

**PENGARUH MOTIVASI, INTENSITAS PENYULUHAN, DAN  
PELUANG PASAR TERHADAP PENERAPAN PERTANIAN  
ORGANIK DI DESA JUNREJO, KECAMATAN  
JUNREJO, KOTA BATU**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN  
BERKELANJUTAN**

**MUNFA'ATI  
07.1.2.16.2068**



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN  
SUMBER DAYA MANUSIA PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN  
2020**

**PENGARUH MOTIVASI, INTENSITAS PENYULUHAN, DAN  
PELUANG PASAR TERHADAP PENERAPAN PERTANIAN  
ORGANIK DI DESA JUNREJO, KECAMATAN  
JUNREJO, KOTA BATU**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pertanian (S.Tr.P)

**PROGRAM STUDI PENYULUHAN PERTANIAN  
BERKELANJUTAN**

**MUNFA'ATI  
07.1.2.16.2068**



**POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG  
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN  
SUMBER DAYA MANUSIA PERTANIAN  
KEMENTERIAN PERTANIAN  
2020**

## HALAMAN PERUNTUKAN

### **Alhamdulillah rabbil 'alamiin...**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufiq dan hidayahNya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Sholawat dan salam senantiasa saya limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafa'at di hari akhir nanti.

Terima kasih kepada kedua orangtuaku, kepada Ayahanda Juharno dan Ibunda Insyiatul Khotimah, Bunda Sutanti yang senantiasa memberikan kasih sayang dan juga dukungan serta do'a yang selalu menyertaiku hingga detik ini.

Terima kasih saya ucapkan kepada Dosen Pembimbing saya yang sudah bersabar untuk membimbing saya dalam menyelesaikan Tugas akhir beserta ilmu yang diberikan kepada saya.

Terima kasih teruntuk sahabat, dan teman-teman yang selalu mendukung dan mendoakan serta memberikan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan Tugas akhir. Khususnya untuk Keluarga Cemara (TAN A) terima kasih telah menjadi keluarga bagi saya. #Panjang Umur Perjuangan..

(Malang, 18 Juli 2019)

Motto:

*"Dont thing the best, But do the best"*

*"Laa Tahzan Innallaha Ma'ana"*

## **PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain sebagai Tugas Akhir atau untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan pada daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia Tugas Akhir digugurkan dan gelar vokasi yang saya terima dibatalkan, dan diproses sesuai dengan aturan undang-undang yang berlaku.

Malang, 18 Juli 2020

Mahasiswa,

Munfa'ati  
Nirm: 07.1.2.16.2068

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH MOTIVASI, INTENSITAS PENYULUHAN, DAN PELUANG  
PASAR TERHADAP PENERAPAN PERTANIAN ORGANIK DI DESA  
JUNREJO, KECAMATAN JUNREJO, KOTA BATU**

**MUNFA'ATI  
07.1.2.16.2068**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal .....

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Ir. Budiarto, MP**  
NIP. 19590221 198101 1 002

**Hamyana, SST, M.Si**  
NIP. 1985032200604 1 001

Penguji III

**Dr. Ir Bambang Priyanto, MP**  
NIP. 19640302 199103 1 001

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH MOTIVASI, INTENSITAS PENYULUHAN, DAN PELUANG  
PASAR TERHADAP PENERAPAN PERTANIAN ORGANIK DI DESA  
JUNREJO, KECAMATAN JUNREJO, KOTA BATU**

**MUNFA'ATI  
07.1.2.16.2068**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal .....

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Ir. Budianto, MP**  
NIP. 19590221 198101 1 002

**Hamyana, SST, M.Si**  
NIP. 1985032200604 1 001

Mengetahui,

Direktur  
Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

**(Dr. Bambang Sudarmanto, S.Pt, MP)**  
NIP. 19670509 199603 1 00

## RINGKASAN

Munfa'ati, NIRM 07.1.2.16.2068. Pengaruh Motivasi, Intensitas Penyuluhan, Peluang Pasar Terhadap penerapan Pertanian Organik di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Bapak Ir. Budianto, MP selaku Dosen Pembimbing Pertama, dan Bapak Hamyana, SST, M.Si selaku Dosen Pembimbing Kedua.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, intensitas penyuluhan, dan peluang pasar terhadap penerapan pertanian organik khususnya pada komoditas sayuran yang dibudidayakan oleh petani desa Junrejo, Kota Batu yang masih belum berjalan maksimal, serta untuk mengetahui *feedback* yang diberikan oleh sasaran terhadap rancangan penyuluhan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif deskriptif, data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner, dan data sekunder yang diperoleh dari pihak terkait. Populasi penelitian ini sebanyak 258 dari 7 kelompok tani di Desa Junrejo, dan diambil sebanyak 72 sampel untuk penelitian dengan menggunakan rumus slovin (2016).

Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan menunjukkan hasil sebagai berikut: secara simultan (bersama-sama) bahwa (motivasi, intensitas penyuluhan, dan peluang pasar) berpengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa junrejo. Berdasarkan uji parsial (sendiri-sendiri) menghasilkan bahwa motivasi dan peluang pasar memberikan pengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran, sedangkan variabel intensitas penyuluhan masih belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disusun kontekstualisasi hasil kajian dengan implementasi rancangan penyuluhan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT menjadi strategi yang digunakan untuk mencari solusi dengan menekankan pada yang berpengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik faktor sayuran didesa junrejo. Hasil yang diperoleh dari analisis SWOT dijadikan sebagai acuan dalam menetapkan materi penyuluhan sebagai berikut: 1) Keuntungan dalam menerapkan pertanian

organik serta manfaat yang diberikan jangka panjang; 2) Informasi seputar tren gaya hidup sehat dimasyarakat; 3) Peluang penerapan pertanian organik.

Tujuan dari pelaksanaan penyuluhan adalah untuk memberikan informasi kepada sasaran mengenai pertanian khususnya pada pertanian organik melalui materi, media, dan metode yang ditentukan untuk mengetahui *feedback* yang diberikan oleh sasaran dengan melihat kecenderungan atau sentimen terhadap rancangan penyuluhan. Metode penyuluhan yang digunakan adalah metode penyuluhan tidak langsung dengan memanfaatkan media sosial berupa youtube sebagai sarana dalam penyampaian informasi.

Kata kunci: motivasi, intensitas penyuluhan, peluang pasar, penerapan pertanian organik sayuran, Junrejo, Kota Batu.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah Segala puji dan syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayatNya Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang Berjudul "***Pengaruh Motivasi, Intensitas Penyuluhan, Peluang Pasar Terhadap Penerapan Pertanian Organik di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu***" dapat terselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai alat pengajuan penelitian bagi mahasiswa Program D-IV Politeknik Pembangunan Pertanian Malang.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ir. Budiarto, MP, selaku pembimbing I
2. Hamyana, SST, M.Si, selaku pembimbing II
3. Dr.Ir. Bambang Priyanto, MP selaku penguji
4. Gunawan, SP, M.Si, Ketua Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan
5. Dr. Bambang Sudarmanto, S.Pt, M.P, Direktur Politeknik Pembangunan Pertanian Malang
6. Dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung selama penulisan tugas akhir.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan saran dan masukan yang bersifat membangun, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat utamanya bagi Penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Malang, Juli 2020

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>HALAMAN PERUNTUKAN</b> .....	
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Teori Motivasi.....	11
2.2.2 Motivasi.....	15
2.2.3 Intensitas Penyuluhan.....	16
2.2.4 Peluang Pasar.....	18
2.2.5 Penerapan Pertanian Organik .....	18
2.2.6 Prinsip Pertanian Organik.....	21
2.2.7 Tujuan Penerapan Pertanian Organik .....	22
2.2.8 Aspek Penyuluhan .....	23
2.3 Kerangka Pikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
3.1 Lokasi dan Waktu .....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.2.1 Populasi Penelitian.....	28
3.2.2 Sampel Penelitian .....	29
3.2.3 Variabel dan Indikator Penelitian.....	30
3.2.4 Jenis Data .....	31
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.2.6 Definisi Operasional.....	32
3.2.7 Teknik Pengujian Instrumen.....	34
3.2.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.2.9 Hipotesis Penelitian.....	38
3.3 Metode Perancangan .....	39
3.3.1 Sasaran Penyuluhan.....	39
3.3.2 Tujuan Penyuluhan .....	39
3.3.3 Penetapan Materi Penyuluhan .....	39

3.3.4	Penetapan Metode Penyuluhan .....	40
3.3.5	Penetapan Media Penyuluhan .....	40
3.4	Metode Implementasi .....	41
3.4.1	Persiapan Penyuluhan .....	41
3.4.2	Pelaksanaan Penyuluhan.....	41
3.5	Metode Evaluasi Rancangan .....	41
 <b>BAB IV HASIL KAJIAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Hasil Pengkajian.....	43
4.1.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
4.1.2	Deskripsi Variabel .....	43
4.2	Hasil Analisis Regresi .....	51
4.2.1	Estimasi Model Regresi Linier Berganda.....	51
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.2.3	Hasil Analisis Kelayakan Model Regresi Linier Berganda.....	57
 <b>BAB V PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI .....</b>		<b>60</b>
5. 1	Kondisi Wilayah Desa Junrejo .....	60
5.1.1	Kondisi Penerapan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo	60
5. 2	Kontekstualisasi Hasil Kajian dengan Rancangan Penyuluhan.....	63
5.2.1	Pengumpulan Data.....	64
5.2.2	Tahap Analisis.....	67
5.2.3	Pengambilan Keputusan .....	69
5. 3	Rancangan Penyuluhan .....	70
5.3.1	Sasaran Penyuluhan.....	70
5.3.2	Tujuan Penyuluhan .....	71
5.3.3	Materi Penyuluhan .....	71
5.3.4	Metode Penyuluhan .....	72
5.3.5	Media Penyuluhan .....	72
5. 4	Implementasi Penyuluhan.....	74
5.4.1	Persiapan Penyuluhan .....	74
5.4.2	Pelaksanaan Penyuluhan.....	80
5.4.3	Evaluasi Rancangan Penyuluhan.....	83
5.4.4	Rekomendasi Perbaikan Rancangan .....	84
 <b>BAB VI PEMBAHASAN DAN DISKUSI .....</b>		<b>86</b>
6. 1	Aspek Penelitian.....	86
6. 2	Aspek Penyuluhan.....	90
6. 3	Rencana Tindak Lanjut (RTL).....	94
 <b>BAB VII PENUTUP .....</b>		<b>95</b>
7.1	Kesimpul.....	95
7.2	Saran.....	96
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
3.1. Daftar Kelompok Tani Desa Junrejo .....	29
3.2. Sampel Penelitian.....	30
4.1. Hasil Uji Reliabilitas Item Secara Keseluruhan .....	43
4.2. Distribusi Data Kebutuhan Akan Keberadaan .....	44
4.3. Distribusi Data Kebutuhan Akan Keterkaitan .....	46
4.4. Distribusi Data Kebutuhan Akan Pertumbuhan .....	47
4.5. Distribusi Data Intensitas Penyuluhan .....	48
4.6. Distribusi Data Peluang Pasar .....	50
4.7. Distribusi Data Penerapan Pertanian Organik.....	51
4.8. Model Summary .....	52
4.9. Coefficients.....	53
4.10. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	54
4.11. Grafik Uji Normalitas P Plot .....	55
4.12. Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Gjetser .....	56
4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57
4.15. Hasil Uji T .....	58
4.16. Hasil Uji F .....	59
5.1. Data Penggunaan Lahan di Desa Junrejo .....	60
5.2. Luas Lahan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo.....	61
5.3. Petani Pelaksana Pertanian Organik dan Jenis Komoditas.....	63
5.4. Rating Analisis SWOT .....	65
5.5. Matriks Strategi Internal (IFAS).....	66

5.6. Matriks Strategi Eksternal (EFAS) .....	67
5.7. Tanggapan Penonton Terhadap Konten Video .....	83
6.1. Hasil Persamaan Regresi Variabel Motivasi .....	86
6.2. Hasil Persamaan Regresi Variabel Intensitas Penyuluhan.....	87
6.3 Hasil Persamaan Regresi Variabel Peluang Pasar .....	89

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Teori Motivasi dari Pendekatan Isi .....	12
2.2. Kebutuhan Hirarki Maslow .....	13
2.3. Model Kerangka Teori Motivasi Menurut Maslow.....	14
5.1. Matriks Posisi Kuadran SWOT .....	68
5.2. Proses Pembuatan Video .....	79
5.3. Grafik Penayangan Video.....	80
5.4. Jenis dan Sumber Penayangan.....	81
5.5. Penelusuran Youtube .....	82
5.6. Retensi Penonton .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Unsur-unsur Pembeda Penelitian Terdahulu.....	102
Lampiran 2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	104
Lampiran 3. Hasil Validitas Instrumen Penelitian dengan SPSS versi 20.....	106
Lampiran 4. Matriks Strategi SWOT Penerapan Pertanian Organik Sayuran..	108
Lampiran 5. Peta Desa Junrejo.....	110
Dokumentasi.....	111

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar belakang**

Indonesia adalah Negara Agraris dan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Lahan Indonesia merupakan lahan yang subur dan dapat menghasilkan bermacam-macam tanaman seperti tanaman pangan, tanaman perkebunan, dan tanaman hortikultura. Beberapa jenis tanaman hortikultura dapat tumbuh di Indonesia dan dikonsumsi oleh masyarakat. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Statistik Pertanian Hortikultura (SPH) pada tahun 2014 di Indonesia memiliki berbagai jenis komoditas hortikultura yang jumlahnya mencapai 25 jenis, diantaranya: bawang daun, bawang putih, bawang merah, paprika, tomat, lobak, kentang, sawi, wortel, buncis, kubis atau kol, kacang merah, kacang panjang, jamur, melinjo, petai, jengkol, mentimun, labu siam, bayam, kangkung, cabe rawit, cabe besar, kembang kol, dan masih banyak lagi.

Perkembangan teknologi mampu memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memperoleh informasi, salah satunya menyadarkan masyarakat tentang pentingnya asupan gizi yang harus dipenuhi. Sayuran adalah sumber pangan yang wajib dikonsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan tubuh, karena sayuran mengandung vitamin, kalsium, zat besi, fosfor, zat anti oksidan yang dibutuhkan tubuh manusia (Kirsten dan Jame, 2001), tentunya diimbangi dengan karbohidrat dan makanan lain sesuai dengan takaran gizi yang dibutuhkan oleh masing-masing individu. Apabila hal tersebut tidak dapat terpenuhi maka akan berdampak pada kekurangan gizi yang menimbulkan berbagai penyakit.

Tren gaya hidup sehat yang terjadi pada masyarakat Indonesia mengakibatkan tingkat konsumsi sayuran juga meningkat. Hal ini mengharuskan petani agar dapat meningkatkan produksi sayur. Peningkatan tersebut bisa dilihat melalui Badan Pusat Statistika tahun 2010 mengenai peningkatan produksi sayuran yang terjadi di Indonesia, pada produksi daun bawang yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat tahun 2008 mencapai 347.743 ton, tahun 2009 mencapai 549.365 ton, tahun 2010 mencapai 541.374 ton, pada sayur kubis terus mengalami peningkatan produksi mulai tahun 2008 sekitar 1.323.702 ton, tahun 2009 sekitar 1.358.113 ton, pada tahun 2010 sekitar 1.384.004 ton, sedangkan pada komoditas bunga kol di tahun 2008 diproduksi sebanyak 109.497 ton, tahun 2009 196.038 ton dan pada tahun 2010 sekitar 101.205 ton.

Permintaan pasar bukan hanya terletak pada jenis-jenis komoditas sayuran saja, namun juga pada kualitas, kuantitas dan kontinuitas pada produk tersebut (Mayrowi, 2012). Keragaman pada sayur dibedakan menjadi dua bagian yaitu sayuran yang diproduksi secara organik dan sayuran yang diproduksi secara konvensional. Prospek usaha pada sayuran organik memiliki prospek yang sangat menjanjikan (Widiastuti, 2004) hal ini didasari pada meningkatnya kesadaran masyarakat dalam menerapkan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi makanan dan sayuran organik atau bebas pestisida. Berdasarkan penelitian (BPTP Jateng, 2013) menyatakan bahwa kandungan nutrisi yang terdapat pada sayuran organik 50% lebih banyak dibandingkan dengan kandungan nutrisi yang terdapat pada sayuran non-organik, selain itu kandungan antioksidan pada sayuran organik juga lebih tinggi dari sayuran non-organik, yang mana antioksidan yang tinggi dapat menurunkan resiko penyakit jantung dan kanker. Sayuran organik juga mengandung lebih banyak vitamin dan mineral yang tinggi seperti zink dan besi, serta kelebihan lain yang dimiliki dari sayuran organik adalah rasa yang lebih gurih, dan segar yang tentunya terbebas

dari bahan-bahan kimia seperti pupuk kimia maupun pestisida yang sangat berbahaya bagi tubuh pada jangka waktu yang akan datang seperti bahaya penyakit kanker dan lain-lain. Kandungan yang lebih baik terdapat pada sayuran organik tentu akan memberikan manfaat yang lebih banyak pada tubuh kita saat dikonsumsi.

Anne (2017) menyatakan bahwa kesadaran masyarakat dalam menerapkan tren gaya hidup sehat dan bahaya yang ditimbulkan karena paparan zat kimia pada makanan membuat masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi atau menerapkan pola hidup dari alam kembali ke alam (*back to nature*). Gaya hidup sehat adalah pengaruh perilaku seseorang terhadap kesehatannya yang diperlihatkan dengan cara mengonsumsi makanan sehat (*organic*) dan pola hidup yang seimbang. Hal ini menjadi salahsatu peluang yang dimiliki petani untuk menanam dan memproduksi sayuran organik, kesempatan ini sejalan dengan program yang dicanangkan pemerintah Kota Batu yaitu Batu Go Organik 2010. Batu Go Organik merupakan program yang dibentuk oleh pemerintah Kota Batu dalam menunjang program ketahanan pangan, kemandirian pangan, serta pemenuhan kebutuhan dan permintaan pasar.

Kota Batu adalah wilayah yang terbentuk dari pemekaran Kabupaten Malang dan berada di kawasan kaki gunung seperti Gunung Semeru, Gunung Bromo, dan Gunung Tengger, oleh karena itu Kota Batu memiliki tanah yang subur dan cocok untuk pertanian. Batu memiliki suhu udara yang rendah serta kelembaban yang tinggi sebab terletak di dataran tinggi, kondisi ini tentunya tepat digunakan dalam pengembangan pertanian organik untuk tanaman sayuran.

Tantangan yang akan dihadapi oleh petani dalam penerapan pertanian organik yaitu merubah pola penanaman tanaman sistem konvensional dengan

menggunakan pestisida menjadi pertanian organik atau non pestisida bukan sesuatu yang mudah, tentunya pada awal masa produksi sayur organik akan berdampak pada hasil produksi yang diperoleh sedikit berkurang dari sebelumnya, namun pemerintah selalu mendukung dan mendorong terwujudnya keberhasilan program Go Organik melalui insentif yang diberikan kepada petani mulai dari penyediaan benih, pupuk organik, pestisida nabati, hingga sertifikasi lahan organik. Selain itu petani dituntut mengetahui persyaratan dalam penerapan pertanian organik yang memiliki empat prinsip yaitu: 1) Prinsip Kesehatan; 2) Prinsip Ekologi; 3) Prinsip Keadilan; 4) Prinsip Perlindungan (IFOAM, 2005).

Sesuai dengan keterangan Surat Walikota Batu bahwa tujuan pembentukan program Batu Go Organik oleh pemerintah kota Batu adalah untuk memenuhi kebutuhan pasar, memberikan jaminan maupun perlindungan kepada masyarakat untuk mendapatkan produk sayur organik yang diinginkan sesuai dengan ketentuan dan syarat-syarat produksi maupun peredaran produk organik di pasaran, memberikan kepastian kepada produsen (petani) dalam memproduksi produk organik, meningkatkan daya saing dan nilai tambah yang dihasilkan, dan menjaga kelestarian lingkungan dari pencemaran bahan kimia. Selain itu faktor pendukung program ini antara lain yaitu sumber daya alam yang dimiliki oleh Kota Batu sangat besar, dukungan yang diperoleh dari media massa, lokasi yang cukup dekat dengan institusi atau perguruan tinggi, ditambah dengan potensi pariwisata dan pertanian yang mampu membantu perekonomian Kota Batu. Selain faktor pendukung juga adanya faktor yang dapat menghambat dari berjalannya sebuah program pertanian organik antara lain yakni kendala teknis saat di lapangan, sumber daya manusia (petani) yang masih tergantung pada pertanian konvensional.

Desa Junrejo Kecamatan Junrejo adalah salah satu desa yang tercakup dalam penerapan Program Batu Go Organik pada tahun 2013, dan telah menanam beberapa komoditas yang dipilih untuk penanaman di kawasan percontohan. Desa Junrejo adalah wilayah yang dikhususkan untuk budidaya sayuran organik, ditunjang dengan pengalaman petani yang sebelumnya membudidayakan varietas tanaman sayuran dengan sistem konvensional, selain itu salah satu prioritas untuk penerapan pertanian organik guna memperbaiki struktur tanah yang rusak akibat penggunaan bahan kimia sehingga dapat pulih dan subur kembali secara perlahan.

Program Batu Go Organik di Desa Junrejo telah berjalan kurang lebih sekitar 6 tahun tetapi masih terdapat kendala yang ditimbulkan dari beberapa faktor yang menyebabkan program tersebut belum berjalan maksimal sebagaimana mestinya (sesuai dengan harapan pemerintah Kota Batu). Kondisi saat ini yang dihadapi petani desa Junrejo adalah kekhawatiran terhadap penurunan produktivitas yang dihasilkan dari penerapan pertanian organik, sehingga mereka lebih tertarik dan memilih menerapkan pertanian konvensional yang dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan menerapkan pertanian organik, sedangkan disisi lain pemerintah yang telah memfasilitasi seluruh keperluan sarana dan prasarana produksi yang dibutuhkan oleh petani dalam menerapkan pertanian organik guna mewujudkan keberhasilan Program Batu Go Organik. Dari kondisi tersebut peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi petani terhadap penerapan pertanian organik sayuran sehingga dapat memberikan solusi mengingat banyaknya hal positif yang dapat diberikan melalui penerapan pertanian organik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh motivasi petani terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu?
2. Bagaimana pengaruh intensitas penyuluhan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu?
3. Bagaimana pengaruh peluang pasar terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu?
4. Bagaimana *feed back* sasaran terhadap rancangan penyuluhan penerapan pertanian organik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh motivasi petani terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu.
2. Mengetahui pengaruh intensitas penyuluhan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu.
3. Mengetahui pengaruh peluang pasar terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu.
4. Mengetahui *feed back* sasaran terhadap rancangan penyuluhan penerapan pertanian organik.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi mahasiswa
  - a. Dapat meningkatkan kemampuan dalam mencari solusi dari permasalahan yang ada di lapangan.
  - b. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi efektif kepada sasaran maupun petani di tempat kajian.

c. Mampu meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang pertanian organik serta program penyelenggaraan penerapan pertanian organik di Desa Junrejo.

2. Bagi Pemerintah Kota Batu

Menjadi suatu bahan pertimbangan atau referensi dalam perbaikan program Batu Go Organik dalam menentukan langkah maupun kebijakan yang akan diambil sebagai perbaikan dalam meningkatkan motivasi bagi petani agar mampu menerapkan pertanian organik secara baik sehingga menciptakan kemandirian pertanian organik di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo.

3. Bagi Institusi Politeknik Pembangunan Pertanian Malang (POLBANGTAN MALANG)

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa di wilayah yang telah ditentukan dapat menjadi sebuah ajang untuk memperkenalkan institusi di dunia luar sehingga lebih dikenal dimasyarakat luas serta mampu menanamkan asumsi bahwa Polbangtan Malang menjadi salahsatu institusi yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat luas khususnya masyarakat di Desa Junrejo dan Pemerintah Kota Batu.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu memiliki fungsi sebagai dasar dari teori dalam penelitian yang akan dilakukan, selain itu penelitian terdahulu adalah salah satu referensi yang dapat digunakan untuk meneliti serta membandingkan hasil penelitiannya serta arah dari penelitian itu sendiri, pada penelitian terdahulu terkadang tidak memiliki kesamaan dari penelitian yang kita lakukan tetapi ada juga dari beberapa penelitian yang memiliki kemiripan.

