovasi teknologi dan kelembagaan untuk optimalisasi pemanfaatan sumber daya pertanian; (b) pengembangan industri hilir pertanian/agroindustri berbasis kelompok tani untuk meningkatkan nilai tambah, daya saing, dan ekspor produk pertanian (segar dan olahan); (c) peningkatan jaringan kemitraan ekonomi (*public-private-partnership*) produk pertanian; dan (d) perbaikan data dan informasi (*real-time, complete, reliable*) atas produk pangan dan pertanian. Kegiatan pelatihan atau pengawasan

kepada produsen/pelaku usaha (penerapan teknologi dan inovasi perlu dirancang dan dilaksanakan secara konsisten dan berkesinambungan. Pelatihan dan pendampingan dalam berbagai uji coba peningkatan mutu produk pertanian (segar dan olahan) harus dilakukan secara terkoordinasi melalui kerja sama kegiatan dengan instansi dan dinas terkait, khususnya untuk mengembangkan komoditas strategis. Perlu pula dibentuk team dengan agenda kegiatan yang relevan dan langsung terkait dengan penyiapan dan pengendalian kinerja sektor pertanian. Kebijakan dan strategi harus dilengkapi dengan berbagai langkah operasional yang dapat diterapkan, khususnya di berbagai sentra produksi di daerah.

Kebijakan strategis perlu segera disiapkan, mencakup kegiatan pemasaran atau perdagangan dengan implementasi aksi untuk meningkatkan daya saing dan penerapan standar produk, sebagai pedoman membangun instrumen kebijakan dan sekaligus berupaya meningkatkan *scorecard value* menghadapi dinamika pasar menuju revolusi industri 4.0. Instrumen kebijakan juga mencakup penyiapan peta jalan (*road map*) distribusi dan pemasaran produk pertanian yang didiseminasikan secara terprogram kepada berbagai kalangan (*stakeholders*) terkait di pusat dan daerah. Untuk itu, dalam rangka meningkatkan efisiensi pembangunan pertanian ke depan dibutuhkan sistem penjualan yang difokuskan pada produk-produk dan wilayah-wilayah yang mampu mengungkit pertumbuhan dan mencapai target dan sasaran pertanian. Pendekatan teknologi dinilai menjadi pendekatan yang tepat dan diharapkan mampu mengatasi berbagai kelemahan sisi perencanaan, implementasi pembangunan, dan pendekatan pembangunan yang menjadi penyebab kinerja pembangunan pertanian semakin menurun.

Berdasarkan pendekatan sistem penjualan produk agribisnis berbasis teknologi dinilai tepat dan lebih sesuai dengan efektifitas dan efisiensi distribusi komoditas pertanian, pembangunan yang berdimensi kewilayahan, dan upaya peningkatan efisiensi dan efektivitas pembangunan pertanian, serta peningkatan daya saing pertanian. Sesuai dengan tujuannya, maka sudah barang tentu pencapaiannya sangat dipengaruhi oleh dinamika perubahan lingkungan strategis yang dihadapi. Perubahan lingkungan strategis dimaksud dapat merupakan perubahan lingkungan strategis yang bersifat internal, yang dapat dibedakan atas faktor-faktor dapat menjadi kekuatan (*strength*), dan faktor-faktor yang dapat menjadi kelemahan (*weakness*) dalam implementasinya. Selain itu, dalam menghadapi perubahan lingkungan strategis yang berasal dari “luar”, atau dikenal dengan *external factors*, yang dapat dibedakan menjadi peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Kembali lagi pada dampak dari pandemi covid-19 yang menyebabkan aktivitas ekonomi menurun secara drastis. Pendapatan masyarakat menurun sehingga berbagai aktivitas ekonomi di masyarakat menjadi terganggu. Demikian pula yang dialami para petani di Kabupaten Buleleng. Permintaan yang sebelumnya tinggi akan hasil pertanian akibat dari pesatnya industri pariwisata akhirnya menjadi turun ketitik terendah akibat pandemi covid 19. Ditambahkan lagi akibat dari menurunnya pendapatan masyarakat menyebabkan permintaan produk pertanian dari masyarakat ikut turun drastis. Permasalahan lainnya adalah akibat tersendatnya jalur distribusi pengiriman produk ke konsumen karena

pembatasan aktivitas masyarakat semakin membuat keadaan menjadi semakin terpuruk. Terjadi penurunan pendapatan signifikan di masyarakat termasuk juga dialami oleh petani di Kabupaten Buleleng.

## **2. METODELOGI**

Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian *Exploratory* dengan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng Propinsi Bali. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner diberikan langsung ke responden yang menjadi sampel penelitian, yang dalam hal ini melalui google form kepada konsumen langsung produk pertanian yakni ibu rumah tangga dengan target 1000 orang, pengisian form google form ini dilakukan pendampingan bagi responden yang tidak begitu terbiasa dengan format yang diberikan. Sedangkan penyebaran kuesioner secara manual dilakukan kepada responden produsen yakni para petani yang ditargetkan sebanyak 200 orang melalui tatap muka langsung yang dibantu oleh tenaga pencacah/pengumpul data. Metode pengumpulan data lainnya melalui obeservasi, wawancara dan diskusi dalam kegiatan FGD dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan mengembangkan hasil penelitian. Kedua, data sekunder merupakan data yang sudah tersedia (Sarwono 2006). Ada beberapa pertimbangan dalam penentuan data sekunder ini; (1) harus sesuai dengan tujuan penelitian; (2) memiliki kualitas dan kesuaian dengan tujuan penelitian; (3) dapat mendukung data primer yang merupakan data utama dalam penelitian ini.

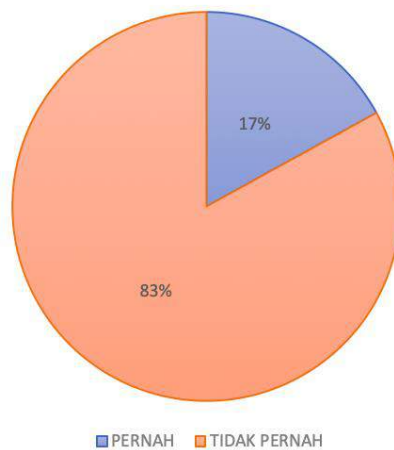
## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kajian ini dilakukan untuk memberikan masukan dan rekomendasi terkait kelayakan pengembangan sistem penjualan berbasis teknologi agribisnis. Untuk dapat memberikan masukan terkait kelayakan maka pola pengambilan keputusan yang dilakukan harus melalui pola pengambilan keputusan kelayakan bisnis/ feasibility study. Sehingga ada beberapa hal yang menjadi fokus utama yakni : (1) pemasaran, (2) produk dan pihka-pihak terkait. Untuk itu maka sangat diperlukan persepsi, pandangan dan pengharapan dari pihak-pihak ini yakni : (1) untuk kepastian pemasaran maka yang menjadi responden adalah konsumen langsung produk pertanian yakni para ibu rumah tangga, (2) untuk kesiapan produk pertanian maka yang menjadi responden adalah para petani, (3) untuk pihak-pihak terkait lainnya maka dipilih Dinas/SKPD terkait dan BUMD.

### **3.1 HASIL PENELITIAN TERHADAP KONSUMEN LANGSUNG**

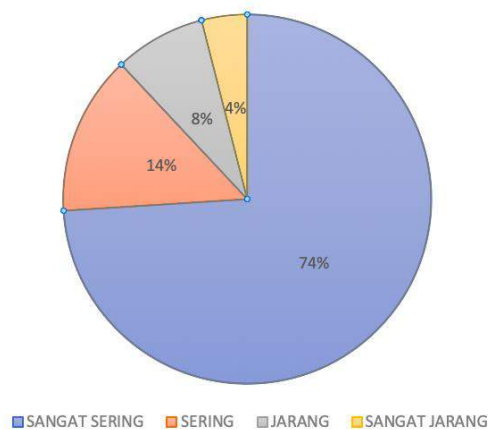
Responden konsumen langsung produk pertanian adalah ibu rumah tangga, pemilihan responden ini karena dianggap secara rasional produk pertanian lebih mengacu pada kebutuhan rumah tangga sehingga para ibu rumah tangga dianggap paling tepat mewakili responden. Ada beberapa dimensi persepsi, pandangan dan pengharapan para responden yang dikelompokkan dalam beberapa variabel dan indikator penelitian yakni : (1) pola pembelian produk pertanian, (2) minat pembelian online produk pertanian di masa pandemi dan di masa normal, (3) komoditas prioritas belanja online, (4) kepercayaan (*trust*), (5) skala kemudahan (*easy of use*), (6) skala kualitas informasi, (7) pengharapan harga, (8) prioritas dan pengharapan keputusan pembelian.