Penelitian yang dilakukan oleh Akmal Fathurrahman dan Lucyana Trimo (2018) Tentang “Motivasi Petani Muda dalam Penerapan Teknik Budidaya Padi Sawah Secara Organik dengan Metode *System Of Rice Intensification*” Penelitian yang dilakukan di Kelompok Tani Mekar Sari IV, desa Ciapus, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung memiliki tujuan untuk mengidentifikasi tingkat motivasi petani muda dalam menerapkan teknik budidaya padi sawah organik dengan metode SRI, serta mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi petani muda dalam penerapan teknik budidaya padi sawah menggunakan metode SRI. Desain penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan ditunjang data kuantitatif untuk menyatakan ada tidaknya hubungan antara faktor-faktor internal maupun eksternal petani muda dengan motivasinya dalam menerapkan budidaya padi sawah tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Gaharadikara (2018) mengenai “Pengaruh Peluang Pasar, Inovasi Produk, Jaringan Pemasaran, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Ekspor Pengusaha Mebel di Surakarta” yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah peluang pasar berpengaruh signifikan

terhadap kinerja pemasaran, mengetahui apakah inovasi produk, jaringan pemasaran, dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran ekspor mebel. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa peluang pasar, inovasi produk, jaringan pemasaran, dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja ekspor mebel.

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzia Imani, dkk (2018) Tentang “Penerapan Sistem Pertanian Organik di Kelompok Tani Mekar Tani Jaya Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah penerapan sistem pertanian organik di Kelompok Tani Mekar Tani Jaya sesuai dengan SNI 6729 : 2016, serta untuk menganalisis kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani dalam penerapan sistem pertanian organik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan teknik pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa presentase kesesuaian sistem pertanian organik yang diterapkan Kelompok Tani ini dengan SNI 6729 : 2016 tentang sistem pertanian organik dapat diterapkan sehingga berdampak terhadap aspek-aspek yang lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Siswono Arifianto, dkk (2017) mengenai “Pengaruh Karakteristik Penyuluh, Kondisi kerja, Motivasi terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian dan pada Perilaku Petani Padi di Kabupaten Rembang” memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristi penyuluh, kondisi kerja, dan motivasi terhadap kinerja penyuluh pertanian dan pengaruhnya terhadap perilaku petani di Kabupaten Rembang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan karakteristik penyuluh, kondisi penyuluh dan motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja penyuluh pertanian dan kinerja penyuluh pertanian memiliki pengaruh terhadap perilaku petani di Kabupaten Rembang.

Penelitian yang dilakukan oleh Ria Puji Astuti (2017) Tentang “Motivasi Petani dalam Usaha Tani Padi Organik di Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul”

memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui tingkat motivasi petani dalam menerapkan usaha padi organik, mengidentifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi petani dalam menerapkan usahatani organik, mengetahui penerapan teknologi petani dalam usaha padi organik. Metode yang digunakan yaitu Deskriptif Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah tingkat motivasi yang dimiliki oleh petani di Kecamatan Pandak, Kabupaten Bantul tergolong rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Evans W Wirga (2016) mengenai “Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik” bahwa youtube menyediakan mekanisme dalam interaksi sosial dalam mendapatkan opini dan tontonan dari pengunjung melalui komentar, pemilihan, pemeringkatan, pemilihan favorit, pembagian rujukan, perujukan tayangan, serta komentar positif maupun negatif yang diberikan oleh pengguna youtube. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis popularitas level dari video dan kanal pada youtube termasuk juga sentimen analisisnya. Metode Penelitian ini adalah Alur proses sistem: a) Crawling data youtube; b) Preprocessing; c) Klasifikasi Komentar; d) Sentimen analisis komentar; e) Kanal (youtube) video populer; f) Video Dampak. Tabel yang membandingkan unsur-unsur pembeda yang ada pada penelitian terdahulu dapat dilihat pada lampiran 1.

Unsur pembeda merupakan suatu penjabaran dari penelitian terdahulu yang dikutip oleh penulis untuk membandingkan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dan sebagai pedoman dalam melakukan kajian. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Motivasi, Intensitas Penyuluhan, dan Peluang Pasar Terhadap Penerapan Pertanian Organik Sayuran”, lokasi yang dipilih oleh penulis dengan penelitian terdahulu berbeda, penelitian ini akan dilakukan di Desa Junrejo, Kota Batu, Provinsi Jawa Timur, sedangkan dari aspek kajian yang akan dilakukan pada penelitian ini meliputi: 1)

Pengaruh motivasi terhadap penerapan pertanian sayur organik;2) Pengaruh intensitas penyuluhan terhadap penerapan pertanian sayur organik; 3) Pengaruh peluang pasar terhadap penerapan pertanian sayur organik.

Berdasarkan telaah dari penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu aspek kajian motivasi, metode kuantitatif, dan analisis regresi linier berganda, sedangkan perbedaan terdapat pada tujuan penelitian, lokasi dan waktu penelitian. Penelitian ini akan dilakukan dengan sebaik-baiknya dan menghindari adanya plagiasi pada penelitian ini.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Motivasi**

1. Menurut Campbell, dkk.

Teori motivasi di bagi menjadi dua pendekatan, dari pendekatan pertama yaitu tentang *Content Theory* (penekanan konsep isi), dan pada pendekatan ke dua yakni *Process Theory* (konsep proses).

- a. Pendekatan isi (*Content Theory*)

Pendekatan isi merupakan arti penting dari pemahaman suatu faktor-faktor yang mengakibatkan orang dalam bertingkah laku tertentu, menekankan pada aspek kebutuhan sebagai faktor penguat, pengarah, pendukung serta menyangkut tentang kondisi dalam diri seseorang atau lingkungan yang mendukung dan mengarahkan tingkah laku. Hal ini dapat diilustrasikan dari gambaran di bawah ini:



Gambar 2.1. Teori Motivasi dari Pendekatan Isi (Sumber Ranupandojo dan Suad, 1999)

b. Pendekatan Konsep (*Process Theory*)

Teori pendekatan atau *Process Theory* memiliki beberapa tahapan, diantaranya yaitu:

- Teori pengharapan oleh Victor Vroom mengemukakan bahwa seseorang akan mengambil tindakan sesuai dari apa yang diharapkan, dan mendapatkan hasil tertentu yang memiliki daya tarik bagi dirinya.
- Teori penguatan oleh B.F. Skinner yang mengemukakan bahwa teori ini hanya memusatkan perhatian dari yang terjadi kepada seseorang ketika mengambil sebuah tindakan tertentu.
- Teori keadilan oleh J. Stacy Adam yang menyatakan bahwa seseorang yang membandingkan apa yang dimilikinya dengan apa yang dimiliki oleh orang lain.
- Teori penetapan tujuan yang menyatakan bahwa seseorang akan bekerja dengan baik jika mereka mendapatkan umpan balik dari apa yang telah ia kerjakan.

2. Teori Kebutuhan menurut Abraham H. Maslow

Inti dari teori yang dikemukakan oleh Maslow ialah setiap manusia tersusun dari suatu hierarki. Kebutuhan fisiologis merupakan tingkat kebutuhan yang paling rendah, sedangkan kebutuhan aktualisasi diri merupakan tingkat kebutuhan yang paling tinggi.

Menurut Maslow dalam Robbins and Judge (2008) memaparkan lima kebutuhan dasar manusia, diantaranya:

- a. Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*) yang meliputi lapar, haus, seksual, berlidung, dan kebutuhan fisik lainnya.
- b. Kebutuhan keamanan dan keselamatan kerja (*Security or safety needs*) yaitu kebutuhan rasa ingin dilindungi dari bahaya fisik maupun emosional.
- c. Kebutuhan sosialisasi (*Affiliation or acceptance needs*) yaitu kebutuhan akan rasa kasih sayang, kepemilikan, persahabatan, serta penerimaan.
- d. Kebutuhan penghargaan (*Esteem needs*), yaitu kebutuhan tentang penghargaan internal seperti hormat diri, otonomi dan berbagai pencapaiannya, penghargaan eksternal yang meliputi pengakuan, dan perhatian.
- e. Kebutuhan aktualisasi diri (*Needs for self actualization*) yaitu dorongan agar menjadi seseorang yang sesuai dengan kecakapannya seperti pertumbuhan, pencapaian potensi seseorang, serta pemenuhan diri sendiri.

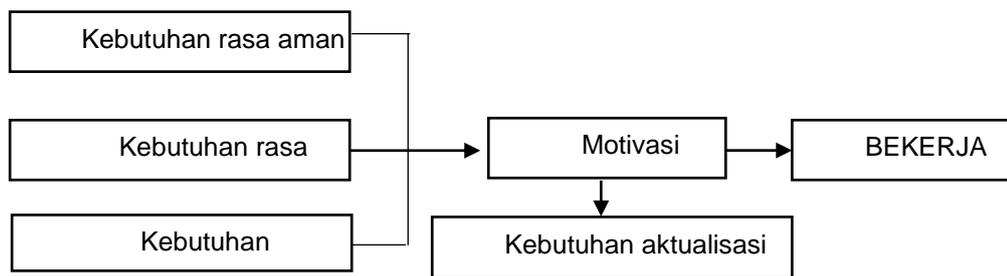
Berikut adalah gambar piramida kebutuhan dari yang paling rendah ke yang paling tinggi menurut Maslow:



Gambar 2.2. Kebutuhan Hirarki Maslow. Sumber: Stephen P. Robbins and Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jakarta, Salempna Empat (2008)

Maslow berpendapat bahwa orang akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang dinilai lebih penting (*fisiologis*) sebelum mengarah kepada kebutuhan yang paling tinggi (*self actualization*) jika dari kebutuhan seseorang (petani) sangat kuat, maka akan semakin kuat pula motivasi yang dimiliki dan digunakan untuk mengarah pada pemuasan kebutuhannya.

Menurut Maslow seseorang akan termotivasi jika kebutuhan yang mereka butuhkan dapat terpenuhi, berikut merupakan model kerangka teori motivasi:



Gambar 2.3. Model Kerangka Teori Motivasi Menurut Maslow (Danim, 2004)

Kebutuhan seseorang yang telah terpenuhi, maka akan memunculkan sebuah motivasi. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang, maka mereka akan melakukan suatu pekerjaan dari apa yang memotivasi diri mereka.

### 3. Teori Keberadaan, Keterkaitan dan Pertumbuhan (*Existance, Relatedness, and Growth ERG*)

Aldefe, C, P (1972) merumuskan kembali tentang teori Maslow dalam tiga kelompok, diantaranya adalah: Keberadaan (*existance*), Keterkaitan (*relatedness*), dan pertumbuhan (*growth*):

#### a. Kebutuhan akan keberadaan

Kebutuhan akan keberadaan adalah semua kebutuhan yang berkaitan dengan keberadaan manusia yang dipertahankan dan berhubungan dengan kebutuhan fisiologis serta kebutuhan akan rasa aman pada hierarki Maslow.

#### b. Kebutuhan keterkaitan

Kebutuhan keterkaitan merupakan sebuah kebutuhan yang dapat mendorong seseorang untuk berhubungan dan melakukan interaksi dengan orang lain yang merujuk pada kebutuhan sosial pada hierarki Maslow.

c. Kebutuhan Pertumbuhan

Kebutuhan pertumbuhan merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan perkembangan potensi perorangan dengan kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri pada hierarki Maslow.

### **2.2.2 Motivasi**

Motivasi berasal dari kata motif yang artinya dorongan yang datang dari dalam untuk berbuat sesuatu (Walgito, 2002). Motif berasal dari bahasa latin yaitu *Movere* yang memiliki makna bergerak atau *to move* (Branca, dalam Romadona, 2007). Motivasi adalah suatu faktor penggerak atau pendorong yang mampu memicu timbulnya rasa semangat dan juga dapat merubah tingkahlaku manusia maupun individu untuk menuju pada hal yang lebih baik dari diri sendiri. Dimiyati dan Mudjiono (2009) mengemukakan pendapat lain mengenai motivasi, bahwa motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan serta mengarahkan perilaku manusia, termasuk juga ke dalam perilaku belajar. Dalam motivasi terdapat suatu hal penumbuhan gairah, serta merasa senang dan semangat belajar. Kurangnya sebuah motivasi dapat mengakibatkan seseorang tidak dapat berkembang dalam belajar karena kurangnya dorongan dan semangat dari dalam dirinya.

Stephen P. Robbins (2008) mendefinisikan tentang motivasi yakni sebagai satu proses yang dapat menghasilkan intensitas, arah, dan ketekunan individual dalam usaha untuk mencapai sebuah tujuan. Terdapat tiga kunci utama dari definisi tersebut, yaitu: intensitas, arah, dan ketekunan. Intensitas menyangkut tentang seberapa keras usaha yang dilakukan seseorang dan unsur ini paling difokuskan oleh seseorang ketika berbicara mengenai motivasi, akan intensitas

yang tinggi justru tidak membawa hasil yang diinginkan kecuali upaya tersebut diarahkan untuk tujuan yang menguntungkan suatu organisasi. Maka dari itu, kita perlu mempertimbangkan kualitas maupun intensitasnya. Motivasi tentang dimensi ketekunan ialah ukuran mengenai berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya tersebut. Motivasi tidak dapat diamati secara langsung, melainkan dapat diinterpretasikan melalui tingkah laku berupa rangsangan, dorongan, ataupun pembangkit tenaga munculnya suatu perilaku.

Motivasi dapat didefinisikan secara sederhana yang memiliki arti sebuah dorongan. Banyaknya para ahli yang telah mendefinisikan tentang motivasi ke dalam literatur, salah satunya adalah pendapat dari (J.P. Chaplin,2001) yang mengemukakan bahwa motivasi ialah suatu variabel yang memiliki peran atau pengaruh yang digunakan untuk menumbuhkan faktor-faktor tertentu di dalam suatu organisme yang mampu membangkitkan, mengelola, mempertahankan, serta menyalurkan tingkahlaku menuju pada satu sasaran. Sejalan dengan teori Munandar (2001) menjelaskan juga tentang motivasi merupakan suatu proses dari berbagai kebutuhan yang ada mampu mendorong seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang mengarah pada tercapainya suatu tujuan tertentu. Dalam hal ini petani tentunya memiliki pandangan dan motivasi yang berbeda-beda tentang penerapan pertanian organik maupun inovasi teknologi lainnya, beragamnya motivasi ini tentunya yang akan berpengaruh terhadap hasil akhir yang dicapai oleh petani secara individu. Selain itu, tugas pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal program yang sedang berjalan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

### **2.2.3 Intensitas Penyuluhan**

Intensitas penyuluhan menjadi salah satu faktor yang mampu menambah pengetahuan bagi petani. Intensitas merupakan seringnya waktu yang dipergunakan dalam melakukan penyuluhan. Semakin sering diadakannya

pertemuan yang dilakukan antara penyuluh dengan sasaran (petani) maka akan semakin banyak pula informasi-informasi yang didapatkan oleh petani, oleh karena itu peran antara penyuluh dengan petani secara partisipatif harus memiliki sinergi yang baik, sehingga hasil dari pelaksanaan penyuluhan dapat diperoleh secara maksimal.

Intensitas penyuluhan bukan hanya tentang penyebaran informasi, intensitas juga dapat diartikan dengan seberapa sering diskusi dan interaksi yang dilakukan oleh petani terhadap penyuluh dalam memecahkan kendala yang dihadapi petani. Azwar (2001) menyatakan bahwa intensitas penyuluhan dapat merubah perilaku yang ada pada petani agar lebih terbuka dalam menerima petunjuk dan bimbingan serta lebih aktif dan dinamis dalam melaksanakan usaha taninya. Menurut Sumbayak dalam Gaharadikara (2018) bahwa meningkatnya frekuensi petani dalam mengikuti pelaksanaan penyuluhan dapat disebabkan dengan penyampaian materi yang menarik, mudah dipahami, materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan petani dan memiliki manfaat bagi petani.

Intensitas penyuluhan juga merupakan frekuensi petani dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan dan dapat diperoleh melalui beberapa sumber, seperti informasi yang diperoleh dari penyuluh, sesama petani, media massa (majalah, koran, internet, dan lain-lain). Pada intensitas penyuluhan yang dapat diukur berupa perencanaan penyuluhan, dan pelaksanaan penyuluhan, perencanaan penyuluhan sendiri merupakan proses kesepakatan yang dilakukan antara penyuluh atau informan lain dengan petani mengenai waktu dan tempat berlangsungnya penyuluhan, sedangkan pada pelaksanaan penyuluhan sendiri memiliki tujuan dalam penyampaian informasi kepada petani yang memadukan antara aspirasi petani dengan kebijakan yang diintegrasikan pada program pembangunan pertanian seperti program Batu Go Organik.

#### **2.2.4 Peluang Pasar**

Analisa peluang pasar merupakan hal yang sangat penting untuk melihat sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan, untuk mengetahui seberapa besar sebuah peluang yang tersedia dalam memasarkan produk yang dimiliki. Analisa peluang pasar sendiri adalah sebuah riset terhadap faktor lingkungan eksternal yang mampu mempengaruhi keberhasilan dari usaha yang dilakukan. Potensi pasar merupakan batas yang dapat didekati oleh permintaan jika pengeluaran sebuah industri mendekati tak terhingga dari suatu lingkungan yang telah ditetapkan (Kotler, 1997).

Menurut Pearce dan Robinson (2005) menyatakan bahwa peluang adalah situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Peluang pasar yakni suatu bidang kebutuhan pembeli dengan kondisi perusahaan mampu beroperasi secara menguntungkan karena adanya permintaan (Kotler, 1997). Titik balik seseorang melakukan usaha tani adalah ingin mendapatkan keuntungan dari apa yang telah diusahakan, maka dari itu dengan adanya peluang pasar sangat dibutuhkan untuk mempertimbangkan seseorang memutuskan berusahatani.

Dalam analisa peluang pasar dapat dilihat melalui permintaan yang diinginkan oleh konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan, sehingga dengan adanya permintaan tentunya ada harga yang harus disepakati antara produsen dan konsumen sehingga saling menguntungkan satu sama lain, produsen dapat memperoleh keuntungan dari penjualan produk, serta konsumen dapat memperoleh barang yang diinginkan.

#### **2.2.5 Penerapan Pertanian Organik**

Pertanian organik merupakan sistem budidaya pertanian yang memanfaatkan serta mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2002), sedangkan

menurut *International Federation of Organik Agriculture Movement* (IFOAM, 2015) bahwa pertanian organik ialah sistem produksi pertanian yang holistik serta terpadu yang mendukung dan mempercepat proses biodiversitas, siklus biologi serta aktivitas biologi tanah melalui cara mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas agroekosistem secara alami.

Pakar pertanian barat memaparkan bahwa sistem pertanian organik yaitu sebuah hukum pengembalian (*law of return*) yang memiliki arti sebuah sistem yang dilakukan untuk mengembalikan semua jenis bahan organik ke dalam tanah, baik dalam suatu bentuk residu, limbah tanaman, maupun ternak yang bertujuan untuk memberikan makanan bagi tanaman, dengan kata lain bahwa unsur hara didaur ulang melalui satu atau lebih tahapan bentuk senyawa organik sebelum diserap oleh tanaman. Hal ini tentunya sangat berbeda dengan sistem pertanian konvensional yang memberikan unsur hara secara langsung dalam bentuk larutan sehingga segera diserap oleh tanaman dengan takaran dan waktu pemberian sesuai dengan yang dibutuhkan oleh tanaman untuk mendapatkan hasil yang cepat. Filosofi yang mendasari pertanian organik ialah mengembangkan prinsip memberikan makanan pada tanah yang selanjutnya tanah akan menyediakan makanan pada tanaman yang kita tanam (*feeding the soil that feed the plants*), dan tidak memberikan makanan kepada tanaman secara langsung.

Cara pertanian organik yang diterapkan oleh setiap negara tentunya bervariasi, namun pada dasarnya memiliki tujuan yang sama yaitu upaya yang dilakukan untuk melindungi tanah, melestarikan keanekaragaman hayati, serta memberikan kesempatan bagi binatang ternak dan unggas untuk merumput di alam terbuka (Kerr, 2009). Berdasarkan penelitian yang dilakukan dari beberapa negara yang membandingkan antara pertanian konvensional dengan pertanian organik bahwa sebagian besar menyatakan pertanian organik mampu

memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan keuntungan yang didapatkan dari pertanian konvensional, hal ini tentunya ditimbulkan sebab pertanian organik tidak menghabiskan banyak pengeluaran dalam pembelian pupuk, pestisida, dan input pertanian lainnya, disamping itu produk yang dihasilkan dari pertanian organik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk pertanian konvensional, berbeda dengan produk pertanian konvensional dilihat dari keuntungan segi kesehatan produk pertanian organik tentunya lebih menyehatkan, sebab tidak terkontaminasi oleh bahan-bahan kimia yang memberikan dampak buruk jangka panjang bagi kesehatan manusia.

Berdasarkan SNI Pertanian Organik (6729:2010) terdapat lima indikator penerapan pertanian organik, diantaranya:

- a. Pemilihan lokasi
- b. Sarana produksi
- c. Pengolahan lahan dan pembibitan
- d. Proses produksi
- e. Panen dan Pasca panen

Berikut ini merupakan tahap-tahap pelaksanaan sertifikasi organik SNI (6729:2013):

- a) Menerapkan K3
- b) Mengorganisasikan pekerjaan
- c) Melakukan komunikasi efektif dan membangun jejaring kerja
- d) Mengorganisasikan kelompok sasaran
- e) Menganalisis sejarah lahan
- f) Menyusun program fasilitasi
- g) Melaksanakan fasilitasi
- h) Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan
- i) Mengelola konversi lahan

- j) Melaksanakan sistem jaringan mutu
- k) Memproses pupuk organik

### **2.2.6 Prinsip Pertanian Organik**

IFOAM (2005) memaparkan tentang prinsip-prinsip dasar dari pertumbuhan dan perkembangan pertanian organik yang berisi tentang manfaat yang didapatkan melalui pertanian organik dan merupakan bagian dari suatu visi dalam meningkatkan seluruh aspek pertanian secara global. Dalam artian luas bahwa prinsip ini mengatur tentang bagaimana manusia memelihara tanah, air, tanaman dan hewan guna menghasilkan, mempersiapkan, serta menyalurkan pangan dan produk-produk lain. Prinsip-prinsip tersebut diantaranya: 1) Prinsip Kesehatan; 2) Prinsip Ekologi; 3) Prinsip Keadilan; 4) dan Prinsip Perlindungan.

Prinsip kesehatan pada pertanian Organik (IFOAM, 2005) bahwa pertanian organik harus melestarikan serta meningkatkan kesehatan tanah, tanaman, manusia, hewan, dan bumi sebagai satu kesatuan yang tidak terpisah. Dari prinsip ini menunjukkan bahwa kesehatan dari tiap-tiap individu maupun komunitas tidak dapat dipisahkan dari kesehatan ekosistem. Prinsip Ekologi pertanian organik harus didasarkan pada suatu sistem dan siklus ekologi sebuah kehidupan. Bekerja, meniru, dan berusaha memelihara sebuah sistem maupun siklus ekologi kehidupan. Prinsip Keadilan bahwa pertanian organik harus mampu membangun sebuah hubungan dalam menjamin suatu keadilan yang terjadi pada lingkungan, hal ini menyangkut tentang bagaimana memberikan kesempatan hidup bersama yang dapat dimiliki oleh setiap makhluk hidup seperti tanaman maupun organisme yang ada di sekitar. Sedangkan pada Prinsip Perlindungan yakni pertanian organik harus dikelola dengan hati-hati dan bertanggung jawab untuk melindungi kesehatan maupun kesejahteraan, baik untuk generasi sekarang maupun generasi yang akan datang, serta menjaga lingkungan hidup lainnya.