Hasil penelitian terkait pola pembelian produk pertanian yang selama ini sudah dilakukan oleh para responden yakni bagaimana para responden melakukan transaksi jual beli untuk memperoleh produk hasil pertanian untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka. Pola pembelian ini sangat diperlukan untuk mengetahui bagaimana selama ini yang dilakukan oleh pembeli untuk memperoleh gambaran menyeluruh untuk memberikan pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya pembelian produk pertanian secara online. Hasilnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut ;



**Gambar 3.1**  
**Pola Pembelian Produk Pertanian secara Online**

Berdasarkan hasil penelitian maka menunjukkan bahwa 17 % responden pernah melakukan pembelian produk pertanian secara online dan sebagian besar yakni 83% tidak pernah membeli produk pertanian secara online. Jika dilihat persentasenya memang jauh lebih kecil bahwa selama ini yang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Namun jika dirasionalkan dengan luasnya pasar di Kabupaten Buleleng maka nilai ini cukuplah besar sebagai market share untuk pola penjualan secara online. Berdasarkan hasil penelitian berikutnya terkait dengan intensitas yang pernah melakukan pembelian secara online maka dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut :

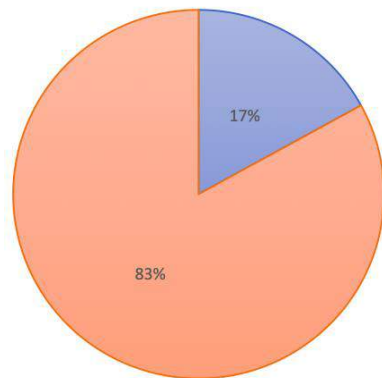


**Gambar 3.2**

### **Intensitas Responden Dalam Belanja Online Produk Pertanian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari responden yang pernah melakukan pembelian online produk pertanian ternyata 74% intensitasnya sangat sering, 14% sering melakukan belanja online produk pertanian, sebanyak 8% jarang dan 4% sangat jarang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Hasil ini jika diperdalam lagi menunjukkan 74% sangat sering dan 14% sering melakukan belanja online. Hasil ini menjelaskan bahwa para responden yang pernah melakukan belanja online produk pertanian ternyata memiliki ketertarikan dan keinginan untuk mengulang lebih sering melakukan aktivitas tersebut, sehingga bisa dikatakan mereka sangat memerlukan dan merasa puas dalam berbelanja online produk pertanian. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika bisa menarik minat konsumen lainnya yang tidak pernah belanja online produk pertanian jika bisa digiring untuk berbelanja online bisa jadi dalam rentangan 88% akan sering melakukan belanja online setelah pertama kali melakukan belanja online. Sudah pasti ini memerlukan upaya promosi sistem penjualan namun jika berhasil akan ada pasar yang menjanjikan.

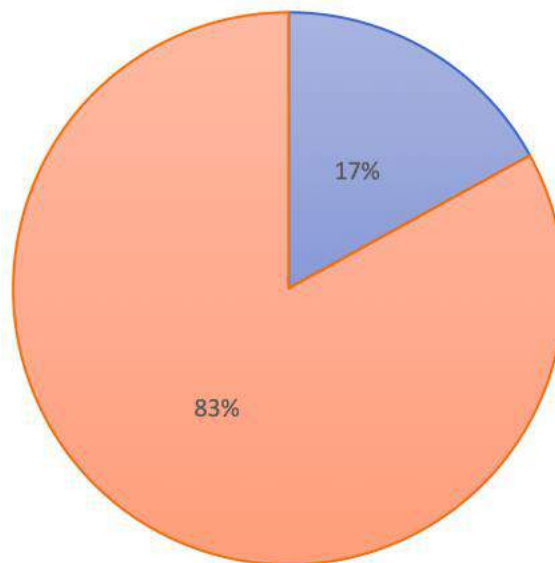
Persepsi berikutnya adalah bagaimana minat pembeli online produk pertanian di masa pandemi covid-19. Hasil kuesioner terakumulasi pada 3 hasil yakni sangat perlu, perlu dan tidak perlu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 68%, 20% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 12 % responden menyatakan tidak perlu seperti pada gambar 3.3 berikut.



**Gambar 3.3**  
**Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian**  
**di masa pandemi covid 19**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 sebagian masyarakat yakni 68% dan 20% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Tentu ini merupakan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka.

Persepsi berikutnya adalah bagaimana minat pengharapan pembeli online produk pertanian di saat masa pandemi covid-19 berrakhir. Hasil kuesioner terakumulasi pada 3 hasil yakni sangat perlu, perlu dan tidak perlu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 49%, 31% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 20 % responden menyatakan tidak perlu seperti pada gambar 3.4 berikut.



**Gambar 3.4**

### **Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian di masa pandemi covid 19 berakhir (normal)**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 berakhir (normal) sebagian besar masyarakat yakni 49% dan 31% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Hal ini juga menunjukkan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka.

Memang jika dianalisis lagi terjadi penurunan minat belanja online produk pertanian jika masa pandemi covid-19 berakhir, hal ini sangat rasional karena masyarakat sudah pasti ingin dalam kondisi normal termasuk berbelanja dengan melihat langsung produk yang akan dibeli. Namun berdasarkan hasil penyebaran kuesioner menunjukkan masyarakat masih memiliki minat yang tinggi disaat kondisi sudah normal kembali untuk belanja online produk pertanian.

Persepsi responden berikutnya terkait pemilihan prioritas komoditas yang diharapkan bisa disediakan dalam belanja online. Kuisisioner ini dilakukan multiple acak setiap komoditas ditanyakan skala prioritasnya. Hasil olah data dari kuisisioner yang telah disebar menunjukkan skala prioritas responden seperti pada gambar 3.5



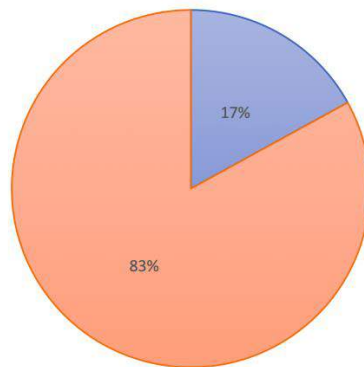
**Gambar 3.5**

#### **Skala prioritas produk pertanian belanja online**

Hasil ini menunjukkan bahwa beras sebagai komoditas pasling diharapkan bisa di beli secara online selanjutnya 3 komoditas utama berturut-turut adalah : beras, buah-buahan, sayur mayur dan bumbu-bumbuan.

Persepsi berikutnya adalah tingkat kepercayaan selama ini responden terhadap suatu sistem belanja online yang difokuskan pada tingkat kepercayaan mereka terhadap produk pertanian yang dijual secara online dan juga kepercayaan mereka terhadap penjual produk pertanian secara online. Persepsi responden terhadap kepercayaan produk pertanian yang dijual secara online tersaji pada gambar 3.6

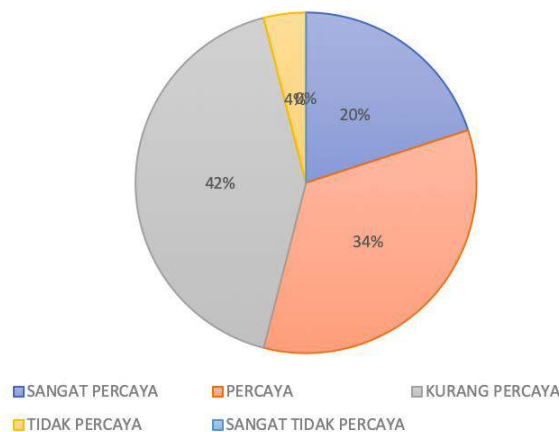




**Gambar 3.6**

**Persepsi kepercayaan terhadap produk pertanian dijual secara online**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat cukup rendah terhadap produk pertanian yang dijual secara online yakni : 12% sangat percaya akan kualitas produk, 18% percaya, 52% kurang percaya, 16% tidak percaya dan 2% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 52% kurang percaya. Diperlukan banyak upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait kualitas produk dan kepercayaan sistem penjualan terkait kebenaran produk. Persepsi responden terhadap kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online tersaji pada gambar 3.7



**Gambar 4.7**

**Persepsi kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian dijual secara online**

Berdasarkan gambar 4.7 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat juga cukup rendah terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online yakni : 20% sangat percaya akan kualitas produk, 34% percaya, 42% kurang percaya, 4% tidak percaya dan 0% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 42% kurang percaya. Memang jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan terhadap produk maka



kepercayaan responden kepada pelaku/penjual lebih tinggi, namun masih diperlukan upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait pelaku/penjual produk hasil pertanian secara online.