### **2.2.7 Tujuan Penerapan Pertanian Organik**

Menurut Susanto (2002) Tujuan jangka panjang yang akan dicapai melalui penerapan pertanian organik diantaranya:

1. Melindungi dan melestarikan keragaman hayati serta keragaman dalam bidang pertanian.
2. Memasyarakatkan kembali sistem budidaya pertanian organik yang memberikan manfaat besar dalam mempertahankan serta meningkatkan produktivitas lahan sehingga dapat menciptakan kegiatan pertanian berkelanjutan.
3. Mengurangi terjadinya pencemaran lingkungan yang ditimbulkan dari residu pengaplikasian pestisida, pupuk serta bahan kimia lainnya.
4. Dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh petani dengan harga mahal.
5. Dapat meningkatkan usaha konservasi tanah dan air, serta dapat mengurangi masalah erosi akibat dari pengolahan tanah yang dilakukan secara intensif.

Tujuan jangka pendek yang akan dicapai dari pengembangan pertanian organik menurut Susanto (2002) yakni sebagai berikut:

1. Ikut serta dalam mensukseskan program pengentasan kemiskinan melalui peningkatan pemanfaatan peluang pasar dan ketersediaan lahan petani yang sempit.
2. Menjalin kemitraan yang dilakukan antar petani baik sebagai produsen dan para pengusaha dalam mengembangkan agribisnis.
3. Membantu dalam menyediakan produk pertanian yang bebas residu dan bahan kimia lainnya dalam rangka meningkatkan kesehatan bagi masyarakat.

4. Mengembangkan serta meningkatkan minat bagi petani terhadap kegiatan budidaya organik baik sebagai mata pencaharian utama ataupun sampingan yang dapat meningkatkan pendapatan bagi petani tanpa menimbulkan kerusakan pada lingkungan.
5. Mempertahankan dan melestarikan produktivitas lahan pertanian sehingga dapat berproduksi secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang maupun generasi yang akan datang.

### **2.2.8 Aspek Penyuluhan**

Menurut UU Nomor 16 Tahun 2006 mengenai sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan (UU SP3K), bahwa arti dari penyuluhan pertanian ialah proses pembelajaran bagi pelaku utama serta pelaku usaha agar mereka mau dan mampu menolong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan, dan sumberdaya lainnya, sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan dan kesejahteraannya serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup.

Menurut Mardikanto (1982) pengertian penyuluhan dalam arti etimologis adalah usaha memberikan keterangan, penjelasan, petunjuk, bimbingan, tuntunan, jalan dan arah yang harus ditempuh oleh seseorang, sehingga dapat memecah masalah yang dihadapi, serta dapat meningkatkan kualitas hidupnya.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya penyuluhan pada dasarnya ialah upaya perubahan berencana yang dilakukan melalui sistem pendidikan secara non formal dengan tujuan untuk merubah perilaku (sikap, pengetahuan, dan keterampilan) sasaran untuk dapat memecahkan suatu masalah yang dihadapi, sehingga kualitas hidup dapat meningkat (Yunasaf, 2003).

a. Materi Penyuluhan

Materi penyuluhan adalah segala sesuatu yang disampaikan saat proses komunikasi yang menyangkut ilmu maupun teknologi dibidang pertanian atau isi yang terkandung di dalam setiap pelaksanaan kegiatan penyuluhan (Samsudin, 1987). Dalam menyusun sebuah materi penyuluhan harus disesuaikan serta dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan dan kondisi lapangan, budidaya yang dikelola oleh petani, dan iklim yang ada pada wilayah pertanian (Suhardiyono, 1990).

b. Metode Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan yang efektif diperlukan dengan menggunakan suatu metode yang tepat guna, sehingga sasaran mampu menangkap informasi yang disampaikan oleh penyuluh atau informan saat berjalannya proses penyuluhan, melaksanakan contoh-contoh yang diperagakan guna untuk memberikan informasi secara teknis dan mampu meningkatkan pengetahuan maupun keterampilan yang dimiliki petani atau peternak (Belli, 1981).

Menurut Rines dan Dagobert (1989) yang dikutip oleh Belli (1981), dikenal dengan metode mengajar (*teaching method*), metode mengajar merupakan suatu cara yang dilakukan oleh pengajar bertemu oleh orang yang akan diajar. Dalam hal kegiatan penyuluhan dikenal dengan adanya metode pendekatan, diantaranya: 1) Metode pendekatan perorangan, contoh: dengan berkunjung ke rumah (Anjangsana), surat menyurat, kunjungan ke tempat kerja (Anjangkarya), hubungan via telepon, dan lain-lain; 2) Metode pendekatan kelompok, misalnya: diskusi kelompok dan temu karya, kursus tani, demonstrasi cara atau hasil, widyawisata, dan lain-lain; 3) Metode pendekatan massal, contoh: pemutaran film atau video, siaran radio/televisei, penyebaran poster, brosur, leaflet, rapat, dan lain-lain.

c. Media Penyuluhan

Media penyuluhan merupakan segala sesuatu yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi, dapat merangsang pikiran, perasaan, dan kemauan dari pelaku utama dan pelaku usaha sehingga mampu mendorong terciptanya proses belajar dari diri pelaku utama dan pelaku usaha pertanian.

Media penyuluhan memiliki beberapa fungsi, yang meliputi: 1) Untuk memperjelas pesan yang disampaikan agar tidak terlalu verbalistik; 2) Untuk mengatasi keterbatasan ruang, waktu, tenaga, dan daya indra; 3) Menimbulkan gairah belajar, berinteraksi lebih langsung antara penyuluh dengan petani; 4) Memungkinkan petani agar belajar mandiri, sesuai dengan bakat kemampuan visual, auditori, dan kinestetiknya.

d. Evaluasi Penyuluhan Pertanian

Evaluasi merupakan suatu bagian dari proses pengambilan keputusan melalui kegiatan membandingkan hasil pengamatan terhadap suatu objek (Mardikanto, 2009). Evaluasi penyuluhan pertanian adalah bagian penting dalam kegiatan program penyuluhan pertanian, bukan hanya untuk program itu sendiri tetapi bagi petugas yang melaksanakan evaluasi penyuluhan pertanian. Evaluasi yang baik akan diperoleh melalui strategi ataupun rencana dari kegiatan selanjutnya untuk dilakukan agar program penyuluhan pertanian dapat berjalan lebih baik, serta mencapai tujuan yang maksimal. Tujuan dari evaluasi penyuluhan pertanian diantara lain:

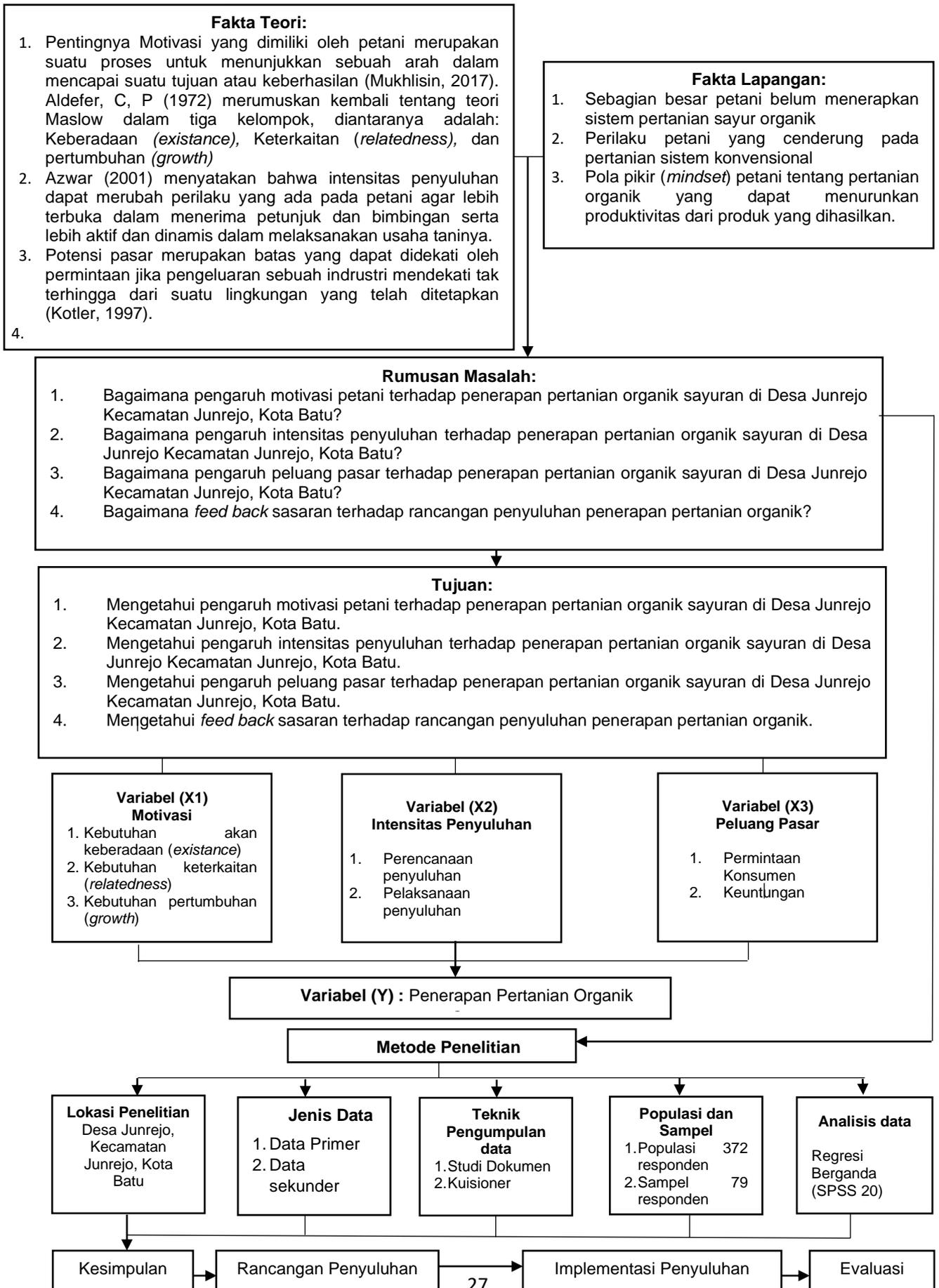
- a. Untuk mengetahui capaian yang telah diperoleh berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan
- b. Memperoleh data-data dan keterangan yang ada di lapangan sesuai dengan penyuluhan yang telah dilaksanakan
- c. Mengukur keefektifan dari materi, media, dan metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan pertanian

d. Memperoleh hasil dari pelaksanaan kegiatan penyuluhan

Berikut merupakan alat pengukur yang dapat digunakan dalam pelaksanaan penelitian yakni:

- 1) Skala *Likert*: digunakan untuk mengukur sikap, melihat presentase, pendapat, persepsi seseorang mengenai fenomena sosial yang ditetapkan secara spesifik dan menjadi variabel penelitian oleh peneliti.
- 2) Skalan *Guttman*: penggunaan dari skala *Guttman* akan memperoleh jawaban yang tegas yaitu antara Ya atau Tidak, Benar atau Salah, Positif atau Negatif, dan lain-lain.
- 3) Semantik Deferensial: skala ini digunakan untuk mengukur sikap, jawaban dari skala ini tersusun dalam satu garis kontinum yaitu terletak pada bagian kanan adalah sangat positif, sedangkan pada bagian kiri sangat negatif.
- 4) Skala Rating (*rating scale*): pengukuran menggunakan skala rating akan memperoleh data kuantitatif, selanjutnya data tersebut ditransformasikan ke data kualitatif.

## 2.3 Kerangka Pikir



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan Juni 2020, di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, pemilihan lokasi ini didasari dengan beberapa pertimbangan, diantaranya 1) Desa Junrejo merupakan salah satu desa yang tercakup dalam Program Batu Go Organik yang telah dicanangkan oleh Pemerintah Kota Batu; 2) Desa Junrejo memiliki potensi dalam pengembangan pertanian organik khususnya pada tanaman hortikultura; 3) Dukungan dari pemerintah dalam mewujudkan Program Batu Go Organik; 4) Potensi Pertanian yang mampu membantu perekonomian Kota Batu.

### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, penelitian kuantitatif deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan suatu masalah secara kuantitatif mengenai perilaku atau opini, serta kecenderungan suatu populasi dengan meneliti sampel, dari hasil yang diperoleh akan digeneralisasikan. Data yang diperoleh berupa angka akan ditabulasikan terlebih dahulu kemudian disimpulkan. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji suatu teori tertentu dengan cara meneliti antar variabel (John Creswell, 2016).

#### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh petani yang ada di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu terdapat 7 kelompok tani dan 258 orang anggota. Berikut adalah kelompok tani Desa Junrejo:

**Tabel 3.1. Daftar Kelompok Tani Desa Junrejo**

No.	Kelompok Tani	Jumlah/Populasi
1.	Kelompok Tani Sido Dadi	36 Orang
2.	Kelompok Tani Sumber Rejeki	31 Orang
3.	Kelompok Tani Sejati	50 Orang
4.	Kelompok Tani Sumber Makmur	41 Orang
5.	Kelompok Tani Gawe Rejo	23 Orang
6.	Kelompok Tani Rejeki Barokah	56 Orang
7.	Kelompok Tani Tani Maju	21 Orang
	Jumlah	258 Orang

Sumber: Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok Desa Junrejo 2020

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan *Proportionate Random Sampling*. Menurut Arikunto (2010) bahwa *Proportionate Random Sampling* merupakan teknik yang dilakukan untuk menyempurnakan penggunaan teknik *sampling*, serta dapat memberikan kesempatan ataupun peluang dari tiap-tiap populasi untuk digunakan sebagai sampel.

Teknik *Proportionate Random Sampling* digunakan untuk menentukan jumlah responden dari setiap kelompok tani di Desa Junrejo. Rumus yang digunakan dalam pengambilan jumlah sampel adalah rumus Slovin (2016) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e^2)}$$

Keterangan:

N = Populasi

n = Sampel

e<sup>2</sup> = persen kesalahan

Rumus di atas menunjukkan bahwa dalam penentuan jumlah sampel dari rumus Slovin dapat dituangkan dalam populasi yang akan diteliti yaitu 258 orang dengan taraf kesalahan 10%.

$$n = \frac{258}{1 + 258 \cdot (0,1^2)}$$

$$n = \frac{258}{1 + 258 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{258}{1 + 2,58}$$

$$n = \frac{258}{3,58}$$

$$n = 72,0 \text{ atau } 72$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa sampel penelitian berjumlah 72 orang, selanjutnya dari sampel tersebut akan dilakukan penentuan dari masing-masing kelompok, berikut hasil dari penentuan sampel dari tiap-tiap kelompok:

**Tabel 3.2. Sampel Penelitian**

No.	Kelompok Tani	Jumlah/Populasi	Perhitungan	Sampel
1.	Sido Dadi	36 Orang	$(36/258) \times 72$	10 Orang
2.	Sumber Rejeki	31 Orang	$(31/258) \times 72$	9 Orang
3.	Sejati	50 Orang	$(50/258) \times 72$	14 Orang
4.	Sumber Makmur	41 Orang	$(41/258) \times 72$	11 Orang
5.	Gawe Rejo	23 Orang	$(23/258) \times 72$	6 Orang
6.	Rejeki Barokah	56 Orang	$(56/258) \times 72$	16 Orang
7.	Tani Maju	21 Orang	$(21/258) \times 72$	6 Orang
	Jumlah	258 Orang	Sampel	72 Orang

*Sumber: Data Primer yang diolah (2020)*

Dengan demikian maka sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil secara acak dari tiap-tiap kelompok tani di Desa Junrejo.

### 3.2.3 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat maupun nilai dari seseorang, objek, serta kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2012). Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian:

1. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab berubah atau timbulnya variabel dependen terikat (Sugiono, 2011). Variabel bebas dari penelitian ini yaitu:
  - a. Motivasi (X1)
  - b. Intensitas Penyuluhan (X2)
  - c. Peluang Pasar (X3)
2. Variabel dependen (terikat) ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2011). Variabel dependen penelitian ini yaitu:
  - a. Penerapan Pertanian Sayur Organik (Y)

#### **3.2.4 Jenis Data**

1. Data primer

Data primer didapatkan melalui pengisian kuisioner berupa identitas sasaran, indikator variabel independen dan dependen.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada sebelum penelitian ini dilakukan. Data sekunder bisa didapatkan melalui studi dokumen seperti data yang dimiliki oleh BPS, Dinas Pertanian, BPP, Kantor Desa, dan lain-lain.

#### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini menggunakan studi dokumen, dan instrumen (kuisioner), adapun teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut:

### 1. Studi Dokumen

Pengumpulan data sekunder melalui studi dokumen diperoleh dari BPP berupa RDK, RDKK, Program desa, dan data dari BPS. Data tersebut diterima berupa transkrip, data petani, statistik, gambar, dan lain-lain.

### 2. Instrumen atau kuisisioner

Instrumen merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam memudahkan pengukuran variabel. Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan instrumen berupa kuisisioner atau daftar pertanyaan yang sesuai dengan variabel penelitian yang dapat dilihat pada lampiran 2.

Variabel dan indikator penelitian merupakan kisi-kisi dalam pembuatan kuisisioner yang akan diberikan kepada petani untuk menggali informasi dengan sejelas mungkin, dan item merupakan kode pernyataan dari kuisisioner penelitian.

## 3.2.6 Definisi Operasional

Setiap Variabel penelitian memiliki dimensi yang merupakan penjelasan dari suatu variabel. Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel yang akan diteliti adalah:

### 1. Motivasi

Motivasi yang dimiliki oleh sasaran dalam menerapkan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo. Indikator motivasi penelitian ini mengacu pada motivasi kebutuhan menurut Alfeder, C, P (1972) yang dibagi ke dalam tiga bagian, diantaranya:

#### a. Kebutuhan akan keberadaan (*existence*)

Kebutuhan akan keberadaan (*existence*) merupakan kebutuhan yang mendorong sasaran dalam memenuhi kebutuhan pangan yang mencakup kebutuhan yang dikonsumsi sehari-hari, kebutuhan sandang dan papan yang mencakup tentang kebutuhan memenuhi pakaian, tempat tinggal dan

keberadaan pribadi, memenuhi kebutuhan pendidikan anak, serta kebutuhan yang mencakup dalam memiliki tabungan dan asuransi jiwa.

b. Kebutuhan akan keterkaitan (*relatedness*)

Kebutuhan akan keterkaitan (*relatedness*) merupakan kebutuhan yang dapat mendorong sasaran untuk berhubungan serta berinteraksi dengan orang lain yang terdiri dari menjalin hubungan dengan orang lain selain petani, akrab dengan petani lain, bekerja sama dengan petani lain, berbagi pengalaman dengan petani lain, menjalin kemitraan dengan perusahaan, memperluas jejaring pemasaran.

c. Kebutuhan akan pertumbuhan (*growth*)

Kebutuhan akan Pertumbuhan (*growth*) merupakan kebutuhan yang mampu mendorong sasaran untuk mengembangkan potensi diri yang dimilikinya dengan meningkatkan keterampilannya yang terdiri dari meningkatkan pengetahuan, meningkatkan penghasilan dalam dunia pertanian, mengembangkan pola pikir petani, meningkatkan penghasilan.

2. Intensitas Penyuluhan

Intensitas penyuluhan merupakan seringnya waktu yang digunakan oleh penyuluh dalam melaksanakan penyuluhan kepada sasaran, menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh sasaran di Desa Junrejo. Indikator intensitas penyuluhan penelitian ini adalah:

- a. Perencanaan penyuluhan
- b. Pelaksanaan penyuluhan.

3. Peluang Pasar

Peluang pasar yakni suatu bidang kebutuhan pembeli dengan kondisi perusahaan mampu beroperasi secara menguntungkan (Kotler, 1997). Peluang pasar juga diartikan sebagai suatu kesempatan jika diambil dan dimanfaatkan

oleh seseorang dapat memberikan keuntungan. Indikator peluang pasar pada penelitian ini yaitu permintaan pasar dan keuntungan

#### 4. Penerapan Pertanian Organik

Indikator penerapan pertanian organik pada penelitian ini mengacu pada SNI 6729 Tahun 2010 tentang Penerapan Pertanian Organik diantaranya:

- a. Proses Produksi : dilakukannya rotasi tanaman dengan sayuran lain, artinya bukan hanya satu varietas yang ditanam secara terus menerus.
- b. Panen dan Pasca Panen : panen dilakukan dengan melihat kondisi fisik seperti besaran batang sayur, buah, daun dan menggunakan wadah khusus untuk produk tanaman organik. Produk yang dihasilkan dibersihkan terlebih dahulu kemudian dikemas dengan kemasan yang mudah didaur ulang.

### 3.2.7 Teknik Pengujian Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang digunakan dalam pembuatan kuisisioner penelitian, serta menunjukkan apakah variabel yang diukur merupakan variabel yang benar-benar hendak diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006) validitas berhubungan dengan suatu perubahan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur, kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan di dalam kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

Berikut adalah kriteria pengujian:

$r_{hitung} > r_{tabel}$ Valid
$r_{hitung} < r_{tabel}$ Tidak Valid

Pengujian validitas dari kuisisioner atau angket akan dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah mengukur suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan.

Angket atau kuisioner dapat dikatakan handal (*reliable*) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang diberikan adalah konsisten/stabil. Ajay S. Singh (2017) juga memaparkan bahwa instrumen dapat dikatakan memiliki taraf kepercayaan yang tinggi jika instrumen tersebut dapat memberi hasil yang tetap. Semakin tinggi reliabilitas dari instrumen, maka akan semakin stabil instrumen yang digunakan.

Tingkat reliabilitas instrumen penelitian bisa dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* yang dimiliki  $> 0,6$ .

### 3.2.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah Uji Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*). Regresi linier berganda merupakan model regresi linier yang melibatkan lebih dari satu variabel atau prediktor, kajian ini digunakan untuk melihat Motivasi (X1), Intensitas Penyuluhan (X2), Peluang Pasar (X3) terhadap Penerapan Pertanian Sayur Organik (Y). Analisis data dengan menggunakan SPSS 20.

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan penelitian ini:

##### a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas dilakukan untuk menguji normalitas dari distribusi data terkait dengan analisis statistik parametrik, asumsi dari variabel terkait pada

setiap variabel bebas dapat berdistribusi secara normal atau tidak terhadap regresi linier. Model regresi bisa digunakan jika dari model regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak untuk dilakukan pengujian statistik. Data dikatakan normal jika nilai signifikansi  $> 0,10$ .

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dalam pengujian model regresi untuk mengetahui apakah ada suatu korelasi antar variabel bebas. Menurut Lei Wen (2015) menyatakan bahwa kondisi multikolinearitas dapat terjadi jika terdapat korelasi antara dua variabel independent. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat dari korelasi pada data dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) serta Toleransinya (*Tolerance*). Dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas berdasarkan dengan VIF dan *standard tolerance*. Model regresi dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas jika memiliki nilai VIF sekitar angka 1 serta tidak melebihi angka 10, dan memiliki toleransi mendekati 1.

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dari sama atau tidaknya varian residual observasi yang satu dengan yang lainnya. Jika residualnya memiliki varian yang sama, maka terjadi homoskedastisitas, sebaliknya jika variannya berbeda maka terjadi heteroskedastisitas (Ofuan. J Ilaboya, 2016). Persamaan regresi yang dapat digunakan adalah tidak terjadinya heterokedastisitas. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah  $\text{Sig} > 0,10$  maka tidak terjadi heterokedastisitas.

2. Uji Kelayakan Model Regresi Linier Berganda

a. Analisis Koefisien Korelasi (R)

Digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan keeratan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuan dari analisis koefisien korelasi yaitu untuk

mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y), bagaimana arah hubungan serta seberapa besar hubungan tersebut.

b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk melihat kelayakan dari suatu penelitian, yang ditunjukkan pada variabel independen internal dan eksternal yang diikuti variabel dependen pada proporsi yang sama dengan melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 dan 1, jika nilai  $R^2$  mendekati 0 maka variabel terikat hanya sedikit yang dijelaskan oleh variabel bebas, dan jika perhitungan nilai  $R^2$  sama dengan 0 maka variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

c. Uji T (Analisis Koefisien Regresi)

Dalam uji regresi linier berganda, Uji T digunakan untuk menguji parameter koefisien regresi dan konstanta pada persamaan regresi linier berganda, apakah parameter yang digunakan tepat atau tidak. Jika nilai Sig < 0,05 maka dapat dikatakan adanya pengaruh, dan jika nilai Sig > 0,05 maka diartikan tidak adanya sebuah pengaruh.

d. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh dari variabel bebas (Motivasi, Intensitas Penyuluhan, dan Peluang Pasar) apakah memiliki pengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat yang ditunjukkan pada Tabel Anova. Dasar dari pengambilan keputusan uji F adalah jika nilai sig < 0,05 maka dapat dikatakan variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen, jika > 0,05 maka variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen.