Persepsi selanjutnya adalah terkait pengharapan skala kemudahan dalam menggunakan aplikasi yang diharapkan bisa disediakan dalam sistem pembelian online yang digunakan. Kuisisioner ini dilakukan multiple acak setiap skala kemudahan ditanyakan skala prioritasnya. Berdasarkan hasil analisa data menunjukkan bahwa skala kemudahan yang menjadi pengharapan konsumen akan aplikasi yang tersedia adalah kemudahan dalam proses pengiriman barang, kemudian kemudahan proses pembelian/pembayaran produk, kemudahan informasi produk dan terakhir yang menjadi skala kemudahan adalah pemesanan produk. Hasil ini menunjukkan bahwa keempat kemudahan ini menjadi skala paling prioritas yang diharapkan oleh konsumen sehingga ada baiknya menjadi bahan pertimbangan dalam memngembangkan program aplikasi.

Persepsi selanjutnya adalah terkait skala kualitas informasi dalam menggunakan aplikasi yang diharapkan bisa disediakan dalam sistem pembelian online yang digunakan. Kuisisioner ini dilakukan multiple acak setiap skala kemudahan ditanyakan skala prioritasnya. Berdasarkan hasil analisa data menunjukkan bahwa pengharapan responden akan kualitas informasi sistem pembelian online yang menjadi pengharapan konsumen akan aplikasi yang tersedia adalah kualitas informasi produk lengkap, kualitas akan kandungan informasi yang ada dalam aplikasi, kualitas informasi yang sesuai dengan harapan konsumen dan informasi produk yang akurat.

Berdasarkan hasil analisa data menunjukkan bahwa informasi terkait kelengkapan produk yang dijual menjadi hal yang paling prioritas termasuk juga kualitas informasi lainnya seperti akurasi informasi produk yang ditawarkan dan kesesuaian informasi terhadap harapan dari pengguna. Sebenarnya hasil ini menunjukkan bahwa keempat kualitas informasi ini menjadi skala paling prioritas yang diharapkan oleh konsumen sehingga ada baiknya menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan program aplikasi.

Pengharapan konsumen berikutnya adalah pengharapan akan harga produk dan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sepakat pengharapan harga online harus lebih mudah dibandingkan dengan harga di pasar/toko. Selain itu konsumen juga sepakat dengan pengharapan sistem pembayaran yang aman.

Persepsi terakhir terkait dengan pengharapan konsumen adalah skala prioritas konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan ada tiga dimensi utama pengharapan keputusan pembelian yang menjadi skala prioritas yaitu : (1) membeli produk pertanian karena kebutuhan dengan tingkat persentase 98%, (2) membeli produk pertanian secara online dari pada langsung 38% dan (3) membeli produk pertanian karena kecepatan proses sebesar 96%. Berdasarkan hasil penelitian ini yang paling menjadi fokus adalah bahwa konsumen lebih memilih membeli produk pertanian secara langsung 62% dibandingkan online sebesar 38%. Ini menunjukkan bahwa pembeli lebih ingin melihat langsung produk pertanian yang akan di beli dibandingkan membeli melihat pada layar aplikasi. Namun angka 38% merupakan angka yang cukup

besar sebagai market share dan merupakan potensi yang patut untuk dimanfaatkan secara bisnis.

### **3.2 HASIL PENELITIAN TERHADAP PELAKU/PETANI**

Penyebaran kuesioner secara manual dilakukan kepada responden produsen yakni para petani yang ditargetkan sebanyak 200 orang melalui tatap muka langsung yang dibantu oleh tenaga pencacah/pengumpul data. Penelitian difokuskan pada pengharapan petani untuk memulai penjualan online danantisipasi permasalahan yang akan muncul dari sudut pandang petani.

Pengharapan petani yang paling menjadi prioritas jika mereka menggunakan aplikasi penjualan secara online adalah mereka sepakat akan kemudahan dalam penerimaan pembayaran. Pengharapan berikutnya yang menjadi prioritas adalah kemudahan dalam menggunakan aplikasi termasuk sedikit tampilan menu/simple sehingga tidak membingungkan. Petani juga memprioritaskan keamanan data pribadi mereka dalam aplikasi penjualan online serta pengharapan keterjaminan pola pengiriman sehingga tidak direpotkan dengan pengiriman produk ke konsumen.

Terkait dengan antisipasi permasalahan yang akan muncul dari sudut pandang petani adalah pengharapan kepastian pasar sebesar 68%. Permasalahan perangkat dan jaringan internet dan ternyata ada juga petani dan jumlah cukup besar 42% responden memperlmasalahakan pengemasan.

### **3.3 HASIL PENELITIAN DARI HASIL FOKUS GROUP DISCUSSION**

Metode pengumpulan data lainnya melalui diskusi dalam kegiatan FGD. Selain wawancara dan dikusi dengan pihak petani dan konsumen, diskusi dalam bentuk FGD dilakukan dengan pihak-pihak yang dianggap menentukan yakni dinas terkait dan BUMD terkait. Kegiatan FGD ini juga dilakukan untuk menkonfirmasi hasil penelitian, mencari informasi yang belum diungkap melalui kuesioner dan mengembangkan hasil penelitian. Dinas terkait yang dilibatkan diantaranya Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng dan Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng. Sedangkan BUMD yang dilibatkan adalah PD. Pasar dan PD. Swatantra. Hasil FGD diantaranya : (1) Ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebagian petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih banyaknya pihak lain (perantara) yang menyebabkan panjangnya jalur ditribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran. (2) Para peserta FGD sepakat bahwa sudah sepatutnya pemerintah semakin berpihak kepada petani tidak hanya pada saat produksi saja tetapi termasuk mengupayakan setiap produk pertanian didistribusikan secara lancar sampai ke konsumen melalui penyempurnaan fungsi pasar-pasar

konvensional, kebijakan-kebijakan yang mendukung produk pertanian Buleleng serta pemanfaatan teknologi dalam distribusi termasuk sistem penjualan online. Pemerintah diharapkan bisa menjembatani dari hulu ke hilir produk pertanian. (3) Ujicoba aplikasi pemasaran online berupa aplikasi peken Protani dan E-Semeton menunjukkan respon positif di masyarakat. (4) Terungkap kebiasaan petani di Buleleng sebatas sebagai produsen saja, para petani tidak terbiasa melakukan fungsi-fungsi pasca panen seperti kontrol kualitas termasuk mensortir produk hasil panen. (5) Adanya harapan terwujudnya pihak yang mengambil peran dari membeli produk pertanian dalam skala besar, mensortir, melakukan kontrol kualitas, penggudangan, pengawetan sampai dengan mendistribusikan produk pertanian di Buleleng dengan harapan semakin meningkatkan keuntungan petani, pedagang dan masyarakat.

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Ada beberapa permasalahan terkait distribusi produk pertanian yang dialami sebaigian petani di Kabupaten Buleleng diantaranya masih banyaknya pihak lain yang menyebabkan panjangnya jalur distribusi barang sampai dengan ke konsumen akhir, pasar tradisional tidak berpihak ke petani lokal karena banyak dibanjiri oleh produk pertanian dari daerah luar, sebelum masa pandemi covid-19 hampir sebagian besar produk pertanian habis di sektor pariwisata namun dimasa pandemi ini terjadi kelebihan produksi yang tidak bisa terserap di pasaran. (2) Ditinjau dari tingkat kelayakan akan kebutuhan sistem penjualan online maka baik dari sisi pemasaran, pelaku/petani dan FGD dengan pihak-pihak yang terkait menunjukkan perlu adanya sistem penjualan online yang dapat menjembatani petani dengan konsumen untuk memutus panjangnya jalur distribusi serta sebagai implementasi pemanfaatan teknologi untuk menciptakan data based produk pertanian di Kabupaten Buleleng. (3) Regulasi terkait implementasi sistem penjualan produk pertanian secara online di Kabupaten Buleleng sangat diperlukan untuk melindungi petani lokal, konsumen dan memastikan pihak yang tepat untuk mengelola sistem tersebut.