### 3.2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merujuk pada rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Rumusan masalah satu:

“Bagaimana pengaruh motivasi petani terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo?”

$H_0$  : Motivasi Petani tidak berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

$H_1$  : Motivasi Petani berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

2. Rumusan masalah ke dua:

“Bagaimana pengaruh intensitas penyuluhan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu”

$H_0$  : Intensitas Penyuluhan tidak berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

$H_1$  : Intensitas penyuluhan berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

3. Rumusan masalah ketiga:

“Bagaimana pengaruh peluang pasar terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo, Kota Batu”

$H_0$  : Peluang pasar tidak berpengaruh terhadap penerapan pertanian organiksayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

$H_1$  : Peluang pasar berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

### **3.3 Metode Perancangan**

#### **3.3.1 Sasaran Penyuluhan**

Menurut UU No 16 Tahun 2006, sasaran penyuluhan merupakan pihak yang berhak mendapatkan manfaat penyuluhan seperti konsumen, pelaku utama maupun pelaku usaha, *stakeholder*, dan pemerhati pada sektor pertanian.

#### **3.3.2 Tujuan Penyuluhan**

Tujuan penyuluhan ditetapkan berdasarkan dengan metode *SMART* sebagai berikut: jelas (*specific*), dapat diukur (*measurable*), dapat dilaksanakan (*actionary*), nyata (*realistic*), memiliki kejelasan pada batas waktu (*time frame*).

#### **3.3.3 Penetapan Materi Penyuluhan**

Penetapan materi penyuluhan mengacu pada hasil yang diperoleh dari analisis SWOT. Hal ini dilakukan bertujuan agar materi yang ditetapkan dalam penyuluhan sesuai dengan apa yang dibutuhkan, sehingga mampu memberikan solusi dari permasalahan. Menurut Rangkuti (2009) terdapat tiga tahap dalam menggunakan analisis SWOT, diantaranya:

##### **1. Tahap Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data terbagi menjadi dua bagian yaitu: 1) Menentukan faktor internal dan faktor eksternal; 2) membuat matriks strategi dari faktor internal (IFAS); 3) Membuat matriks strategi faktor eksternal (EFAS).

##### **2. Tahap Analisis**

Tahap analisis juga dibagi menjadi dua bagian yaitu: 1) Membuat matriks posisi, 2) Membuat matriks SWOT.

##### **3. Tahap Pengambilan Keputusan**

Setelah materi ditentukan, dapat dilakukan penyusunan ringkasan yang dapat dituangkan ke dalam bentuk sinopsis dan menyusun ke dalam Lembar

Persiapan Penyuluh (LPM) agar dapat memudahkan dalam penyampaian materi saat penyuluhan dilaksanakan.

### **3.3.4 Penetapan Metode Penyuluhan**

Kartasapoetra (1994) memaparkan bahwa dalam pelaksanaan penyuluhan dapat dilakukan dengan metode penyuluhan secara langsung dan metode penyuluhan secara tidak langsung. Pada metode penyuluhan secara langsung artinya para petugas yang terlibat langsung bertatap muka dengan sasaran penyuluhan, seperti anjungsana, demonstrasi, dan lain-lain. Sedangkan metode penyuluhan secara tidak langsung dapat dilakukan melalui media sosial seperti youtube, siaran radio, whatsapp, dan juga instagram.

### **3.3.5 Penetapan Media Penyuluhan**

Media penyuluhan ditetapkan berlandaskan dengan model ASSURE (Heinich, dkk Nurseto, 2011) sebagai berikut:

- a. *Analyze learner characteristics*: hasil analisis karakteristik sasaran digunakan dalam menetapkan media penyuluhan
- b. *State objectives*: media yang digunakan dapat membantu memudahkan sasaran dalam memahami isi materi
- c. *Select, Modify or Design materials*: media penyuluhan yang digunakan dapat berupa media penyuluhan yang sudah ada, modifikasi media yang sudah ada, dan merancang media baru untuk penyuluhan
- d. *Utilize materials*: mampu menjelaskan dan menggambarkan kepada sasaran mengenai materi yang diberikan
- e. *Require learner response*: bagaimana respon sasaran terhadap media yang digunakan
- f. *Evaluate*: evaluasi media penyuluhan

### **3.4 Metode Implementasi**

#### **3.4.1 Persiapan Penyuluhan**

Persiapan penyuluhan dilakukan untuk mendukung proses berjalannya penyuluhan dapat dilakukan dengan lancar. Persiapan yang dilakukan diantaranya: penyusunan materi yang didapatkan melalui sumber-sumber yang terpercaya dan disesuaikan dengan kondisi yang dialami sasaran, serta dilakukan koordinasi dengan pihak yang bersangkutan.

#### **3.4.2 Pelaksanaan Penyuluhan**

Pelaksanaan penyuluhan dilakukan setelah proses penelitian dan telah disusunnya rancangan yang akan digunakan dalam penyuluhan. Penyuluhan yang dilakukan bersifat partisipatif, sehingga sasaran dapat menilai proses penyampaian penyuluhan serta materi, media dan metode yang dibawakan dalam penyuluhan. Pelaksanaan penyuluhan dilakukan dengan harapan agar sasaran dapat menerima informasi yang disampaikan dengan baik.

### **3.5 Metode Evaluasi Rancangan**

Evaluasi rancangan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menilai rancangan dengan melakukan pengamatan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dan bertujuan untuk memperoleh kesimpulan. Metode yang digunakan dalam evaluasi rancangan adalah metode kuantitatif deskriptif. Tujuan dengan dilakukannya evaluasi produk diharapkan mampu mendapat masukan mengenai kelebihan maupun kekurangan produk tersebut. Produk yang dihasilkan akan disesuaikan dengan materi yang didapatkan melalui analisis SWOT, media ditetapkan melalui model ASSURE. Berikut adalah tahap-tahap yang dilakukan untuk mengevaluasi rancangan:

1. Mengumpulkan informasi maupun data yang diperoleh dari rancangan penyuluhan

2. Analisis data serta mengolah data agar data dapat diinterpretasikan secara sistematis mengenai perancangan yang telah digunakan dengan tolak ukur yang sudah ditentukan
3. Hasil Evaluasi Rancangan

## BAB IV HASIL KAJIAN

### 4.1 Hasil Pengkajian

#### 4.1.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada setiap variabel yang tercantum dalam kuisioner. Uji validitas kuisioner dilakukan kepada 72 responden yang ada di Desa Junrejo. Hasil uji validitas dapat dilihat pada lampiran 3.

Setelah uji validitas yaitu uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dengan aplikasi SPSS versi 20. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel 4.6:

**Tabel 4.1. Hasil Uji Reliabilitas item secara keseluruhan**

Cronbach's Alpha	N of Items
,978	52

*Sumber: Program SPSS versi 20, 2020*

Berdasarkan tabel 4.10 Uji reliabilitas kuisioner secara keseluruhan dengan SPSS versi 20 menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,978 yang artinya > dari 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan pada kuisioner stabil, dan dinyatakan sebagai data yang reliabel.

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel

##### 1. Variabel Motivasi

Menurut Mc. Donald (2007) menyatakan bahwa motivasi adalah sebagai perubahan energi dari dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *feeling* dan ditanggapi dengan munculnya suatu tujuan, dengan demikian maka motivasi juga dapat diartikan suatu faktor penggerak atau pendorong yang mampu memicu timbulnya rasa semangat dan juga dapat merubah tingkah laku manusia maupun individu untuk menuju pada hal yang lebih baik dari diri sendiri yang diindikasikan dengan adanya keinginan, minat, hasrat, dan juga kebutuhan.

Variabel motivasi didistribusikan melalui 31 item pernyataan yang dibagi ke dalam 3 sub variabel motivasi menurut Aldefer (1972) yaitu kebutuhan akan keberadaan dengan item pernyataan sejumlah 10, kebutuhan akan keterkaitan dengan item pernyataan sejumlah 12, dan kebutuhan akan pertumbuhan dengan pernyataan sejumlah 9 item.

a) Kebutuhan akan keberadaan

Kebutuhan akan keberadaan artinya suatu kebutuhan mendasar yang dibutuhkan oleh manusia untuk bertahan hidup dan sebagainya, seperti kebutuhan dalam mencukupi pangan sehari-hari, kebutuhan sandang dan tempat tinggal, hingga kebutuhan untuk kehidupan dimasa depan, hal ini merujuk pada kebutuhan akan keamanan dan kebutuhan fisiologis menurut Abraham Maslow (2008). Berikut adalah hasil tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap sub variabel kebutuhan akan keberadaan (*existence*):

**Tabel 4.2. Distribusi Data Kebutuhan akan Keberadaan (*existence*)**

No	Sangat Setuju (5)	(%)	Setuju (4)	(%)	Ragu-ragu (3)	(%)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
1.	21	29	42	58	9	13	0	0
2.	22	31	44	61	6	8	0	0
3.	16	22	45	66	11	15	0	0
4.	18	25	46	64	8	11	0	0
5.	17	24	51	71	4	6	0	0
6.	17	24	46	64	9	13	0	0
7.	14	19	53	74	5	7	0	0
8.	20	28	37	51	1	21	0	0
9.	22	31	38	53	12	17	0	0
10.	13	18	50	69	9	13	0	0
Rata-rata	18	25	45	57	9	12	0	0

Sumber: Data Primer yang di Olah, 2020

Berdasarkan hasil dari dimasa tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden memberikan jawaban atau tanggapan “Setuju” terhadap item pernyataan dari motivasi kebutuhan akan keberadaan (*existence*). Untuk tanggapan “Ragu-ragu” terdapat 15 responden pada item nomor 8 yaitu tentang keinginan responden untuk memiliki tabungan mendatang. Untuk

jawaban “Setuju” mendapat respon terbanyak pada item nomor 5 dengan respon sebesar 51 yang membahas tentang keinginan responden dalam memenuhi biaya pendidikan bagi anak. Pada jawaban “Sangat setuju” yang mendapatkan respon terbanyak dari responden adalah item pada nomor 2 dan item nomor 9 dengan jumlah jawaban sebesar 22 responden yang membahas tentang pemenuhan pangan yang sehat dan bergizi pada keluarga, serta keinginan responden untuk memiliki tabungan kesehatan dan asuransi jiwa, pemenuhan pangan yang sehat untuk tubuh dapat diciptakan dengan cara mengonsumsi makanan yang bebas dari bahan kimia dengan menerapkan pertanian organik sehingga mampu merealisasikan kehidupan dan lingkungan yang sehat bagi manusia (Khoiruddin, 2016).

b)     Kebutuhan akan keterkaitan

    Kebutuhan akan keterkaitan merupakan hasrat atau keinginan yang dimiliki oleh seseorang untuk memelihara suatu hubungan atas pribadi yang bermanfaat, keinginan sosial dan status yang menuntut terjadinya suatu interaksi dengan orang lain, hal ini sejalan dengan kebutuhan sosial yang dijelaskan oleh Maslow dalam Robbins and Judge (2008). Berikut adalah hasil tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap sub variabel kebutuhan akan keterkaitan (*relatedness*) yang disajikan pada tabel 4.8:

**Tabel 4.8. Distribusi Data Kebutuhan akan Keterkaitan (*relatedness*)**

No	Sangat Setuju (5)	(%)	Setuju (4)	(%)	Ragu-ragu (3)	(%)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
1.	19	26	47	65	6	8	0	0
2.	14	19	48	67	10	14	0	0
3.	19	26	42	58	11	15	0	0
4.	15	21	53	74	4	6	0	0
5.	22	31	43	60	7	10	0	0
6.	14	19	47	65	11	15	0	0
7.	14	19	49	68	9	13	0	0
8.	17	24	43	60	12	17	0	0
9.	15	21	46	64	11	15	0	0
10.	16	22	46	64	10	14	0	0
11.	15	21	43	60	14	19	0	0
12.	15	21	47	65	10	14	0	0
Rata-rata	16	23	46	64	10	13	0	0

Sumber: Data primer yang di Olah, 2020

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa distribusi jawaban tentang sub variabel kebutuhan akan keterkaitan dari responden memberikan tanggapan dengan sebagian besar jawaban adalah “Setuju”, hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap sub variabel kebutuhan akan keterkaitan adalah hal yang penting untuk dilaksanakan. Dari tanggapan “Ragu-ragu” mendapat respon paling banyak pada item nomor 11 tentang motivasi petani dalam menjual produknya hingga ke super market. Syahrowi Anas (2012) memaparkan bahwa sebagian besar petani di Indonesia hanya berusaha tani untuk memenuhi kebutuhannya dan menjual produk pertanian yang dihasilkan, maka perlunya edukasi petani untuk meningkatkan kualitas produknya agar mampu bersaing di pasar modern (Sylvia Sjam, 2018). Untuk tanggapan “Setuju” mendapatkan respon terbanyak pada butir pernyataan nomor 4 mengenai motivasi petani dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh kelompok maupun gabungan kelompok tani, Ridwan (2013) menyatakan bahwa penyuluhan sebagai sarana dalam penyebarluasan informasi dan inovasi kepada petani. Nomor 5 memperoleh Tanggapan “Sangat setuju” paling banyak, yaitu tentang kepuasan yang diperoleh petani dari membantu petani lain, membantu memecahkan masalah

merupakan salah satu bentuk solidaritas yang dimiliki oleh komunitas petani (Batlayeri, dkk 2013).

c) Kebutuhan akan pertumbuhan

Kebutuhan akan pertumbuhan merupakan suatu hasrat atau keinginan intrinsik yang muncul dalam diri seseorang untuk perkembangan pribadi yang mencakup komponen aktualisasi diri dari teori Abraham Maslow dalam Robbins and Judge (2008).

**Tabel 4.4. Distribusi Jawaban Kebutuhan akan Pertumbuhan (*growth*)**

No	Sangat Setuju (5)	(%)	Setuju (4)	(%)	Ragu-ragu (3)	(%)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
1.	16	22	44	61	12	17	0	0
2.	18	25	46	64	8	11	0	0
3.	19	26	44	61	9	13	0	0
4.	16	22	47	65	9	13	0	0
5.	17	24	44	61	11	16	0	0
6.	16	22	48	68	8	11	0	0
7.	12	17	52	72	8	11	0	0
8.	16	22	47	65	9	13	0	0
9.	19	26	47	65	6	8	0	0
Rata-rata	17	23	46	65	9	13	0	0

*Sumber: Data primer yang di Olah, 2020*

Distribusi data pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban yang diberikan oleh responden adalah tanggapan “Setuju”. Hal ini menjelaskan bahwa responden menganggap sub variabel kebutuhan akan pertumbuhan adalah hal yang penting untuk dilakukan. Pernyataan “Sangat setuju” paling banyak mendapat respon pada butir pernyataan ke 3 tentang motivasi petani dalam mengikuti penyuluhan dan pelatihan dibidang pertanian organik. Suatu kegiatan pelatihan mampu mempengaruhi pendengar dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh (Nur Azizah, 2004). Pada pernyataan “Setuju” terdapat 52 responden terhadap item pernyataan nomor 7 tentang motivasi petani dalam mengkonsumsi makanan dan sayur yang sehat. Pipit Rahayu (2017) memaparkan Pola hidup Sehat dapat diperoleh dengan berolahraga dan mengkonsumsi makanan yang terhindar dari residu bahan

kimia. Dan pernyataan “Ragu-ragu” terdapat pada pernyataan ke 1 mengenai motivasi petani dalam membeli kulkas, dan lainnya, yang artinya hal tersebut bukan menjadi prioritas utama bagi petani dalam Motivasi kebutuhan akan pertumbuhan.

Sohana Ahmed (2016) memaparkan bahwa motivasi merupakan sebuah ekspresi kinerja atau niat yang dapat diimplementasikan pada memindahkan, melanjutkan, atau mendorong suatu tindakan dalam menyelesaikan tugas dalam mencapai sesuatu yang diinginkan, oleh karena itu motivasi merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki oleh petani dalam mewujudkan penerapan pertanian organik yang ada di Desa Junrejo.

## 2. Variabel Intensitas Penyuluhan

Intensitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan keadaan tingkatan atau ukuran intensnya, dengan kata lain yaitu suatu ukuran kuantitatif dari penginderaan untuk mengukur ukuran fisik dari energi.

Berikut ini tabel 4.5 merupakan hasil tanggapan responden terhadap variabel intensitas penyuluhan:

**Tabel 4.5. Distribusi Data Intensitas Penyuluhan**

No	Sangat Setuju (5)	(%)	Setuju (4)	(%)	Ragu-ragu (3)	(%)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
Perencanaan Penyuluhan								
1.	31	43	33	46	8	11	0	0
Rata-rata	32	43	33	46	8	11	0	0
Pelaksanaan Penyuluhan								
2.	29	40	29	40	14	19	0	0
Rata-rata	29	40	29	40	14	19	0	0

*Sumber: Data Primer yang di Olah, 2020*

Dari tabel 4.5. menjelaskan bahwa sebagian besar dari responden memberikan tanggapan “Setuju” terhadap item pertanyaan tentang Intensitas Penyuluhan. Hal ini menunjukkan responden penelitian menilai bahwa Intensitas Penyuluhan merupakan hal penting yang harus dilakukan.

Intensitas merupakan suatu upaya yang dilakukan secara maksimal untuk mencapai sebuah tujuan (James Steele, 2017), dengan demikian Intensitas Penyuluhan adalah pengukuran yang dilakukan untuk melihat seberapa sering upaya yang dilakukan dalam melaksanakan penyuluhan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Njabulo Ntshangase (2018) menyatakan bahwa Intensitas layanan penyuluhan sangat penting dalam menentukan tingkat adopsi yang dimiliki oleh sasaran, Sapari Endah (2012) juga menyatakan bahwa intensitas penyuluhan mampu mempengaruhi psikologi seseorang dalam menerapkan informasi yang telah didapatkan melalui stimulasi yang tepat, sehingga dapat disimpulkan bahwa Intensitas Penyuluhan sangat penting dilakukan untuk mempengaruhi petani dalam menerapkan pertanian organik sayuran oleh petani di Desa Junrejo, Kota Batu.

### 3. Variabel Peluang Pasar

Richard Daft (2003) menjelaskan bahwa peluang pasar merupakan sebuah karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu meraih, bahkan dapat melampaui sasaran strateginya. Fred R David (2005) juga memaparkan bahwa peluang pasar merupakan situasi penting yang dapat menguntungkan dalam suatu lingkungan usaha, situasi tersebut dapat berupa perubahan perilaku oleh konsumen, maupun faktor eksternal yang lain, seperti perubahan konsumen yang lebih memilih produk sayur yang lebih menyehatkan dibandingkan dengan produk sayur yang telah terpapar residu bahan kimia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya peluang pasar sayuran organik dapat berpotensi menguntungkan petani dalam menjual produk sayur organik yang dihasilkan. Berikut ini hasil tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap variabel peluang pasar:

**Tabel 4.6. Distribusi Data Peluang Pasar**

No	Sangat Setuju (5)	(%)	Setuju (4)	(%)	Ragu-ragu (3)	(%)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
<b>Permintaan Konsumen</b>								
1.	25	35	40	56	7	10	0	0
2.	18	25	43	60	11	15	0	0
Rata-rata	22	30	42	58	9	13	0	0
<b>Keuntungan</b>								
3.	16	22	48	67	8	11	0	0
Rata-rata	16	22	48	67	8	11	0	0

*Sumber: Data primer yang di Olah, 2020*

Dari tabel 4.6. di atas menjelaskan bahwa sebagian responden memberikan jawaban “Setuju” terhadap item variabel peluang pasar, hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pentingnya peluang pasar bagi petani dalam menerapkan pertanian sayuran organik. Choi Yen (2013) menyatakan dengan adanya peluang pasar hal tersebut menjadi modal yang sangat penting dalam melihat keberhasilan suatu usaha yang akan ditekuni dan peluang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin.

#### 4. Penerapan Pertanian Organik

Menurut Badudu, dkk (2016) pengertian dari penerapan ialah sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun dilakukan secara kelompok dengan maksud untuk mewujudkan tujuan yang telah dirumuskan. Penerapan pertanian organik merupakan suatu proses budidaya tanaman yang dilakukan oleh petani atau kelompok tani dalam mewujudkan lingkungan pertanian yang sehat dan terbebas dari bahan kimia atau dilakukan secara organik. SNI Tahun 2010 menjelaskan tentang indikator-indikator yang harus diperhatikan dalam penerapan pertanian organik yang terdiri dari lima aspek diantaranya: pemilihan lokasi, sarana produksi, pengolahan lahan dan pembibitan, proses produksi, serta panen dan pasca panen. Dari ke lima aspek tersebut, penelitian ini mengambil dua aspek yaitu proses produksi, panen dan pasca panen. Berikut

adalah hasil distribusi data tanggapan dari responden mengenai variabel penerapan pertanian organik:

**Tabel 4.7. Distribusi Data Penerapan Pertanian Organik (Sayuran)**

No	Sangat Setuju (5)	(%)	Setuju (4)	(%)	Ragu-ragu (3)	(%)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
Proses Produksi								
1.	26	36	38	53	8	11	0	0
2.	23	32	39	54	10	14	0	0
3.	18	25	48	67	6	8	0	0
4.	18	25	47	65	7	10	0	0
5.	18	25	43	60	11	15	0	0
6.	12	17	49	68	11	15	0	0
7.	17	24	44	61	10	14	0	0
8.	10	14	51	71	11	15	0	0
Rata-rata	18	25	45	62	9	13	0	0
Panen dan Pasca Panen								
9.	17	24	47	65	8	11	0	0
10.	14	19	47	65	11	15	0	0
11.	18	25	44	61	10	14	0	0
12.	14	19	54	75	4	6	0	0
13.	17	24	48	67	7	10	0	0
14.	18	25	43	60	11	15	0	0
15.	18	25	44	61	10	14	0	0
16.	25	35	39	54	8	11	0	0
Rata-rata	18	25	57	79	9	12	0	0

*Sumber: Data primer yang di olah, 2020*

Hasil tanggapan yang diberikan oleh responden berdasarkan tabel 4.7 adalah sebagian besar responden memberikan jawaban “Setuju” terhadap variabel penerapan pertanian organik. 85% dari proses produksi (penanaman, pemupukan, pemeliharaan) sayur organik merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan bagi petani karena dari proses produksi menentukan sebuah kualitas produk yang dihasilkan (Indarwati, 2015).

Proses pemanenan dan pasca panen yang baik juga perlu diperhatikan oleh petani untuk menjaga produk agar tetap aman dan terjaga dari kerusakan (Ahmad Hanafi dalam Fauzia Imani, dkk 2018). Hal ini menunjukkan bahwa upaya proses produksi maupun panen dan pasca panen pertanian organik sayuran merupakan hal penting dalam penerapan pertanian organik pada komoditas sayuran yang ada di Desa Junrejo.

## 4.2 Hasil Analisis Regresi

### 4.2.1 Estimasi Model Regresi Linier Berganda

Analisis model regresi linier berganda pada faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan pertanian organik di Desa Junrejo dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dan dilakukan dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*) atau metode kuadrat kecil, berikut adalah estimasi model regresi yang diperkirakan  $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

e = Error

$b_1$  = Koefisien regresi variabel X1

$X_1$  = Variabel X1

$b_2$  = Koefisien regresi variabel X2

$X_2$  = Variabel X2

$b_3$  = Koefisien regresi variabel X3

$X_3$  = Variabel X3

**Tabel 4.8. Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,902 <sup>a</sup>	,813	,805	2,939

Sumber: Program SPSS versi 20, 2020

**Tabel 4.9. Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,683	3,838		1,481	,143
Motivasi	,254	,050	,507	5,092	,000
Intensitas Penyuluhan	,204	,604	,038	,338	,736
Peluang Pasar	2,099	,578	,403	3,631	,001

Sumber: Data SPSS di Olah, 2020

Berdasarkan hasil data SPSS 20 dapat dihasilkan estimasi model persamaan regresi linier berganda seperti dibawah ini:

$$Y = 5,683 + (0,254)X_1 + (0,204)X_2 + 2,099X_3 + 3,838$$

Persamaan model regresi diatas diperoleh dari tabel kolom *Unstandardized Coefficients*, pada nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,683, apabila masing-masing variabel independen nilai 0, maka penerapan pertanian organik di Desa Junrejo memiliki nilai sebesar 5,683. Estimasi persamaan regresi akan diuji asumsi klasikkan terlebih dahulu untuk mengetahui kelayakan dari model regresi.

Standar eror pada estimasi persamaan regresi adalah ukuran dari kesalahan prediksi yang menunjukkan angka 3,838, dapat diartikan bahwa prediksi kesalahan yang terjadi pada motivasi, intensitas penyuluhan, dan peluang pasar yang mempengaruhi penerapan pertanian organik di Desa Junrejo jika dipresentasikan sebesar 3,8%.

#### 4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini hanya dilakukan pada tiga uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, sedangkan untuk uji autokorelasi tidak digunakan karena data dari penelitian ini merupakan data *Cross Section*. Nursiyono dan Nadeak (2017) memaparkan bahwa Data *Cross Section* merupakan data yang dikumpulkan dalam satu waktu terhadap banyak objek atau data yang memiliki banyak objek dari tahun yang sama.

## 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Basuki dan Prawoto 2016). Pengujian pada uji normalitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Kolmogorov-smirnov* dan grafik *Normal Probability Plot*. Menurut Hadi Abachi, dkk (2018) memaparkan bahwa Uji Kolmogorov-smirnov digunakan dalam menentukan seberapa stabil distribusi data yang dilakukan, sedangkan untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *Normalitas Probability Plot*.

Uji *Kolmogorov-smirnov* dilakukan dengan melihat nilai sig yang dihasilkan, distribusi data dapat dikatakan normal jika nilai sig > 0,05, dan distribusi data dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai dari sig < 0,05. Uji *Kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

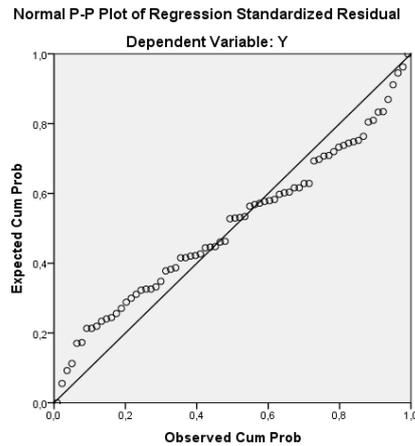
**Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov**

	Unstandardized Residual
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1,060
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,211

Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil yang dilihat dari tabel 4.11 bahwa nilai sig adalah 0,211 yang artinya nilai sig > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan dari model regresi data berdistribusi secara normal. Untuk hasil yang lebih meyakinkan maka dilakukan uji normalitas dengan melihat grafik *Normalitas Probability Plot*. Cara membaca hasil dari grafik *Normalitas Probability Plot* jika data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonal, maka model regresi dapat dikatakan normal, sebaliknya jika sebaran data jauh dari garis diagonal maka model regresi dapat dinyatakan tidak normal.

**Tabel 4.11. Grafik Uji Normalitas P Plot**



Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal, dan pola grafik normal, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi ini layak dan memenuhi uji asumsi klasik.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ditemukan atau tidaknya interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Suatu model regresi yang baik dapat ditandai dengan tidak terjadinya interkorelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinieritas (Basuki dan Prawoto 2016). Dasar pengambilan keputusan pada uji Multikolinieritas adalah dengan melihat hasil dari nilai *Tolerance* dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*), jika nilai *Tolerance* lebih besar dari  $> 0,10$  maka dapat diartikan tidak terjadi Multikolinieritas, dan untuk nilai  $VIF < 10,00$  maka tidak terjadi Multikolinieritas dan sebaliknya. Berikut adalah hasil dari uji Multikolinieritas:

**Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Motivasi	,277	3,604
Intensitas Penyuluhan	,223	4,481
Peluang Pasar	,223	4,485

a. Dependent Variable: Penerapan Pertanian Organik  
 Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil Uji Multikolinieritas dari ketiga variabel pada nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat kondisi multikolinieritas antar variabel bebas dari model regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Basuki dan Prawoto (2016) dilakukannya Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ketidaksamaan antara variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser, cara penilaiannya adalah dengan melihat nilai sig >0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, jika < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser:

**Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser Coefficients<sup>a</sup>**

Model	standardized Coefficients			t	Sig.
	Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,866	2,815		,308	,759
1 Motivasi	,067	,037	,409	1,823	,073
Intensitas Penyuluhan	-,230	,443	-,130	-,518	,606
Peluang Pasar	-,442	,424	-,261	-1,043	,301

a. Dependent Variable: RES\_2

Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas bahwa nilai sig dari masing-masing variabel adalah  $> 0,05$  maka uji asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

#### 4.2.3 Hasil Analisis Kelayakan Model Regresi Linier Berganda

##### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berikut ini adalah hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 <sup>a</sup>	,813	,805	2,939

a. Predictors: (Constant), Peluang Pasar, Motivasi, Intensitas Penyuluhan

Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil dari nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,805 yang artinya nilai  $R^2$  terletak antara 0 dan 1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X pada penelitian ini memberikan pengaruh terhadap variabel Y dengan presentase sebesar (80,5%).

##### 2. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial (sendiri). Dasar dalam pengambilan keputusan dari uji T ini adalah jika nilai sig  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, dan sebaliknya. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.15. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	5,683	3,838		1,481	,143
	Motivasi	,254	,050	,507	5,092	,000
1	Intensitas	,204	,604	,038	,338	,736
	Penyuluhan					
	Peluang Pasar	2,099	,578	,403	3,631	,001

a. Dependent Variable: Penerapan Pertanian Organik

Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dari uji T pada tabel 4.17:

1. Rumusan hipotesis satu:

$H_0$  : Motivasi Petani tidak berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

$H_1$  : Motivasi Petani berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

Hasil nilai sig yang ditunjukkan untuk variabel Motivasi adalah  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran ( $H_1$  diterima).

2. Rumusan hipotesis ke dua:

$H_0$  : Intensitas Penyuluhan tidak berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

$H_1$  : Intensitas penyuluhan berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

Hasil nilai sig yang ditunjukkan untuk variabel Motivasi adalah  $0,736 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas penyuluhan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran ( $H_0$  diterima).

3. Rumusan hipotesis ke tiga:

H<sub>0</sub> : Peluang pasar tidak berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

H<sub>1</sub> : Peluang pasar berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo Kecamatan Junrejo.

Hasil nilai sig yang ditunjukkan untuk variabel Peluang Pasar adalah 0,001 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel peluang pasar memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran (H<sub>1</sub> diterima).

### 3. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan kesimpulan hasil dari uji F adalah jika nilai sig < 0,05 maka terdapat pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, dan sebaliknya. Hasil dari Uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.16. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2553,344	3	851,115	98,544	,000 <sup>b</sup>
Residual	587,308	68	8,637		
Total	3140,653	71			

a. Dependent Variable: Penerapan Pertanian Organik

b. Predictors: (Constant), Peluang Pasar, Motivasi, Intensitas Penyuluhan

Sumber: SPSS versi 20 Data diolah, 2020

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa hasil uji F terdapat nilai sig 0,000 < 0,05, yang artinya variabel bebas yang meliputi (Motivasi, Intensitas Penyuluhan, dan Peluang pasar) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo.

## BAB V PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

### 5.1 Kondisi Wilayah Desa Junrejo

Wilayah Desa Junrejo terdiri dari tiga dusun, diantaranya ada Dusun Junwatu, Dusun Jeding, dan Dusun Rejoso dengan luas wilayah  $\pm$  455 Ha. Jarak Desa Junrejo dengan Kecamatan Junrejo  $\pm$  0,3 km, sedangkan jarak dari Desa Junrejo dengan Pemerintah Kota Batu  $\pm$  7 km, dan jarak dengan Provinsi Jawa Timur  $\pm$  100 km. Desa Junrejo sendiri merupakan desa yang terletak pada ketinggian 700 mil dengan curah hujan rata-rata/tahun 30 mm, dengan suhu rata-rata 28°C hingga 30°C. Secara topografi, bahwa Desa Junrejo memiliki dataran seluas 56 Ha, dan areal perbukitan atau pegunungan sekitar 42 Ha. Berikut adalah data penggunaan lahan di Desa junrejo:

**Tabel 5.1. Data Penggunaan Lahan di Desa Junrejo**

Penggunaan Lahan	Luas Lahan	Presentase (%)
Pemukiman	106	23,3 %
Bangunan	35	7,7 %
Pertanian Sawah	221	48,6 %
Tegal	69	15,1 %
Hutan	8	1,8
Lapangan Olahraga	1,5	1,6
Perikanan (Air Tawar)	0,5	0,8
Lahan Tidur	5	1,1
<b>Total</b>	<b>455</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Dinas Pertanian Kota Batu, 2019*

Data di atas menunjukkan bahwa penggunaan lahan didominasi dan banyak digunakan untuk lahan pertanian sawah dengan total 221 Ha atau sekitar 48,6 %.

#### 5.1.1 Kondisi Penerapan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo

Dari 221 Ha lahan sawah dengan presentase 48,6 % penggunaan lahan di Desa Junrejo, bahwa tidak semua lahan pertanian digunakan untuk program

pertanian organik. Petani yang menerapkan pertanian organik harus melakukan konversi lahan sebelum membudidayakan sayuran organik, lama konversi lahan tergantung oleh sejarah lahan petani. Konversi lahan yang dilakukan oleh petani Desa Junrejo kurang lebih menghabiskan waktu 2-3 tahun, hal ini tergolong cepat dari umumnya konversi lahan yang dapat dilakukan hingga 5 tahun.

Untuk memastikan produk hasil pertanian sayur organik kepada konsumen, petani yang menerapkan pertanian organik sayuran harus mengikuti proses sertifikasi yang dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Organik (LSO) yang difasilitasi oleh Dinas Pertanian Kota Batu. Tujuan dilakukannya sertifikasi organik adalah untuk menjamin kualitas produk yang akan dipasarkan serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Berikut adalah data petani yang menerapkan pertanian organik dan luasan lahan sawah yang digunakan penanaman organik khususnya untuk komoditas sayuran:

**Tabel 5.2. Luas Lahan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo**

No.	Nama Poktan	Nama Pemilik	Luas (m <sup>2</sup> )	Lahan	Keterangan
1.	Gawe Rejo	Senan	5000	Sawah	irigasi teknis, <i>Water treatmen</i>
2.	Gawe Rejo	Ediyanto	6000	Sawah	irigasi teknis, <i>Water treatmen</i>
3.	Gawe Rejo	Kojin	3000	Sawah	irigasi teknis, <i>Water treatmen</i>
4.	Sejati	Rupa'i	5000	Sawah	irigasi teknis
5.	Sumber Makmur	Sunardi	5000	Sawah	irigasi teknis
6.	Sumber Makmur	Sulisno	5000	Sawah	irigasi teknis
Jumlah			29000		

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2020*

Pada tabel 5.2. memaparkan hanya terdapat enam orang petani yang menerapkan pertanian organik dan telah memiliki sertifikat pertanian organik yang berasal dari kelompok tani Gawe Rejo tiga orang, kelompok tani Sejati satu

orang, dan kelompok tani Sumber Makmur 2 orang. Pertanian organik yang terdapat dikelompok gawe rejo berada pada satu kawasan. Petani yang tergabung di kelompok tani gawe rejo sudah menerapkan *Water treatmen* secara keseluruhan, *Water treatmen* merupakan pengolahan air yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas air yang akan digunakan serta bertujuan untuk menghilangkan kontaminasi yang terdapat dalam air sehingga air yang digunakan memiliki kualitas yang bagus, terutama untuk penerapan pertanian organik sayuran. Untuk petani yang tergabung dalam kelompok tani sejati dan sumber makmur sudah menerapkan sawah irigasi teknis, namun hanya sebagian kecil yang menerapkan pertanian organik sayuran. Dari kelompok tani sejati hanya satu yang menerapkan pertanian organik sayuran yaitu Pak Rupa'i sebagai ketua kelompok tani, sedangkan anggota lain belum menerapkan pertanian organik.

Dari total lahan sawah Desa Junrejo seluas 221 Ha, hanya sekitar 29.000 m<sup>2</sup> atau 2,9 Ha yang telah dimanfaatkan untuk penerapan pertanian organik komoditas sayuran dengan presentase 1,3 % artinya target Pemerintah Kota batu untuk mewujudkan pertanian organik di Kecamatan Junrejo belum sepenuhnya terealisasi.

Di bawah ini merupakan data jenis sayuran organik yang dibudidayakan oleh petani Desa Junrejo:

**Tabel 5.3. Petani Pelaksana Pertanian Organik dan Jenis komoditas**

No.	Nama Poktan	Nama Petani	Komoditas
1.	Gawe Rejo	Senan	Bawang Merah, Tomat
2.	Gawe Rejo	Ediyanto	Terong, Bawang Merah
3.	Gawe Rejo	Kojin	Buncis, Sawi, Bawang Merah
4.	Sejati	Rupa'i	Bawang Merah, Bunga Kol
5.	Sumber Makmur	Sunardi	Bawang Merah, Bawang Prei
6.	Sumber Makmur	Sulisno	Bawang Merah, Bawang Prei

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 5.3. menunjukkan bahwa komoditas tanaman sayuran organik yang dibudidayakan oleh petani organik di Desa Junrejo cukup beragam diantaranya: Bawang merah, Tomat, Buncis, Terong, Sawi, Bunga kol, dan Bawang Prei. Komoditas sayuran organik dibudidayakan secara bergantian oleh petani, dan disesuaikan dengan musim tanam, tujuan dilakukannya rotasi tanaman adalah untuk meningkatkan kualitas struktur tanah sawah, selain itu rotasi tanaman juga dapat mencegah terakumulasinya patogen dan hama.

## **5.2 Kontekstualisasi Hasil Kajian Dengan Rancangan Penyuluhan**

Hasil analisis deskriptif dari penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo masih tergolong rendah dan belum diterapkan secara maksimal. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska Ayung (2017) tentang Evaluasi Penerapan Pertanian Organik di Desa Junrejo belum sesuai dengan target yang ingin dicapai. Maka perlunya tindak lanjut yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda mengenai faktor yang berpengaruh terhadap penerapan pertanian organik di Desa Junrejo, diperoleh variabel peluang pasar menjadi faktor yang memiliki pengaruh tertinggi dengan skor 2,099, sehingga peluang pasar menjadi strategi yang digunakan dalam meningkatkan penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo. Analisis SWOT menjadi strategi yang dipilih dalam mencari solusi

permasalahan tersebut. Tahap-tahap yang dilakukan untuk analisis SWOT sebagai berikut (Rangkuti, 2009):

### 5.2.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh melalui Identifikasi Potensi Wilayah dan hasil penelitian yang digunakan untuk menentukan faktor internal maupun eksternal.

Berikut adalah faktor internal yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dengan spesifikasi petani di Desa Junrejo:

1. Kekuatan (*Strengths*)
  - a. Status kepemilikan lahan sawah adalah milik pribadi.
  - b. Sumber air yang memadai.
  - c. Kebijakan pemerintah dalam mewujudkan Batu Go Organik
  - d. Binaan dan Pendampingan dari PPL maupun Dinas Pertanian
  - e. Bantuan sarana dan prasarana dari Pemkot
  - f. Ramah lingkungan
  - g. Aktifnya Kelompok Tani
  - h. Produk yang berkualitas dan sehat, aman untuk dikonsumsi
2. Kelemahan (*Weaknesses*)
  - a. Lamanya konversi lahan
  - b. Hasil produksi rendah pada awal masa tanam pertanian organik sayuran
  - c. Penerapan pertanian organik dinilai merepotkan
  - d. Penampilan produk yang kurang menarik akibat bekas serangan penyakit tanaman
  - e. Sertifikasi organik yang cukup merepotkan bagi petani

Berikut adalah faktor eksternal yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dimiliki oleh petani Desa Junrejo:

1. Peluang
  - a. Letak geografis yang cocok untuk budidaya tanaman sayuran
  - b. Adanya Program pemerintah mengenai pertanian organik (khususnya komoditas sayuran untuk Desa Junrejo) yang memungkinkan berkembangnya pertanian organik
  - c. Bantuan teknologi dari pemerintah, seperti saprodi maupun teknologi pertanian organik
  - d. Harga sayur organik yang tinggi
  - e. Tren gaya hidup sehat dimasyarakat
2. Ancaman
  - a. Ketergantungan petani terhadap saprodi kimia
  - b. Harga sayur non organik atau konvensional yang lebih murah
  - c. Kemudahan konsumen dalam mendapatkan barang substitusi
  - d. Bencana alam dan Dampak perubahan iklim
  - e. Tingkat persaingan tinggi dengan usaha tani lainnya

Selanjutnya yakni membuat matrik faktor internal (IFAS) dan faktor (EFAS) serta menentukan *rating* dan *scoring*. Parameter penilaian dari penelitian ini terdiri dari 23 parameter. Dari ke dua puluh tiga parameter tersebut diberi batasan penilaian dengan empat kriteria, dengan masing-masing kriteria diberi nilai rentang 1-4 sehingga dapat diperoleh parameter yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Rating yang diperoleh akan dikalikan dengan bobot masing-masing parameter faktor sehingga di dapat *score*.

**Tabel 5.4. Rating Analisis SWOT**

No	Nilai	Keterangan
1.	4	Sangat Kuat
2.	3	Kuat
3.	2	Mendekati Kuat
4.	1	Lemah

Sumber: Freddy Rangkuti, 2001

**Tabel 5.5. Matriks Strategi Internal (IFAS)**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>				
<b>No.</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1.	Status kepemilikan lahan sawah adalah milik pribadi	0,1	4	0,4
2.	Sumber air yang memadai	0,08	4	0,32
3.	Kebijakan pemerintah dalam mewujudkan Batu Go Organik	0,09	4	0,36
4.	Binaan dan Pendampingan dari PPL maupun Dinas Pertanian	0,07	4	0,28
5.	Bantuan sarana dan prasarana dari Pemkot	0,06	3	0,18
6.	Ramah lingkungan	0,06	3	0,18
7.	Aktifnya Kelompok Tani	0,07	4	0,28
8.	Produk yang berkualitas dan sehat, aman untuk dikonsumsi	0,08	4	0,32
<b>Total Kekuatan</b>		<b>0,61</b>		<b>2,32</b>
<b>No.</b>	<b>Kelemahan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1.	Lamanya konversi lahan	0,09	1	0,09
2.	Hasil produksi rendah pada awal masa tanam pertanian organik sayuran	0,09	1	0,09
3.	Penerapan pertanian organik dinilai merepotkan	0,08	1	0,08
4.	Penampilan produk yang kurang menarik akibat bekas serangan penyakit tanaman	0,06	2	0,12
5.	Sertifikasi organik yang cukup merepotkan bagi petani	0,07	2	0,14
<b>Total Kelemahan</b>		<b>0,39</b>		<b>0,52</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>1,00</b>		<b>2,84</b>

*Sumber: Data Primer diolah, 2020*

Berdasarkan matriks strategis internal faktor kekuatan mendapatkan score sebesar 2,32 dan faktor kelemahan mendapatkan score 0,52 sehingga total yang diperoleh adalah 2,84 yang artinya bahwa posisi faktor internal di nilai cukup kuat karena score yang dimiliki > 2,5 (Yani Subaktillah, dkk dalam David 2018).

**Tabel 5.6. Matriks Strategi Eksternal(EFAS)**

<b>Faktor-faktor Strategis Eksternal</b>				
<b>No.</b>	<b>Peluang</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1.	Letak geografis yang cocok untuk budidaya tanaman sayuran secara organik	0,15	4	0,6
2.	Adanya Program pemerintah mengenai pertanian organik (khususnya komoditas sayuran untuk Desa Junrejo) yang memungkinkan berkembangnya pertanian organik	0,15	4	0,24
3.	Bantuan teknologi dari pemerintah, seperti saprodi maupun teknologi pertanian organik	0.08	3	0,21
4.	Harga sayur organik yang tinggi	0.07	3	0,21
5.	Tren gaya hidup sehat dimasyarakat	0.1	4	0,4
<b>Total Peluang</b>		<b>0,55</b>		<b>1,66</b>
<b>No.</b>	<b>Ancaman</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1.	Ketergantungan petani terhadap saprodi kimia	0.15	1	0,15
2.	Harga sayur non organik atau konvensional yang lebih murah	0.08	1	0,08
3.	Kemudahan konsumen dalam mendapatkan barang substitusi	0.08	1	0,08
4.	Bencana alam dan Dampak perubahan iklim	0.07	2	0,14
5.	Tingkat persaingan tinggi dengan usaha tani lainnya	0.07	2	0,14
<b>Total Ancaman</b>		<b>0,45</b>		<b>0,59</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>		<b>1,00</b>		<b>2,25</b>

Sumber: Data primer diolah, 2020

Matriks strategi eksternal dari faktor peluang mendapat *score* sebesar 1,66 dan faktor ancaman dengan *score* sebesar 0,59 sehingga diperoleh total *score* dari strategi faktor eksternal yakni 2,25 artinya bahwa posisi dari faktor eksternal memiliki nilai yang lemah < 2,5 (Yani Subaktilah, dkk dalam David 2018).

### 5.2.2 Tahap Analisis

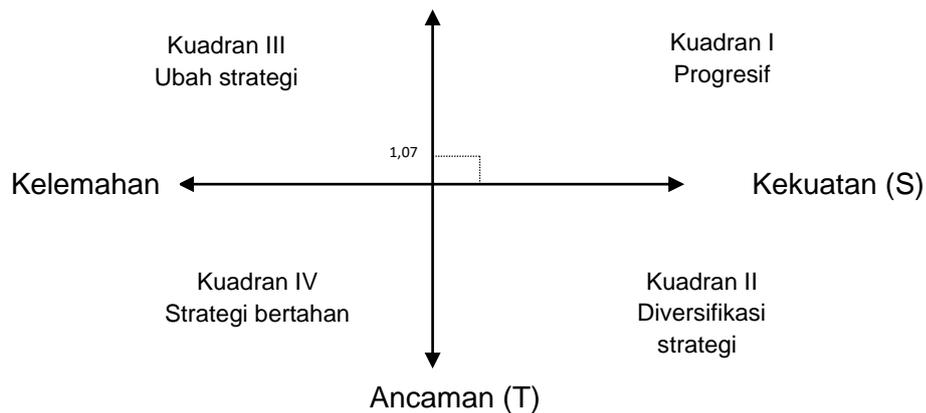
Pada tahap ke dua yaitu tahap analisis yang dilakukan dengan melakukan pengurangan dari total *score* faktor kekuatan dengan total *score* faktor kelemahan sebagai nilai titik x, *score* faktor peluang dan ancaman sebagai nilai titik y.

$$\begin{aligned}
 x &= \text{Total faktor kekuatan} - \text{Total faktor kelemahan} \\
 &= 2,32 - 0,52
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= 1,8 \\
y &= \text{Total faktor peluang} - \text{Total faktor ancaman} \\
&= 1,66 - 0,59 \\
&= 1,07
\end{aligned}$$

Setelah nilai titik x dan titik y ditemukan, maka selanjutnya adalah mempertemukan antara nilai titik x dan titik y dalam satu koordinat yang terbagi dalam empat kuadran yaitu kuadran I (nilai positif – nilai positif), kuadran II (nilai positif – nilai negatif), kuadran III (nilai negatif – nilai positif), dan kuadran empat adalah (nilai negatif – nilai negatif).

Berikut adalah posisi kuadran dari nilai x dan y yang sudah diperoleh:



Gambar 5.1 Matriks Posisi Kuadran SWOT

Gambar 5.4. menunjukkan bahwa pertemuan antara titik x dan titik y matriks posisi swot berada pada kuadran I (positif – positif), dengan kata lain bahwa posisi tersebut sangat menguntungkan dengan adanya peluang dan kekuatan yang mampu untuk dapat mewujudkan penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo, Kota Batu.