Sedangkan rekomendasi penelitian ini meliputi : (1) Kebijakan keberpihakan Pemerintah Kabupaten Buleleng terhadap sektor pertanian sudah sangat baik. Dalam hal keberpihakan terkait pemasaran produksi baik dari panen, pengolahan, penyimpanan sampai dengan pemasaran diperlukan kebijakan tambahan yang memfokuskan sinergi antar dinas terkait terutama Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng, Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, PD. Pasar dan PD. Swatantra. Kebijakan sinergi yang dikeluarkan haruslah ditindaklanjuti dalam bentuk regulasi tertulis yang menginstruksikan pelaksanaan sinergitas tersebut sesegera mungkin dan menguraikan masing-masing peran pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan tersebut. (2) Pemerintah Kabupaten Buleleng diharapkan terus berkreasi dalam penciptaan pasar yang berpihak ke petani lokal dan

penciptaan budaya mencintai produk lokal. (3) Ditinjau dari tingkat kelayakan akan kebutuhan sistem penjualan online maka dipandang perlu adanya sistem penjualan online yang dapat menjembatani petani dengan konsumen, memutus panjangnya jalur distribusi, implementasi pemanfaatan teknologi dan menciptakan data based produk pertanian di Kabupaten Buleleng. Ada beberapa hal yang menjadi penegasan yang harus dipastikan dalam pengembangan sistem penjualan tersebut yaitu : (a) keterjaminan keamanan dan kemudahan akses bagi pengguna, (b) keterjaminan kualitas produk, mekanisme pembayaran dan pengiriman barang, (c) sistem yang dibuat harus bisa memberikan data based terkait pemetaan potensi pertanian, produk pertanian, waktu panen dan penggudangan., (d) Aplikasi yang dibuat berisikan konten-konten tambahan mendidik bagi petani ataupun masyarakat misalnya penekanan pemanfaatan produk lokal, keunggulan-keunggulan produk pertanian, informasi pengawetan ataupun pengolahan pasca panen. (4) Pemerintah Kabupaten Buleleng dalam hal jika menyetujui adanya sistem penjualan produk pertanian berbasis online harus membuat regulasi yang ketat yang minimal harus mengatur : (a) pihak yang mengelola aplikasi tersebut yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya (tupoksi) terutama yang memiliki tupoksi bisnis dengan *profit oriented*, (b) wilayah kerja dari program aplikasi terutama lingkup pelaku penjual dan pemasarannya yang mencakup wilayah di Kabupaten Buleleng, (c) regulasi harus pro petani lokal dengan pola-pola kebijakan percepatan implementasi di masyarakat, (d) mengatur keterjaminan keamanan baik bagi penjual produk yaitu petani dan pembeli serta mengatur dengan tegas terkait kualitas produk, mekanisme pembayaran dan kepastian pengiriman barang, (e) harus mengatur dengan tegas bagaimana pola bagi hasil jika dalam implementasi sistem penjualan tersebut ada potensi keuntungan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Adang., Friyatno, Supena., Sunarja, Rivai Yudi., Hidayat, Der., dan Askin, Andi. 2014. Evaluasi Kebijakan Pengembangan Bioenergi di Sektor Pertanian. Makalah Proposal Operasional Penelitian. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Aiman, S. 2007. Dampak Sosial dan Ekonomi Kegiatan Penelitian. Modul Diklat Fungsional Peneliti Tingkat Pertama. Pusbindiklat peneliti LIPI, Jakarta
- Balitbangtan. 2013. Empat Ratus Teknologi Inovatif Pertanian. IAARD Press, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Jakarta.
- Balitbangtan. 2014. Rencana Strategis Badan Litbang Pertanian 2015-2019 (Draft). Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Jakarta.
- Boytenjuri. 2012. Pemahaman Konsepsi Ketahanan Nasional Oleh AparaturPemerintah Daerah di Era Otonomi Daerah Dapat Meningkatkan Ketahanan Pangan. Essay Bidang Studi Ketahanan Nasional. Program Pendidikan Reguler Angkatan XLVIII. Lembaga Ketahanan Nasional RI.