Tahap berikutnya yakni penentuan strategi prioritas dalam Penerapan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo, strategi tersebut dapat dilihat melalui analisis SWOT dengan memperlihatkan kekuatan (*Strength*), kelemahan

(*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) dengan membuat matriks kombinasi dari ke empat faktor tersebut. Berikut ini strategi yang dapat digunakan:

1. Strategi S – O (*Strength – Opportunities*)

Strategi S – O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk dapat memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi W – O (*Weaknesses – Opportunities*)

Strategi W – O merupakan strategi yang digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki.

3. Strategi S – T (*Strengths – Threats*)

Strategi S – T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari suatu ancaman eksternal.

4. Strategi W – T (*Weaknesses – Threats*)

Strategi W – T merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

### **5.2.3 Pengambilan Keputusan**

Tahap terakhir adalah tahap pengambilan keputusan yang dapat dilihat dari matrik SWOT yang tertera pada lampiran 6.

Berdasarkan pada strategi prioritas maka dipilih strategi S – O dalam menerapkan pertanian organik sayuran yang disinkronkan dengan hasil dari matrik posisi SWOT yang berada pada kuadran I yang akan dijadikan sebagai acuan dalam menyusun materi penyuluhan sebagai berikut:

1. Sosialisasi penerapan pertanian organik dapat dilakukan melalui penyuluhan. Pelaksanaan penyuluhan menurut Kartasapoetra (1994) dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Penyuluhan secara langsung dapat dilakukan dengan anjongsana, pertemuan kelompok, dll,

sedangkan penyuluhan secara tidak langsung dapat disampaikan melalui media sosial seperti youtube, instagram, dan masih banyak lainnya.

2. Mengoptimalkan keberadaan kelompok tani dalam meningkatkan intensitas penyuluhan terutama mengenai pertanian organik.
3. Tren gaya hidup sehat yang dijalankan oleh masyarakat menjadi peluang besar bagi petani dalam menciptakan pertanian secara berkelanjutan (organik).
4. Meningkatkan pemahaman bagi petani mengenai keuntungan dalam menerapkan pertanian organik serta dampak yang diberikan jangka panjang.

### **5.3 Rancangan Penyuluhan**

#### **5.3.1 Sasaran Penyuluhan**

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Totok Mardikanto (2001) bahwa penyuluhan merupakan suatu proses dalam penyebar luasan informasi sebagai usaha dalam perbaikan dibidang pertanian. Dalam hal ini bahwa semakin luas penyebaran informasi terkait bidang pertanian maka akan semakin meningkatkan pemahaman informasi penyuluhan kepada sasaran.

Sasaran penyuluhan dari penelitian ini yakni pengguna media sosial dengan karakteristik yang hampir sama dari responden penelitian, dan seluruh masyarakat pengguna internet selaku konsumen dari produk pertanian seperti sayur serta produk-produk yang dihasilkan dari bidang pertanian lainnya, pelaku utama maupun pelaku usaha, *stakeholder*, dan pemerhati pada sektor pertanian

Sasaran penyuluhan tidak dibatasi oleh usia, maupun pendidikan, sehingga informasi yang disampaikan dapat diakses oleh siapapun.

### 5.3.2 Tujuan Penyuluhan

Mengacu pada metode SMART, bahwa secara spesifik penyuluhan dilakukan kepada warga internet yang memiliki karakteristik hampir sama dengan sasaran penelitian, *measurable* dengan mengukur *feedback* yang diberikan oleh sasaran, *actionary* dilakukan dengan penyuluhan melalui materi, media, dan metode yang ditetapkan, *realistic* diperoleh kecenderungan mengenai tanggapan yang berikan yang dapat mengarah pada sentimen negatif/positif, *time frame* pelaksanaan penyuluhan ditetapkan pada tanggal 18 juni 2020 hingga 24 juni 2020.

Berdasarkan metode SMART di atas dapat dirumuskan bahwa tujuan dari pelaksanaan penyuluhan adalah untuk memberikan informasi kepada sasaran mengenai pertanian khususnya pada pertanian organik melalui materi, media, dan metode yang ditentukan untuk mengetahui *feedback* yang diberikan oleh sasaran dengan melihat kecenderungan atau sentimen terhadap rancangan penyuluhan.

### 5.3.3 Materi Penyuluhan

Berdasarkan hasil kajian dari penelitian ini menyatakan bahwa masih rendahnya penerapan pertanian organik di desa junrejo. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel peluang pasar memiliki pengaruh yang paling besar terhadap penerapan pertanian organik secara signifikan dengan total skor sebesar 2,099 sehingga pengambilan materi didasarkan pada variabel yang memiliki pengaruh paling besar dari hasil penelitian. Dengan menggunakan analisis SWOT maka terpilihnya S-O sebagai strategi yang digunakan dalam menetapkan materi penyuluhan: 1) Keuntungan dalam menerapkan pertanian organik serta manfaat yang diberikan jangka panjang; 2) Informasi seputar tren gaya hidup sehat dimasyarakat; 3) Peluang penerapan pertanian organik.

#### **5.3.4 Metode Penyuluhan**

Metode yang digunakan dalam penyuluhan adalah metode penyuluhan tidak langsung, artinya metode tersebut dapat dilakukan melalui media sosial. Caleb T dan Rebecca (2015) mengemukakan istilah mengenai media sosial yang merupakan media berbasis internet dengan memberikan kesempatan kepada pengguna untuk melakukan interaksi serta mempresentasikan dirinya secara seketika maupun tertunda kepada khalayak luas ataupun tidak, yang dapat memicu penilaian dari pengguna lain. M.L Kent (2013) juga memaparkan bahwa media sosial merupakan segala bentuk media komunikasi yang interaktif sehingga memungkinkan terjadinya suatu interaksi dua arah dan umpan balik yang diterima, Dave Kerpen (2011) menambahkan bahwa media sosial dapat berbentuk teks, gambar, video atau apapun yang berkaitan dengan daring yang dibagikan kepada khalayak luas.

Media sosial telah menjadi cara baru bagi seseorang untuk melakukan interaksi, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kadhung Prayoga (2017) mengenai Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyuluhan Pertanian dan Perikanan di Indonesia menyatakan bahwa penggunaan media sosial di masyarakat serta mudahnya penggunaan media sosial mampu meningkatkan pelayanan informasi dan dapat memudahkan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat luas. Fenomena ini menjadi sebuah keuntungan yang diperoleh untuk mempermudah proses penyuluhan melalui sosial media.

#### **5.3.5 Media Penyuluhan**

Media rancangan penyuluhan yang digunakan adalah media sosial berupa youtube. Media penyuluhan ditetapkan berdasarkan model ASSURE (Heinich, dkk dalam Nurseto, 2011) sebagai berikut:

1. *Analyze learner characteristics*: sesuai dengan sasaran penyuluhan yaitu warga internet. Pemilihan media youtube dalam menyampaikan informasi

penyuluhan dilandasi dengan beberapa fakta yang diperoleh yaitu youtube menjadi aplikasi yang paling populer dan diminati oleh masyarakat di Indonesia, sepertiga dari pengguna internet di Indonesia aktif dalam menggunakan youtube, hal ini dikuatkan dengan data *Google* yang menyatakan bahwa dari 146 juta total pengakses internet terdapat sekitar 50 juta pengguna yang aktif di Indonesia pada youtube (Kustin A, CNN Indonesia, 2018).

2. *State objective* (sesuai dengan tujuan penyuluhan): fokus dari tujuan pelaksanaan penyuluhan adalah untuk memberikan informasi kepada sasaran mengenai pertanian khususnya pada pertanian organik melalui materi, media, dan metode yang ditentukan untuk mengetahui *feedback* yang diberikan oleh sasaran dengan melihat kecenderungan atau sentimen terhadap rancangan penyuluhan, maka diperlukan media penyuluhan yang menarik dan sesuai dengan karakteristik sasaran penyuluhan.
3. *Select, Modify or Design materials*: media youtube merupakan media yang sudah tersedia dan merupakan salah satu media yang digunakan dalam penyebaran informasi dibidang pertanian, dalam hal ini perlu penambahan modifikasi dalam perancangan media, seperti video, dubbing, musik latar, teks naskah yang diselaraskan dengan isi materi sehingga dapat menjelaskan secara runtut mengenai informasi yang disampaikan dalam penyuluhan.
4. *Utilize materials* (Perumusan materi): disusun secara konseptual melalui video yang diunggah pada media youtube.
5. *Require learner response*: melibatkan sasaran dalam penyuluhan dengan memberikan kesempatan kepada sasaran untuk memberikan tanggapan terhadap rancangan penyuluhan.

6. *Evaluate*: media penyuluhan dapat dievaluasi melalui rancangan penyuluhan yang digunakan.

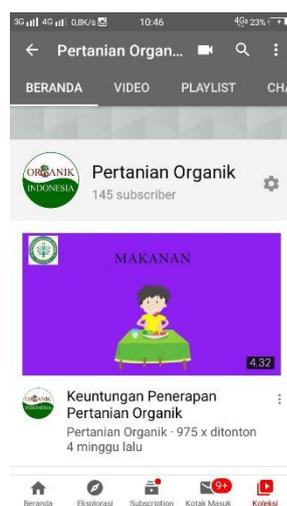
## 5.4 Implementasi Penyuluhan

### 5.4.1 Persiapan Penyuluhan

1. Pembuatan channel Youtube

Tahap awal dalam persiapan implementasi penyuluhan melalui media sosial youtube adalah pembuatan channel youtube. Channel youtube dibutuhkan dalam proses penyebaran konten video yang dibuat dalam penyuluhan dengan nama akun youtube Pertanian Organik. Berikut adalah proses pembuatan channel youtube:

- a. Mengakses Aplikasi Youtube terlebih dahulu dan login dengan akun Google yang tersambung dengan gmail
- b. Pendaftaran channel youtube (akun baru)
- c. Pengisian detail channel baru yang meliputi nama akun youtube, deskripsi channel youtube, dan pengaturan lainnya
- d. Verifikasi akun youtube
- e. Selesai



## 2. Analisa Materi Penyuluhan

Dengan berlandaskan dari materi yang sudah ditetapkan maka akan dikembangkan sehingga pembahasan dalam video mengenai pertanian organik dapat lebih rinci, berikut adalah kerangka alur penyampaian materi yang dikemas untuk video konten youtube:

- a. Penjelasan mengenai kekayaan sumber daya alam yang dimiliki oleh Indonesia
- b. Kegiatan impor pangan yang dapat merugikan petani
- c. Kerugian dari pengaplikasian bahan kimia dengan skala besar dan terus menerus yang digunakan petani
- d. Pangan sehat yang dikonsumsi oleh masyarakat
- e. Pengertian pertanian organik secara umum
- f. Keuntungan dan manfaat yang diperoleh dalam penerapan pertanian organik bagi kesehatan maupun lingkungan

## 3. Proses pembuatan kerangka dan naskah video

Pada pembuatan kerangka video memerlukan beberapa bahan yang dibutuhkan, berikut adalah bahan yang digunakan:

- a. Logo institusi Politeknik Pembangunan Pertanian Malang
- b. Video yang bersumber dari youtube
- c. Video Animasi
- d. Musik latar (*backsong*)
- e. Aplikasi pembuatan video: Adobe Premier Pro Cc 2014
- f. Smart phone sebagai alat untuk merekam suara

Setelah bahan-bahan yang digunakan telah terpenuhi maka selanjutnya adalah pembuatan teks naskah yang disesuaikan dengan bagian yang akan digunakan dalam video, sebagai berikut:

- a. Pembukaan : pada pembukaan berisi tentang logo institusi kebanggaan yaitu Politeknik Pembangunan Pertanian Malang, perkenalan diri, dan judul video.
- g. Isi Video :
- *Footage* pemandangan sawah Indonesia menjelaskan mengenai: kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Negara Indonesia, luas lahan Indonesia mencapai  $\pm$  2 juta meter persegi dan sebagian besar dimanfaatkan sebagai lahan persawahan. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing*, *backsong*.
  - Video proses impor bahan pokok di Indonesia menjelaskan mengenai: keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki Indonesia menjadikan Indonesia sebagai negara pengimpor bahan pokok dan kebutuhan pangan lainnya. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing*, *backsong*.
  - Video Kegiatan Industri (Pabrik) menjelaskan: sebagian besar lahan pertanian yang dialih fungsikan menjadi lahan industri, dari tahun ke tahun pertanian di Indonesia semakin termarginalkan, petani semakin terpinggirkan dan kegiatan impor semakin menjadi-jadi. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing*, *backsong*.
  - Video kegiatan Petani dalam pengaplikasian pestisida kimia dan proses pemanenan menjelaskan mengenai: penggunaan bahan kimia pada tanaman petani dengan harga yang semakin mahal justru berbanding terbalik dengan harga hasil panen. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing*, *backsong*.
  - Video kondisi lahan pertanian di Indonesia menjelaskan mengenai ketersediaan pangan yang tidak sehat dihasilkan dari lingkungan, ekosistem, dan tanah yang rusak akibat penggunaan bahan kimia secara

berlebihan yang dapat menimbulkan penyakit bagi konsumen. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing, backsong*.

- Video panen tomat organik menjelaskan tentang bagaimana mengatasi agar terhindar dari penyakit, maka salah satu yang harus dilakukan adalah dengan mengkonsumsi pangan yang sehat. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing, backsong*.
- Animasi proses penanaman menjelaskan mengenai pangan yang sehat, pangan yang sehat adalah pangan yang tidak terpapar dengan bahan kimia, hal tersebut dapat diperoleh melalui penerapan pertanian organik. Pertanian organik adalah upaya untuk menyediakan pangan sehat bagi masyarakat dan bangsa Indonesia. Indonesia harus memiliki kedaulatan pangan sendiri dengan meningkatkan produktivitas pangan yang sehat. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing, backsong*.
- Animasi penyuluhan menjelaskan mengenai proses awal dalam menerapkan pertanian organik yang membutuhkan banyak waktu seperti lamanya konversi lahan, sertifikasi pertanian organik, hingga penurunan hasil panen di awal tanam. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing, backsong*.
- Animasi kondisi lahan organik menjelaskan mengenai keuntungan yang didapatkan bersifat jangka panjang diantaranya 1) Bagi kesehatan, pertanian organik dapat menghasilkan makanan yang sehat, aman, dan bergizi, sehingga dapat meningkatkan kesehatan bagi masyarakat; 2) Bagi lingkungan, pertanian organik mampu menjaga sifat fisik, kimia, dan biologi tanah serta meningkatkan kandungan bahan organik tanah, pertanian organik dapat meningkatkan kesuburan tanah sebab pertanian organik mampu meningkatkan populasi mikroorganisme; 3) Pertanian organik mampu menjaga kualitas air tanah dan air muka tanah; 4) Pertanian

organik memperbaiki kualitas udara dengan meminimalkan perubahan iklim global akibat emisi gas rumah kaca; 5) Selain biaya produksi pada pertanian organik lebih murah, produk pertanian organik juga memiliki harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional, sehingga menjadi peluang besar bagi petani dalam menerapkan pertanian organik ditengah maraknya tren gaya hidup sehat yang dijalani oleh masyarakat. Maka dari itu pertanian di Indonesia harus kembali ke pertanian organik. Dilengkapi dengan logo Polbangtan Malang, video, *dubbing*, *backsong*.

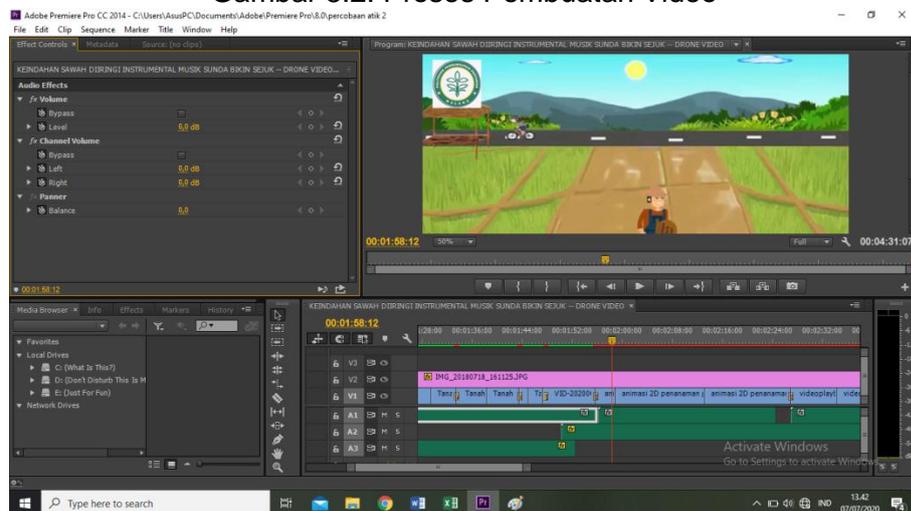
- Penutup : Ucapan terima kasih telah menonton dalam bahasa inggris dan himbauan kepada penonton untuk *subscribe* dan menyalakan lonceng bell, *like*, *commen*, dan *share* dalam bahasa inggris. Dilengkapi dengan video + *backsong*.

Kerangka dan naskah video yang telah disusun akan dilakukan pengeditan dengan aplikasi Adobe Premier Pro Cc 2014, berikut adalah langkah-langkah proses pengeditan:

- a. Mempersiapkan bahan-bahan: video *footage*, animasi yang akan digunakan dalam pembuatan produk, musik yang digunakan sebagai latar belakang (*backsong*), dan perekaman naskah untuk video.
- b. Masuk pada aplikasi *Adobe*
- c. Klik *new project*
- d. Import animasi, video, gambar logo, musik latar (*backsong*) dan rekaman ke dalam aplikasi *Adobe*.
- e. Bahan tersebut akan dilakukan proses pemotongan dari video maupun animasi yang akan digunakan dan dilakukan penyesuaian dengan suara rekaman (*dubbing*) materi, setelah video tersusun sesuai dengan yang dikehendaki selanjutnya *Mark Out*

- f. *Mark out* pada video bagian akhir untuk menentukan ketepatan produk video yang dihasilkan dari *Adobe* dengan langkah-langkah sebagai berikut: klik File – Export setting – Media – Menentukan Format video (H.264), Presen (Costume) – Use maximum render quality dan dihasilkan produk video berdurasi 4 menit 32 detik,
- g. Langkah terakhir Export video dengan format MP4.
- h. Video telah jadi dan siap untuk dilakukan proses unggah video di akun youtube.

Gambar 5.2. Proses Pembuatan Video



Sumber: Adobe Premier Pro Cc 2014

Setelah video jadi maka langkah selanjutnya adalah proses unggah video pada channel youtube dengan langkah sebagai berikut:

- a. Masuk akun youtube yang telah dibuat baik melalui *smartphone* atau PC
- b. Klik upload pada bagian atas halaman youtube
- c. Pilih video yang akan diunggah melalui galeri *smartphone* ataupun PC
- d. Masukkan judul dan deskripsi pada video
- e. Sebelum dilakukan pengunggahan video, dapat dilakukan pengaturan setelan privasi video dan lainnya
- f. Upload video
- g. Video terupload sudah dapat disaksikan oleh pengguna youtube lainnya

Berikut adalah link dari konten video penyuluhan pada penelitian ini <https://youtu.be/sKOMDsn4pPs>.

#### 5.4.2 Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan penyuluhan melalui media sosial platform *youtube* dilaksanakan pada tanggal 18 Juni 2020 dengan nama akun *youtube* “Pertanian Organik” dan judul video “Keuntungan Penerapan Pertanian Organik”.

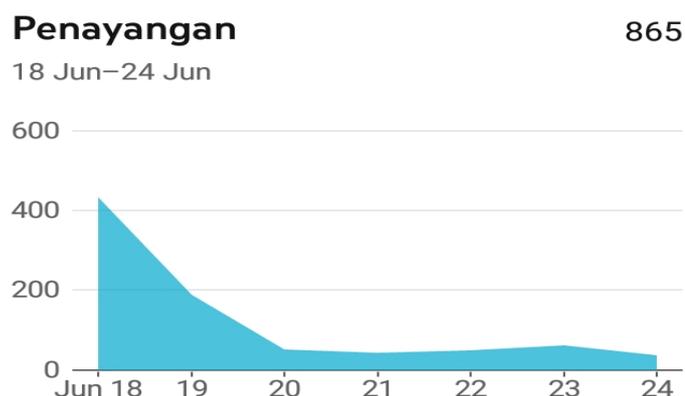
Setelah proses *upload* video dilaksanakan, langkah selanjutnya yaitu membagikan *link* video melalui beberapa media seperti whatsapp, instagram, facebook, dan twittter dengan harapan akan lebih banyak yang menonton video tersebut.

Berikut adalah data yang diperoleh melalui akun Youtube terhitung mulai tanggal *upload* 18 Juni 2020 hingga 24 Juni 2020:

a. Akumulasi Penayangan

Pengamatan dari penayangan video di platform Youtube dilakukan sekitar tujuh hari, dan telah memperoleh 865 penayangan. Berikut adalah grafik yang ditunjukkan dari jumlah penayangan video per hari:

**Gambar 5.2. Grafik Penayangan Video**



Sumber: Youtube Analytc, 2020

Grafik di atas menunjukkan bahwa proses penyebaran link video yang dilakukan dari berbagai platform menjadikan posisi grafik tertinggi berada pada

hari pertama setelah dilakukan upload video, penurunan grafik secara terus menerus dimulai pada tanggal 20 dan mengalami sedikit kenaikan hari ke enam penayangan. Selain pada akun youtube sendiri, *share link* video lebih luas ke berbagai media sosial merupakan salah satu alternatif yang dapat meningkatkan jumlah penayangan dari video.

b. Sumber Penayangan

Sumber penayangan merupakan awal dimana seseorang dapat mengetahui informasi (video) yang telah dibagikan sehingga memilih untuk melakukan penayangan. Berikut adalah sumber penayangan video.

**Gambar 5.4. Jenis dan Sumber Penayangan**



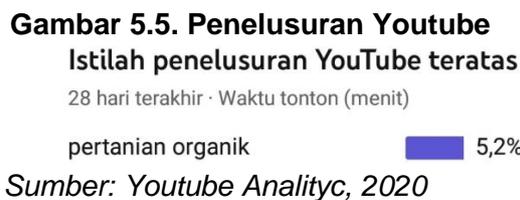
*Sumber: Youtube Analityc, 2020*

Data di atas menunjukkan bahwa jenis sumber eksternal menduduki peringkat teratas sebagai sumber penayangan terbesar dibandingkan jenis sumber penayangan yang lain dengan jumlah 70,1%. Sumber eksternal meliputi whatsapp, facebook, instagram, com.yowhatsapp dan google. Dari masing-masing sumber eksternal terdapat nominal yang paling kecil pada sebaran sumber google hanya 0,8%, sehingga penyebarannya di google perlu ditingkatkan untuk meningkatkan jumlah penayangan, sedangkan whatsapp menjadi yang teratas dengan perolehan sebesar 60,7%, hal ini dapat terjadi karena proses penyebaran melalui whatsapp dapat dilakukan dengan menyebar informasi melalui kontak personal, grup wa, status, hingga penyebaran yang dilakukan oleh orang lain melalui whatsapp masing-masing, oleh sebab itu

whatsapp dinilai memiliki peran yang efektif dalam penyebaran informasi (Fatiha, dkk 2019).

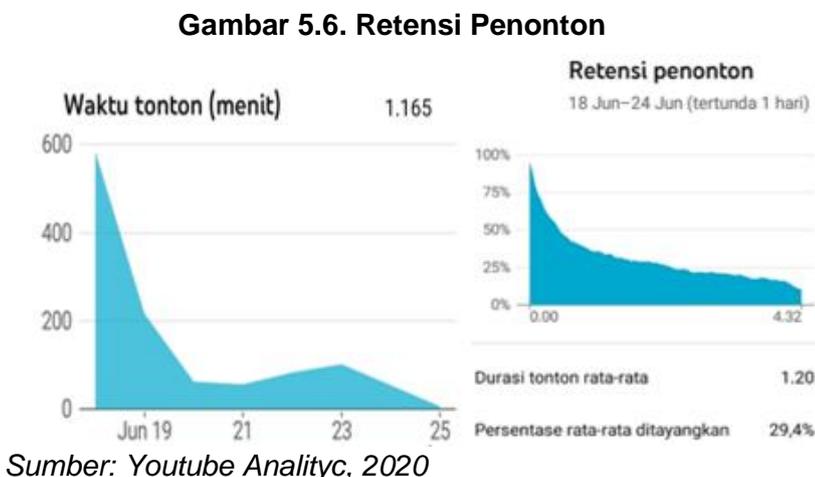
c. Sumber Penelusuran dari Youtube

Youtube merupakan sosial media utama yang digunakan untuk menyebarkan informasi dari video konten pada penelitian ini. Berikut adalah gambar presentase penayangan yang diperoleh melalui penelusuran youtube:



Gambar di atas menunjukkan bahwa pertanian organik adalah kunci pencarian yang digunakan oleh penonton untuk menyaksikan konten video youtube. Dari penelusuran youtube hanya terdapat 5,2% dari total penayangan, artinya dari youtube sendiri memiliki presentase yang jauh di bawah total penayangan melalui whatsapp (Gambar 5.2) kurangnya sharing yang dilakukan melalui akun youtube, akun youtube yang masih dalam tahap awal proses pengembangan, mempengaruhi pemberian rekomendasi tontonan yang diberikan youtube sehingga mempengaruhi grafik tonton pada konten (Susila, dkk 2019).

d. Waktu dan Retensi Penonton



Gambar di atas menunjukkan data waktu tonton pada video youtube dari tanggal 18 hingga 24 Juni 2020 menghasilkan 1.165 menit penayangan video youtube. Dari total retensi penonton video 4.32 menit hanya terdapat durasi tonton rata-rata 1.20 menit atau sekitar 29,4%. Untuk mengetahui seberapa baik konten tersebut diterima oleh sasaran maka diperlukannya evaluasi dari konten video melalui *feedback* yang diberikan penonton sebagai alat evaluasi untuk perbaikan rancangan.

### 5.4.3 Evaluasi Rancangan Penyuluhan

Penyusunan evaluasi rancangan didasarkan pada perolehan tanggapan atau *feedback* yang diberikan penonton dari penayangan konten video youtube diantaranya jumlah penonton video, *subscribers*, *like* dan *dislike*, serta komentar yang diberikan sebagai berikut:

**Tabel 5.7. Tanggapan Penonton Terhadap Konten Video**

Akun Youtube		Pertanian Organik	
Judul: Keuntungan Penerapan Pertanian Organik			
No.	Unsur Penilaian	Hasil (18 – 24 Juni 2020)	
1.	Penonton Video	-	865
2.	<i>Subscribers</i>	-	137
3.	<i>Like</i>	-	270
4.	<i>Dislike</i>	-	-
		Negatif	Positif/Dukungan Terhadap Konten
5.	<i>Commen</i>	1	77

*Sumber: Data di olah, 2020*

Dari data di atas menunjukkan bahwa penonton pada video terdapat 865 kali penayangan, tanggapan like yang diberikan terhadap konten video sebanyak 270 like dan 0 dislike. Sedangkan pada komentar yang diberikan terdapat dua penilaian yakni penilaian komentar positif dan komentar negatif, pada komentar positif terdapat 77 komentar, dan 1 komentar negatif yang dapat digunakan sebagai saran perbaikan dari konten video.

Kecenderungan dari tanggapan yang diberikan pada konten video mengarah pada sentimen positif, hal ini dapat dilihat dari perolehan suka pada video serta komentar yang diberikan, menunjukkan tidak adanya dislike yang diberikan oleh penonton, hanya terdapat 1 yang bersifat negatif dari 78 komentar, hal ini dapat diartikan bahwa komentar positif lebih mendominasi dibandingkan dengan komentar negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pesan maupun informasi yang disampaikan melalui konten video yang dapat diterima oleh penonton dengan baik.

#### **5.4.4 Rekomendasi Perbaikan Rancangan**

##### **a. Perbaikan Konten Video**

Berdasarkan komentar yang diberikan oleh penonton terdapat komentar mengenai suara (*dubbing*) video yang dirasa belum konsisten. Hal ini dikarenakan pada saat proses perekaman dilakukan perkaliat dari isi materi, sehingga suara (*volume*) yang diperoleh tidak sama. Untuk mengatasi hal tersebut sebaiknya perekaman dilakukan pada waktu dan kondisi yang bersamaan sehingga dapat menghasilkan suara yang konsisten. Selain hal tersebut akan lebih baik jika perekaman suara dilakukan dengan menggunakan alat khusus untuk merekam sehingga suara yang dihasilkan dapat lebih baik.

##### **b. Pemaksimalan pada Penyebaran Informasi Konten Video**

Penayangan konten video pada platform youtube sangat dipengaruhi dari penyebaran informasi konten video, maka perlunya usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penyebaran konten video pada media sosial eksternal seperti whatsapp, facebook, twitter, maupun dari youtube sendiri. Rendahnya minat penonton untuk melakukan penayangan bisa saja dipengaruhi dari akun youtube yang masih baru atau akun youtube yang sudah lama tidak digunakan (Kurnia Azizah, 2020) oleh sebab itu keaktifan di dalam sosial media youtube sangat diperlukan. Untuk menarik penonton agar melakukan penayangan video maka

salah satu hal yang dapat dilakukan dengan cara meninggalkan komentar berupa ajakan untuk menonton konten yang dimiliki pada akun youtube yang telah memiliki banyak *subscriber* (Kurnia Azizah, 2020).

c. Mengoptimalkan Tampilan Konten Video Youtube

Penambahan kostum *thumbnail* yang menarik pada video juga dapat mempengaruhi penonton untuk melakukan penayangan pada video sehingga meningkatkan CTR (*click through rate*) yaitu jumlah dari pengunjung yang mengklik tautan pada video dari situs halaman lain.

d. Aktif dalam Pengembangan Konten

Penyebaran informasi secara konsisten yang diunggah pada akun youtube.

## BAB VI PEMBAHASAN DAN DISKUSI

### 6.1 Aspek Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari motivasi petani, intensitas penyuluhan, dan peluang pasar terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan program SPSS 20 yang digunakan untuk melihat nilai sig dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%.

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Motivasi, Intensitas Penyuluhan, dan Peluang Pasar yang Mempengaruhi Petani Terhadap Penerapan Pertanian Organik di Desa Junrejo, terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan, dan dua variabel yang berpengaruh secara signifikan.

#### 1. Variabel Motivasi

Motivasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan sesuatu, secara garis besar bahwa motivasi dapat menentukan iya atau tidaknya petani dalam menerapkan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo, berikut adalah hasil persamaan regresi dari variabel motivasi:

**Gambar 6.1. Hasil Persamaan Regresi Variabel Motivasi**

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Nilai Sig	Keterangan
(Constant)	5,683	1,481	0,143	Berpengaruh
Motivasi	0,254	5,092	0,000	signifikan

*Sumber: Data primer diolah 2020*

Analisis regresi yang ditunjukkan pada variabel motivasi menunjukkan hasil bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap penerapan pertanian organik dengan skor sebesar 0,254 dengan nilai sig 0,000 yang tentunya memiliki arti yang positif yaitu setiap penambahan variasi dari faktor motivasi maka akan mengalami peningkatan nilai Penerapan Pertanian Organik Sayuran

sebesar 0,254. Hasil dari data tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh petani maka akan semakin tinggi pula penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mewujudkan serta mendorong motivasi petani adalah dengan memberikan insentif kepada petani melalui Program Batu Go Organik. Insentif yang diberikan oleh pemerintah berupa benih, pupuk organik, pestisida nabati, hingga sertifikasi lahan organik. Mangkuprawira (2008) menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan yang mampu membuat petani melakukan sesuatu dengan cara untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan hal yang penting karena motivasi adalah hal yang dapat menyebabkan, menyalurkan, serta dapat mendukung perilaku manusia supaya bekerja keras dan antusias untuk mencapai hasil yang maksimal.

## 2. Variabel Intensitas Penyuluhan

Penyuluhan merupakan salah satu proses yang dapat digunakan dalam mempercepat penyebaran informasi yang dilakukan oleh penyuluh kepada petani. Sedangkan intensitas penyuluhan merupakan tingkat dari seringnya penyebaran informasi yang dilakukan oleh penyuluh terhadap petani. Berikut adalah hasil analisis regresi variabel penyuluhan:

**Gambar 6.2. Hasil Persamaan Regresi Variabel Intensitas Penyuluhan**

	Koefisien Regresi	t Hitung	Nilai Sig	Keterangan
(Constant)	5,683	1,481	0,143	Tidak signifikan
Intensitas Penyuluhan	,204	,604	,0736	

*Sumber: Data primer diolah 2020*

Hasil regresi pada variabel Intensitas Penyuluhan Tidak Berpengaruh signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathurrahman dan Trimo (2018) bahwa faktor eksternal berupa intensitas

penyuluhan memiliki presentase yang rendah terhadap penerapan teknik budidaya padi sawah secara organik dengan metode SRI.

Pengaruh dari intensitas penyuluhan petani terhadap penerapan pertanian organik sayuran tergantung pada sudut pandang petani dalam melihat segala sesuatu, oleh karena itu penyuluhan yang menjadi sarana yang bersentuhan langsung dengan petani untuk memperoleh informasi perlu ditingkatkan dan disinkronkan dengan program Batu Go Organik untuk dapat meningkatkan penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo, menurut Elsy (2017) kegiatan penyuluhan harus dikembangkan sebagai sarana yang dapat digunakan dalam memperbaiki persepsi, pola pikir, serta tindakan seseorang dalam mengambil keputusan termasuk keputusan petani dalam menerapkan pertanian organik.

Kemungkinan asumsi intensitas penyuluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap objek yang ingin dicapai dapat disebabkan oleh beberapa hal diantaranya kurangnya ketertarikan audien terhadap materi yang disampaikan, penyampaian materi yang kurang interaktif dan menarik sehingga mampu mengalihkan fokus dari audien, media yang digunakan kurang tepat saat penyuluhan. Sehingga dibutuhkan sebuah inovasi dalam penyampaian informasi kepada sasaran supaya informasi tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Kaswani (2013) juga menyatakan bahwa kurangnya minat sasaran dalam proses penerimaan informasi dapat dipicu dari beberapa kondisi diantaranya sasaran telah memahami informasi, kurang *update*-nya informasi yang diberikan, efisiensi waktu yang tidak digunakan dengan baik, dan dapat dipicu dari faktor seperti keterpaksaan dalam mengikuti proses tersebut.

### 3. Variabel Peluang Pasar

Peluang pasar juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi petani dalam melakukan usaha dibidang pertanian. Definisi dari peluang pasar sendiri

merupakan pasar sasaran yang didalamnya terdapat suatu kebutuhan maupun keinginan yang harus dipenuhi. Dari penelitian ini peluang pasar memiliki sub variabel diantaranya permintaan, dan keuntungan. Berikut adalah data hasil persamaan regresi dari variabel peluang pasar:

**Gambar 6.3. Hasil Persamaan Regresi Variabel Peluang Pasar**

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Nilai Sig	Keterangan
(Constant)	5,683	1,481	0,143	Berpengaruh
Peluang Pasar	2,099	3,651	0,001	signifikan

*Sumber: Data Primer, 2020 di olah*

Data di atas menunjukkan bahwa variabel Peluang Pasar memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Penerapan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo, dengan skor sebesar 2,099 dan nilai sig < 0,05, secara parsial dapat diartikan bahwa setiap penambahan variasi dari faktor peluang pasar maka akan mengalami peningkatan nilai Penerapan Pertanian Organik sayuran 2,099, semakin besar Peluang Pasar dibidang pertanian organik maka semakin banyak petani yang akan melakukan Penerapan Pertanian Organik Sayuran di Desa Junrejo, dan sebaliknya. Tren gaya hidup sehat yang diterapkan oleh masyarakat semakin meluas, dengan perkembangan teknologi dan penyebaran informasi menyadarkan masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan. Selain dengan berolahraga, asupan gizi dan pangan yang sehat juga harus terpenuhi, salah satunya yaitu dengan mengkonsumsi pangan yang terbebas dari bahan kimia. Produk yang dihasilkan melalui proses pengolahan secara organik akan menghasilkan harga dan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional, sehingga hal ini menjadi peluang yang besar bagi petani dalam menerapkan pertanian organik. Choi Yen (2013) menjelaskan bahwa semakin nyata dan terbukanya peluang pasar maka akan semakin banyak pula yang mengambil kesempatan tersebut, dibandingkan sebelum adanya peluang itu sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh Gaharadikara (2018) juga menjelaskan

bahwa peluang pasar berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemasaran ekspor pengusaha mebel di Surakarta.

## **6.2 Aspek Penyuluhan**

Perkembangan teknologi dapat menciptakan fenomena baru didalam kehidupan, salah satunya adalah mengubah pola komunikasi yang dapat dilakukan secara tidak langsung melalui aplikasi yang diciptakan. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih dapat memudahkan proses penyebaran informasi kepada masyarakat, penyebaran informasi mampu dilakukan melalui berbagai situs yang tersedia dan dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah, tidak terkecuali yaitu proses penyuluhan yang dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia untuk digunakan dalam proses penyebaran informasi.

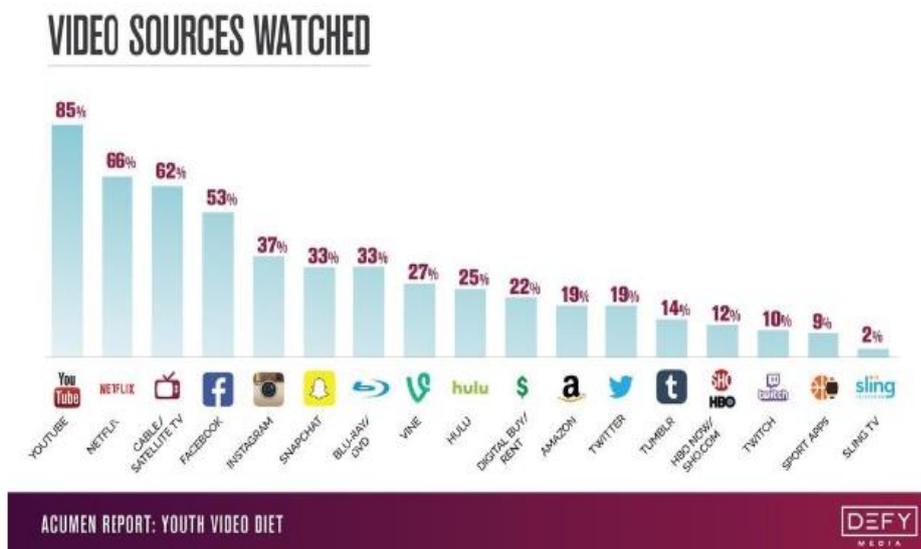
Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO mengumumkan bahwa wabah covid-19 telah dinyatakan sebagai pandemi global artinya wabah tersebut telah menyebar dengan luas (Kompas.com, 2020). Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak oleh penyebaran virus Covid-19, dan provinsi Jawa Timur menduduki peringkat tertinggi dari jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia (Tribun Jogja.com,2020). Dengan keadaan tersebut melalui informasi yang diberikan oleh WHO bahwa virus covid 19 dapat menyebar melalui cairan droplet dan udara, maka diperlukan penerapan protokol kesehatan sebagai upaya pencegahan terjadinya penularan seperti penggunaan masker, *social distancing*, *physical distancing* atau menghindari terjadinya kerumunan.

Dengan situasi yang sedemikian rupa, maka pelaksanaan penyuluhan dilakukan dengan metode tidak langsung untuk menghindari pelanggaran penerapan protokol kesehatan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam penyuluhan.

Media sosial merupakan sarana yang dapat dimanfaatkan oleh seseorang untuk melakukan interaksi antara satu sama lain agar dapat saling menciptakan, berbagi, bertukar informasi serta gagasan dalam suatu jaringan dan komunikasi secara virtual (McGraw Hill, 2011), P.N Howard dan M.R Parks (2012) juga memaparkan bahwa media sosial terdiri atas tiga bagian, diantaranya berupa infrastruktur informasi maupun alat yang digunakan dalam memproduksi dan mendistribusikan isi dari media yang berbentuk digital. Dengan mengoptimalkan kondisi masyarakat yang memiliki kecenderungan cukup tinggi pada penggunaan media sosial, maka tidak sulit untuk melakukan penyebaran informasi dibidang pertanian (Aripin, dkk 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Rohmiyati (2018) tentang Analisis Penyebaran Informasi Pada Media Sosial memperoleh hasil bahwa penyebaran informasi pada media sosial mendapat reaksi yang tinggi dikalangan masyarakat, sehingga penyebaran informasi yang dilakukan dapat efektif. Penyebaran informasi yang cepat pada media sosial dapat didukung dengan aktifitas meneruskan informasi yang diperoleh seseorang kepada teman, keluarga, serta komunitas yang dimiliki.

Media sosial yang digunakan dalam penyebaran konten penyuluhan berupa platform youtube. Youtube merupakan salah satu situs *web* berbagi video (*video sharing*) yang sangat populer, dimana para pengguna bisa melakukan penayangan dari berbagai video secara gratis dan memberikan fasilitas kepada para pengguna untuk meng*upload* video yang dapat diakses oleh pengguna lainnya dari seluruh dunia. Youtube menjadi situs *online videoprovider* yang menguasai 43% pasar. Diperkirakan terdapat 20 jam durasi video yang di unggah ke youtube per menit dengan total 6 miliar penonton per hari di seluruh dunia. Jumlah jam tayang pada video Youtube naik sebesar 60% per tahun, dan kenaikan jumlah pengunjung youtube sebesar 3 kali lipat per tahun (Youtube, 2016). DeCesare (2014) menyatakan bahwa youtube merupakan sumber daya

yang sangat baik dari situs video *online*, dengan penawaran durasi video, penonton, serta alat yang tersedia sangat bervariasi dengan menyediakan berbagai koleksi video online dari berbagai kategori dan topik. Berikut merupakan gambar grafik tonton pada media sosial yang memperlihatkan youtube memiliki kedudukan teratas dengan peminat atau pelanggan yang paling banyak (Medcom.id, 2020)



Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa perolehan skor grafik tertinggi diduduki oleh youtube, artinya peminat youtube sebagai salah satu platform media sosial menjadi yang terpopuler dan banyak diminati oleh warga internet dibandingkan dengan platform media sosial lainnya seperti facebook, Netflix, Twitter, Instagram, hingga penonton televisi.

Beberapa penawaran yang diberikan oleh youtube dengan fasilitas seperti pelayanan gratis tontonan video secara offline yang dapat membantu pengguna dalam mengakses video tanpa boros kuota, proses upload video yang dilakukan oleh pengguna tanpa pembatasan durasi minimum video, dan menyediakan video informatif baik bagi pengguna atau pelanggan (Fatty Faiqah, 2016). Sehingga penyampaian materi penyuluhan pertanian organik melalui youtube dapat dilakukan secara utuh dan memberikan kemudahan pengguna dalam

mengakses informasi tersebut. Berdasarkan pemaparan tersebut, youtube menjadi media yang memiliki peluang tinggi dalam penyebaran informasi khususnya seputar informasi dibidang pertanian yang disinkronkan pada penelitian ini.

Evaluasi rancangan penyuluhan dari konten video yang diunggah pada youtube memperoleh hasil berupa kecenderungan sentimen yang positif bagi penonton. Hal tersebut dapat diperoleh melalui analisis yang dilakukan dengan melihat *feedback* atau tanggapan yang diberikan oleh penonton terhadap video yang telah ditayangkan mengacu pada respon *like* atau *dislike* video dengan jumlah *like* yang lebih mendominasi dibandingkan *dislike* dengan perbandingan 0 *dislike* dan 270 *like*, serta komentar yang diberikan lebih cenderung ke arah positif dengan memberikan dukungan dari konten video dibandingkan dengan komentar negatif (1 komentar negatif dan 77 komentar positif). *Feedback* atau tanggapan yang diberikan oleh penonton terhadap konten video dapat menjadi wadah yang mampu memuat pendapat, ide, maupun informasi yang diberikan dari para anggotanya sehingga dapat berinteraksi dan bertukar pikiran antara satu dan yang lain layaknya sebuah forum diskusi, sehingga penyuluhan melalui media sosial youtube tidak mengurangi esensi dari penyuluhan yang dilakukan secara langsung atau tatap muka.

Berdasarkan respon yang diberikan oleh penonton dari penayangan video keuntungan penerapan pertanian organik masih terdapat komentar negatif yang menyebutkan tentang pengaturan dari suara *dubbing* pada video yang masih belum stabil, kondisi ini disebabkan dari proses pengambilan suara yang dilakukan per kalimat dari teks materi pada video, sehingga perbaikan perlu dilakukan untuk penyempurnaan produk yang dibuat sesuai dengan rekomendasi yang telah disebutkan pada bab sebelumnya (5.3.2).

Sedangkan pada hasil yang diperoleh dari penayangan video berdurasi 4.32 menit, retensi rata-rata penayangan video hanya sekitar 1.20 menit atau 29,4%. Akun yang masih dalam tahap pengembangan mempengaruhi bentuk rekomendasi atau promosi yang diberikan oleh youtube terhadap konten cenderung rendah (Alfani, 2018). Maka rekomendasi yang diberikan untuk meningkatkan minat bagi penonton dalam menayangkan konten video adalah dengan menyebarkan informasi tentang konten video pada media sosial whatsapp, twitter, facebook maupun platform yang lainnya. Dari hasil kajian juga menyatakan bahwa sumber *traffic* eksternal menyumbangkan hasil yang tertinggi dibandingkan dengan penelusuran pada youtube maupun fitur youtube yang lain (Gambar 5.2. Jenis dan Sumber Penayangan). Dengan meningkatnya durasi tayangan dari penonton maka informasi mengenai pertanian organik dapat diterima secara keseluruhan dan mampu memberikan manfaat yang lebih besar bagi penonton.

### **6.3 Rencana Tindak Lanjut (RTL)**

1. Melakukan pembentukan team atau kelompok dalam pengelolaan channel youtube, agar dapat berjalan dengan maksimal dalam membuat konten yang informatif seputar dunia pertanian.
2. Melakukan penyebaran atau sharing video di akun youtube secara konsisten.
3. Penyebaran konten video di youtube yang akan dilakukan kerjasama dengan penyuluh desa Junrejo untuk menyebarkan kepada petani desa Junrejo yang telah menjadi sasaran penelitian.

## **BAB VII PENUTUP**

### **7.1 KESIMPULAN**

4. Variabel motivasi pada penerapan pertanian organik di Desa Junrejo, diuji secara parsial memberikan pengaruh secara nyata atau berpengaruh signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo.
5. Variabel intensitas penyuluhan pada penerapan pertanian organik diuji secara parsial tidak memiliki pengaruh secara nyata atau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo.
6. Variabel peluang pasar pada penerapan pertanian organik diuji secara parsial memiliki pengaruh secara nyata atau berpengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik sayuran di Desa Junrejo.
7. Motivasi, Intensitas Penyuluhan, Peluang Pasar di uji secara bersama (simultan) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap penerapan pertanian organik di Desa Junrejo.
8. Rancangan penyuluhan dalam penerapan pertanian organik memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada sasaran mengenai pertanian khususnya pada pertanian organik melalui materi, media, dan metode yang ditentukan untuk mengetahui *feedback* yang diberikan oleh sasaran dengan melihat kecenderungan atau sentimen terhadap rancangan penyuluhan yang disampaikan melalui metode penyuluhan secara tidak langsung dengan memanfaatkan media youtube sebagai sarana dalam penyebaran informasi melalui video yang diunggah. Analisis SWOT menjadi strategi yang digunakan dalam menentukan rancangan penyuluhan dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ditemukan di Desa Junrejo sebagai acuan dalam menetapkan materi yang digunakan dan disusun

pada naskah konten video. Pelaksanaan evaluasi penyuluhan dilaksanakan setelah proses pengunggahan video ke akun youtube pada tanggal 18 juni 2020 hingga tanggal 24 juni 2020, hal ini dilakukan untuk melihat rentang grafik yang diperoleh dari penayangan, *subscribers*, *like/dislike*, dan komentar yang diberikan.