- Byerlee, D. and A. deJanvry. 2008. Agricultural and Rural Development: Contributing to International Cooperation. Rural Development Department of the World Bank, Washington DC., University of California at Berkely, Berkely, USA.
- DAI. 2002. Food Security in an Era of Decentralization: Historical Lesson and Policy Implication for Indonesia. Indonesian Food Policy Program. Working Paper No. 7. BAPPENAS/Departemen Pertanian/USAID/DAI Food Policy Advisory Team. <http://www.macrofoodpolicy.com>
- Hazell, P., C.Poulton, S.Wiggin and A.Daward. 2007. The Future of Small Farmers for Poverty Reduction and Growth. 2020 Discussion Paper No. 42, IFPRI, Washington DC, USA
- Irawan, Bambang., Rusastra, I Wayan., Hermanto., Pranaji, Tri., Hardono, Gatoet Sroe., Purwantini, Tri Bastuti., dan Ariningsih, Ening. 2014. Dinamika Sosial Ekonomi Pertanian dan Perdesaan: Analisis Data Patanas. Proposal Operasional. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- Kompas. 2014. Riset Indonesia: Berkutat dengan Masalah Sama. Harian Kompas, Edisi Senin, 30 Juni 2014, Jakarta
- Mayrowani, H. 2012. Pembangunan Pertanian Pada Era Otonomi Daerah: Kebijakan Dan Implementasi. FAE, Volume 30 No. 1, Juli 2012: 31 – 47  
Mayrowani, H. 2012. Pembangunan Pertanian Pada Era Otonomi Daerah: Kebijakan dan Implementasi. FAE, Volume 30 No. 1, Juli 2012: 31 – 47
- Pasaribu, Sahat., Hutabarat, Budiman., Azahari, Delima Asri., Kristianto, Saktyanu., Iswariyadi, Arief., dan Yusuf, Edi Supriyadi. 2014. Kajian Kesiapan Indonesia dalam Menghadapi Pasar Tunggal ASEAN 2015. Laporan Akhir Penelitian. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- PECC. 2006. The Future Role of Biofuel: Pacific Food System Outlook 2006-2007. Pacific Economic Cooperaton Council, 2006
- Rachmat, M., B. Sayaka, H. Mayrowani, R. Kustiari, V. Darwis dan C. Muslim. 2014. Kajian Kebijakan Pengendalian Impor Produk Hortikultura. Laporan Teknis. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Rusastra, I.W., G. Thompson, and T. Botema. 2008. Food Security, Poverty, and Complexity of Rural Development in Indonesia – Achievement and Policy Directions. In Rusastra, I.W., G. Thompson, T. Botema, and R. Baldwin (Eds). Food Security and Poverty in The Era of Decentralization in Indonesia. CAPSA Working Paper No. 102. UNESCAP-CAPSA.

- Rusastra, IW., H.P. Saliem, dan Ashari. 2010. Krisis Pangan-Energi-Finansial: Dampak dan Respon Kebijakan Ketahanan Pangan dan Pengentasan Kemiskinan. Analisis Kebijakan Pertanian Vol. 8 No. 1, Maret 2010. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor. 123
- Rusastra, IW. 2013. Dampak Sosial Ekonomi Penelitian dan Sistem Inovasi Pertanian. Materi Diklat Fungsional Peneliti, Pusbindiklat-LIPI, Cibinong, Bogor.
- Rusastra, IW., M.arifin, Harmanto, Mahendro, dan J.Purnomo. 2014. Dinamika SDM Badan Litbang Pertanian Satu Dasa Warsa Terakhir. Pokja Pembinaan SDM, Badan Litbang Pertanian, Jakarta.
- Sarjana, I.M.B. 2010. Governance for Food Security. The Case of Indonesia in Decentralization Era. Maastricht University. The Netherlands.
- Sawit, M.H. 2008. Perubahan Perdagangan Pangan Global dan Putaran Doha WTO: Implikasinya buat Indonesia. Analisis Kebijakan Pertanian Vol.6 No.3, September 2008. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor.
- Sumaryanto., Basuno, Edi., Suhartini, Sri Hastuti., Yofa, Ranga Ditya., dan Adawiyah, Cut Rabiatul 2014. Kontribusi Sektor Pertanian dalam Pencapaian Target *Millenium Development Goals* dan Implikasinya pada *Sustainable Development Goals*". Laporan Akhir. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.
- Suryana, A. 2011. Perkembangan Misi Ketahanan Pangan dan Kemandirian Pangan di Era Otonomi Daerah. Makalah disampaikan pada Acara Seminar Nasional Hasil Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Suryana, A. 2012. Kebijakan Penyediaan Pangan Dalam Memenuhi Konsumsi Gizi Masyarakat. Makalah disampaikan pada Acara Sosialisasi Gerakan Nasional Sadar Gizi, di Jakarta tanggal 27 Desember 2012. Badan Ketahanan Pangan. Kementerian Pertanian.
- Wilson Center. 2006. Summary of Proceeding of a Conference on "The Impact of Trade Liberalization on Poverty", Organized on 15 April 2006. USAID and Woodrow Wilson International Center for Scholars, Washington, DC, USA.