## **7.2 SARAN**

Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan bahwa intensitas penyuluhan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap penerapan pertanian organik, sumbayak (2006) bahwa meningkatnya frekuensi petani dalam mengikuti pelaksanaan penyuluhan dapat disebabkan dengan penyampaian materi yang menarik, mudah dipahami, materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan petani dan memiliki manfaat bagi petani, sehingga perlu adanya inovasi dalam penyampaian informasi kepada petani untuk lebih memudahkan dalam penerimaan informasi yang disampaikan. Petani dapat mengoptimalkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah terkait dengan insentif yang diberikan melalui program Batu Go Organik sehingga penerapan pertanian organik sayuran di desa Junrejo dapat berjalan dengan maksimal. Pada peneliti selanjutnya perlu dilakukan tindak lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi petani dalam penerapan pertanian organik sayuran di desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, Siswono, dkk. 2017. "Pengaruh Karakteristik Penyuluh, Kondisi Kerja, Motivasi Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian dan Pada Perilaku Petani Padi di Kabupaten Rembang". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Universitas Diponegoro
- Arifin, Zainal, dkk. 2015. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Petani dalam Meningkatkan Produksi Padi di Desa Bungaraya Kabupaten Siak". *Department of Agribusiness Faculty Of Agriculture*, University of Riau, Vol 2 No. 2
- Astuti, Ria Puji. 2017. "Motivasi Petani dalam Usaha Tani Padi Organik di Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul". Skripsi Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (BPPP). 2002. *Sistem Budidaya Pertanian Organik*
- Badan Penelitian Teknologi Pertanian. 2013. *Kandungan Nutrisi Pada Sayuran Organik*. [jateng.litbang.pertanian.go.id](http://jateng.litbang.pertanian.go.id)
- Badan Pusat Statistika. 2014. *Statistik Produksi Hortikultura Perkembangan Sayuran Tahun 2009-2014*. <http://www.hortikultura.pertanian.go.id>
- Badan Pusat Statistika. 2010. *Peningkatan produksi sayuran di Indonesia*. <http://www.hortikultura.pertanian.go.id>
- Basuki dan Prawoto. 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Brandt, Kirsten dan Jemes Peter Molgaard. 2001. *Organic Agriculture Does it Enhance or Reduce the Nutrition Value of Plant Foods*. *Journal of The Science of Food and Agriculture*
- Charina, Anne, dkk. 2018. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Petani dalam Menerapkan Standar Oprasional Prosedur (SOP) Sistem Pertanian Organik di Kabupaten bandung Barat (Factors Affecting in Applying Standard Operational Procedure f Organic Farming System in Bandung Barat Regency)*. *Jurnal Penyuluhan* Vol. 14 No. 1

- Charina, Anne. 2017. Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Agribisnis Sayuran Organik. *Jurnal Agricore*. Hal 10-17
- Fathurrahman, Akmal, dan Lucyana Trimo. 2018. Motivasi Petani Muda dalam Penerapan Teknik Budidaya Pada Sawah Secara Organik dengan Metode *System Of Rice Intensification* (Studi Kasus di Kelompok Tani Mekar Sari IV, Desa Ciapus, Kec. Banjaran, Kab. Bandung). *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian*
- Gaharadikara, dkk. 2018. Pengaruh Peluang Pasar, Inovasi Produk, Jaringan Pemasaran dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Ekspor Pengusaha Mebel di Surakarta. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Hermaya Rukka, A. W. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi Motivasi Petani dalam Pelaksanaan Kegiatan P2BN di Kecamatan Barru, Kabupaten Barru. *Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian (STPP) Gowa*, Vol. 9 No.1
- Imani, Fauzia, dkk. 2018. Penerapan Pertanian Organik di Kelompok Tani Mekar Tani Jaya Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*
- International Federation of Organic Agriculture Movement. 2015. Prinsip-prinsip Pertanian Organik. IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL
- Kompas.com. 2020. Pandemi Global WHO Covid-19
- Lintang, A. C; Masrukan; dan Wardani, S. 2017. PBL dan APM untuk Meningkatkan Kemampuan Pemecahan Masalah dan Sikap Percaya Diri. *Journal of Primary Education*. Vol 6 No 1, Hal 27-34
- Lumbanraja, Parlindungan. 2013. Pertanian Organik. Universitas HKBP Nommensen
- Nursiyono, J dan Nadaek, Pray. 2016. *Setetes Ilmu Regresi Linier*. Media Nusa Creative. Malang
- Ntshangase, Njabulo Lloyd, dkk. 2018. *Farmers' Perceptions and Factors Influencing the Adoption of No-Till Conservation Agriculture by Small-Scale Farmers in Zashuke, KwaZulu-Natal Province*. Afrika Selatan : University of Zululand

- Mardikanto, T dan S Sutarmi. 1997. *Petunjuk Penyuluhan Pertanian*. Surabaya: Usaha Nasional
- Maulina, dkk. 2015. Tingkat Kompetensi profesional penyuluh pertanian di Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar
- Mayrowani, Henny. 2012. Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia (*The Development of Organic Agriculture in Indonesia*). Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian
- Munandar. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Depok: Universitas Indonesia (UI Press)
- Pangestu, Clarissa. 2018. Kandungan Nutrisi dalam Buah dan Sayur. Majalah Lifestyle
- Pemerintah Indonesia. 2016. Peraturan Menteri Pertanian Nomor 47 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyusunan Program Penyuluhan Pertanian. Jakarta: Sekretariat Negara
- Riduwan. 2014. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Robbins, Stephen P, dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*, PT. Salemba Empat, Jakarta
- Sa'adah, Kholifatuz, dkk. 2015. Tingkat Penerapan Pertanian Organik dan Pola Perilaku Komunitas Pertanian Sayur Organik di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember
- Sada Kiata. 2012. *Kajian Tentang Pertanian Organik*
- Standar Nasional Indonesia 2010. Sistem Pertanian Organik SNI 01-6729-201. Badan Standarisasi Nasional
- Susanto, R. 2002. Penerapan Pertanian Organik Menuju Pertanian Alternatif dan Berkelanjutan. Yogyakarta: Kanisius
- Susanto, R. 2002. Penerapan Pertanian Organik Pemasarakatan dan Pengembangannya. Yogyakarta: Kanisius

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Undang-Undang Nomor 16. 2006. Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan (UU SP3K)

Wahyudi, Elsy. 2017. Pengaruh Persepsi, Pola Pikir, dan Sikap Terhadap Pengambilan Keputusan dalam Pengembangan Agensi Hayati. *Jurnal Manajemen Agribisnis*

Walgito, Bimo. 2002. Pengantar Psikologi Umum. Malang: Andi Offset

Walewangko, Juwita. 2015. Strategi Pengembangan Pertanian Organik Sayuran di Kelurahan Kaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi, Vol 6 No. 2

Widiastuti. 2004. Prospek Pengembangan Usaha Sayur Organik. *Jurnal Manajemen Agribisnis*

Wirga, Evans. 2016. Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*

Yani Subaktilah,dkk. 2018. Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### Lampiran 1. Unsur-unsur Pembeda Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Faktor Pembeda
Akmal Fathurrahman dan Lucyana Trimo (2018) “ Motivasi Petani Muda dalam Penerapan Teknik Budidaya Padi Sawah Secara Organik dengan Metode <i>System Of Rice Intensification</i> di Desa Ciapus Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung”	Kualitatif dengan ditunjang data Kuantitatif ( <i>Mix Method</i> )	Variabel X: - Faktor internal: umur petani, pendidikan, akses informasi. - Faktor eksternal: ketersediaan sarana dan prasarana produksi, karakteristik inovasi teknologi budidaya padi sawah. Variabel Y: - Motivasi Pemuda Tani	Tingkat motivasi dari petani muda dalam menerapkan teknik budidaya padi sawah organik tergolong tinggi.	Sasaran dari Penelitian yang dilakukan Oleh Akmal Fathurrahman dan Lucyana Trimo adalah Pemuda Tani, sasaran penelitian ini adalah kelompok petani. Lokasi Penelitian Terdahulu di Provinsi Jawa Barat sedangkan Penelitian ini di Desa Junrejo, Kota Batu, Provinsi Jawa Timur, Metode Penelitian berbeda dengan Penelitian ini
Gaharadikara Khalifah Maksum (2018) “Pengaruh Peluang Pasar, Inovasi Produk, Jaringan Pemasaran dan keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Ekspor Pengusaha Mebel di Sukrakarta”	Kuantitatif	Variabel X: - Pelang Pasar - Inovasi Produk - Jaringan Pemasaran - Keunggulan Bersaing Variabel Y: - Kinerja Pemasaran	- Uji yang dilakukan secara parsial dari masing-masing variabel x penelitian memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran - Uji simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran	Variabel Y dari Penelitian Terdahulu adalah kinerja pemasaran, berbeda dengan variabel penelitian ini, sedangkan untuk variabel x memiliki kesamaan pada variabel peluang pasar yang digunakan untuk penelitian ini
Fauzia Imani, dkk (2018) “Penerapan Sistem Pertanian Organik di Kelompok Tani Mekar Tani Jaya Desa Cibodas, Kabupaten Bandung Barat	Deskriptif Kualitatif	Variabel X - Aspek Manusia - Cara kerja - Bahan baku - Lingkungan Variabel Y: - Penerapan Pertanian Organik	Presentase kesesuaian sistem pertanian organik yang diterapkan Kelompok tani ini dengan SNI 6729 : 2016 tentang sistem pertanian organik dapat diterapkan	Cakupan sasaran penelitian ini dalam lingkup satu kelompok tani, berbeda dengan penelitian ini yang memiliki cakupan sasaran dalam satu desa

Arifianto, dkk (2017) "Pengaruh Karakteristik Penyuluh, Kondisi Kerja, Motivasi, Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian dan pada Perilaku Petani Padi di Kabupaten Rembang	Kuantitatif Analitik	Variabel X: - Karakteristik Penyuluh - Kondisi Kerja - Motivasi Variabel Y: - Kinerja Penyuluh Pertanian - Perilaku Petani Padi di Kabupaten Rembang	karakteristik Penyuluh, Kondisi Kerja, Motivasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja penyuluh pertanian, dan kinerja penyuluh pertanian berpengaruh terhadap perilaku petani di Kabupaten Rembang.	Variabel x pada penelitian terdahulu terdapat 3 aspek yang diteliti salah satunya adalah motivasi, yang memiliki kesamaan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui pengaruh motivasi, dan terdapat 2 variabel Y, dan berbeda dengan variabel Y penelitian ini.
Ria Puji Astuti (2017) "Motivasi Petani dalam Usaha Tani Padi Organik di Kecamatan Pandak Kabupaten Bantul"	Deskriptif Kuantitatif	Variabel X: - Faktor Internal: Umur, Pendidikan, Pengalaman berusaha Tani, Luas lahan, Modal - Faktor Eksternal: Intensitas Penyuluhan, Peluang Pasar, Manfaat, Harga, Produksi. Variabel Y: - Motivasi Petani (Usaha Padi Organik	Tingkat motivasi yang dimiliki oleh petani di Kecamatan Pandak, Kabupaten Bantul tergolong rendah.	Pada penelitian terdahulu meneliti tentang motivasi petani pada usaha padi organik, sedangkan pada penelitian ini tentang motivasi, intensitas penyuluhan, dan peluang pasar yang mempengaruhi penerapan sayur organik.
Wirga, (2016) "Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik	Alur Proses Sistem	Variabel X - Analisis Konten  Variabel Y - Media Sosial Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik	Penelitian ini berhasil mengembangkan suatu model popularitas pada sosial media video youtube dengan rumus channel popular dan video popular, serta sentimen yang diberikan	Wirga, (2016) "Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik

## Lampiran 2. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Aspek yang diukur	Item	
<b>Motivasi (X1)</b>	Kebutuhan akan Keberadaan ( <i>existence</i> )	1. Motivasi dalam memenuhi kebutuhan pangan keluarga	1-2	
		2. Motivasi dalam memenuhi kebutuhan sandang dan papan keluarga	3-4	
		3. Motivasi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anak	5-7	
		4. Motivasi untuk memenuhi kebutuhan di masa depan	9-10	
	Kebutuhan akan keterkaitan ( <i>relateness</i> )	1. Motivasi untuk menjalin hubungan dengan orang lain selain petani	11-12	
		2. Motivasi ingin menjalin hubungan baik dengan petani lain	13-14	
		3. Motivasi untuk bekerjasama dengan petani lain	15-17	
		4. Motivasi dalam berbagi pengalaman dengan petani lain	18-19	
		5. Motivasi dalam menjalin kemitraan dengan perusahaan	20	
		6. Motivasi dalam memperluas jejaring pemasaran	21-22	
	Kebutuhan pertumbuhan ( <i>growth</i> )	5. Motivasi untuk membeli barang-barang tersier bagi keluarga	23-24	
		2. Motivasi dalam meningkatkan pengetahuan budidaya organik sayuran	25	
		3. Motivasi dalam menggunakan peralatan modern untuk menunjang usahatani	26	
		4. Motivasi untuk dihargai dan dihormati oleh orang lain	27	
		5. Motivasi untuk memiliki usaha pertanian sayur organik	28-29	
		6. Motivasi untuk Pengembangan Usaha dan Kesehatan	30-31	
	<b>Intensitas penyuluhan (X2)</b>	Perencanaan Penyuluhan	1. Seberapa sering dilakukannya penyuluhan	32
		Pelaksanaan Penyuluhan	2. Kebijakan yang terintegrasi dengan program pembangunan pertanian	33
<b>Peluang Pasar (X3)</b>	Permintaan Konsumen	1. Tren gaya hidup sehat	34-35	
	Keuntungan	2. Nilai tambah dari usaha budidaya sayur organik	36	
	Proses Produksi	1. Persiapan lahan	37-38	

<b>Penerapan Pertanian Organik (Sayuran) (Y)</b>		2. Pemberian pupuk organik	39
		3. Penyulaman	40-41
		4. Penyiangan	42
		5. Pemberian pestisida nabati	43-44
		1. Umur, kondisi fisik, dan alat yang digunakan pemanenan	45-46
Panen dan Pasca panen		7. Pembersihan hasil panen	47
		8. Sortasi	48
		9. Pengemasan produk	49-50
		10. Penimbangan produk	51
		11. Pemberian label pada produk	52

**Lampiran 3. Hasil Validitas Instrumen Penelitian dengan SPSS versi 20**

No. Soal	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
1.	,828	0,235	Valid
2.	,802	0,235	Valid
3.	,787	0,235	Valid
4.	,869	0,235	Valid
5.	,732	0,235	Valid
6.	,749	0,235	Valid
7.	,613	0,235	Valid
8.	,693	0,235	Valid
9.	,607	0,235	Valid
10.	,779	0,235	Valid
11.	,702	0,235	Valid
12.	,649	0,235	Valid
13.	,780	0,235	Valid
14.	,644	0,235	Valid
15.	,796	0,235	Valid
16.	,764	0,235	Valid
17.	,831	0,235	Valid
18.	,809	0,235	Valid
19.	,710	0,235	Valid
20.	,853	0,235	Valid
21.	,542	0,235	Valid
22.	,854	0,235	Valid
23.	,590	0,235	Valid
24.	,705	0,235	Valid
25.	,768	0,235	Valid
26.	,847	0,235	Valid
27.	,730	0,235	Valid
28.	,701	0,235	Valid
29.	,466	0,235	Valid
30.	,656	0,235	Valid
31.	,582	0,235	Valid
32.	,844	0,235	Valid
33.	,878	0,235	Valid
34.	,753	0,235	Valid
35.	,675	0,235	Valid
36.	,661	0,235	Valid

37.	,720	0,235	Valid
38.	,664	0,235	Valid
39.	,638	0,235	Valid
40.	,536	0,235	Valid
41.	,656	0,235	Valid
42.	,737	0,235	Valid
43.	,718	0,235	Valid
44.	,666	0,235	Valid
45.	,755	0,235	Valid
46.	,778	0,235	Valid
47.	,732	0,235	Valid
48.	,638	0,235	Valid
49.	,701	0,235	Valid
50.	,716	0,235	Valid
51.	,787	0,235	Valid
52.	,747	0,235	Valid

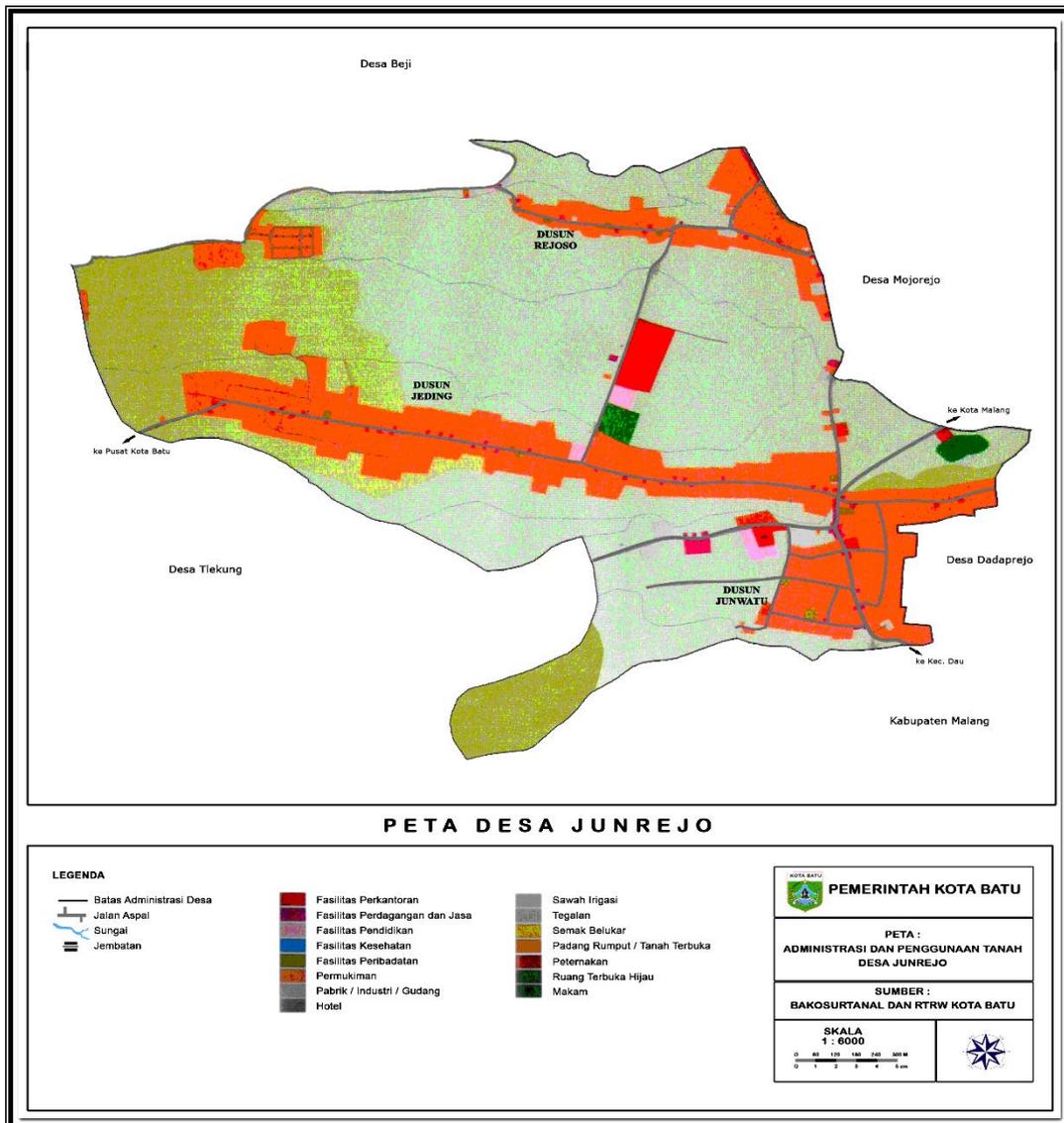
#### Lampiran 4. Matriks Strategi SWOT Penerapan Pertanian Organik Sayuran

<p style="text-align: center;"><b>SW</b> <b>(FAKTOR</b> <b>INTERNAL)</b></p> <p style="text-align: center;"><b>OT</b> <b>(FAKTOR</b> <b>EKSTERNA</b></p>	<b>STRENGTHS</b>	<b>WEAKNESS</b>
		<p>a. Status kepemilikan lahan sawah adalah milik pribadi.</p> <p>b. Sumber air yang memadai.</p> <p>c. Kebijakan pemerintah dalam mewujudkan Batu Go Organik</p> <p>d. Binaan dan Pendampingan dari PPL maupun Dinas Pertanian</p> <p>e. Bantuan sarana dan prasarana dari Pemkot</p> <p>f. Ramah lingkungan</p> <p>g. Aktifnya Kelompok Tani</p> <p>h. Produk yang berkualitas dan sehat, aman untuk dikonsumsi</p>
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>S – O</b>	<b>W – O</b>
<p>a. Letak geografis yang cocok untuk budidaya tanaman sayuran secara organik</p> <p>b. Adanya Program pemerintah mengenai pertanian organik (khususnya komoditas sayuran untuk Desa Junrejo) yang memungkinkan berkembangnya pertanian organik</p> <p>c. Bantuan teknologi dari pemerintah, seperti saprodi maupun teknologi pertanian organik</p> <p>d. Harga sayur organik yang tinggi</p> <p>e. Tren gaya hidup sehat dimasyarakat</p>	<p>a. Sosialisasi penerapan pertanian organik melalui penyuluhan</p> <p>b. Mengoptimalkan keberadaan kelompok tani dalam meningkatkan intensitas penyuluhan pertanian organik</p> <p>c. Menciptakan pertanian berkelanjutan (organik) yang didukung dengan tren gaya hidup sehat dimasyarakat dengan mengkonsumsi produk organik menjadi peluang besar bagi petani</p> <p>d. Meningkatkan pemahaman petani mengenai keuntungan dalam menerapkan pertanian organik jangka panjang</p>	<p>a. Memanfaatkan program dan bantuan dari pemerintah dalam proses pra penerapan pertanian organik (konversi, sertifikasi, dll)</p> <p>b. Meminimalisir tingkat serangan hama dan penyakit dengan cara mencari informasi saat kegiatan dan monitoring dari pemerintah maupun fasilitator organik</p> <p>c. Meningkatkan hasil produksi dengan memanfaatkan teknologi dalam menerapkan pertanian organik</p>
<b>THREATS</b>	<b>S – T</b>	<b>W – T</b>
<p>a. Ketergantungan petani terhadap saprodi kimia</p> <p>b. Harga sayur non organik atau konvensional yang lebih murah</p> <p>c. Kemudahan konsumen dalam mendapatkan barang substitusi</p> <p>d. Bencana alam</p> <p>e. Dampak perubahan iklim</p> <p>f. Tingkat persaingan tinggi</p>	<p>a. Mengoptimalkan pendampingan kepada petani untuk memberikan informasi tentang pentingnya menjaga stabilitas kondisi alam dengan menerapkan pertanian organik</p> <p>b. Meningkatkan kerjasama antar petani maupun kelompok dalam melakukan variasi penjualan sayur</p>	<p>a. Meningkatkan kualitas dan produksi sayuran organik sehingga dapat bersaing dengan harga sayuran non organik yang lebih murah</p> <p>b. Meminimalkan penggunaan pestisida kimia sehingga mampu memperpendek waktu konversi lahan</p> <p>c. Memberikan pelatihan pertanian organik yang mudah</p>

dengan usahatani lainnya	organik	dipahami dan diterima oleh petani sehingga pandangan petani bahwa menerapkan pertanian organik mudah untuk dilakukan
--------------------------	---------	--

*Sumber: Data Primer diolah (2020)*

## Lampiran 5. Peta Desa Junrejo



Sumber: Potensi Desa Junrejo 2019

## DOKUMENTASI



Koordinasi dengan Penyuluh Desa Junrejo



Penyebaran Kuisisioner ke Kelompok Tani  
Desa Junrejo



Penyebaran Kuisisioner ke Kelompok Tani  
Desa Junrejo



Penyebaran Kuisisioner ke Kelompok Tani  
Desa Junrejo



Penyebaran Kuisisioner ke Kelompok Tani  
Desa Junrejo