

**ADOPSI INOVASI INTERNET PADA PEMASARAN PADI DI DESA IKER-IKER
KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh :

HILDA BAGASTIAN NOVERI
NPM : 17024010110

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2022**

**ADOPSI INOVASI INTERNET PADA PEMASARAN PADI DI DESA IKER-IKER
KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh :

HILDA BAGASTIAN NOVERI
NPM : 17024010110

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2022**

**ADOPSI INOVASI INTERNET PADA PEMASARAN PADI DI DESA IKER-IKER
KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK**

Oleh :

HILDA BAGASTIAN NOVERI

NPM : 17024010110

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 6 April 2022**


Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2 001

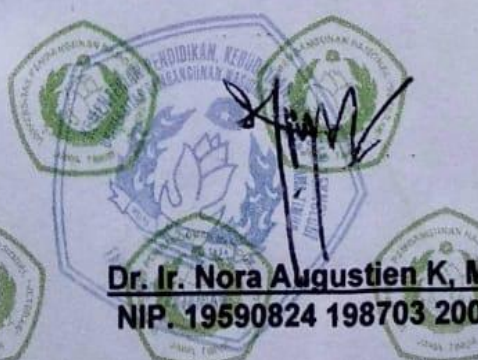



Dr. Ir. Mubarakah, MTP
NIP. 19621114 198803 2 001

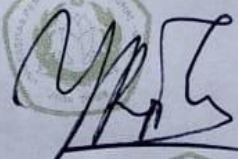
Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian

**PLT. Koordinator
Program Studi Agribisnis**



Dr. Ir. Nora Augustien K, MP
NIP. 19590824 198703 2001



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2 001

**ADOPSI INOVASI INTERNET PADA PEMASARAN PADI DI DESA IKER-IKER
KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK**

Oleh :

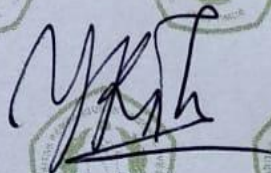
HILDA BAGASTIAN NOVERI
NPM : 17024010110

Telah direvisi pada tanggal
19 April 2022

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2 001

Dr. Ir. Mubarakah, MTP
NIP. 19621114 198803 2 001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan
Pendidiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul :

ADOPSI INOVASI INTERNET PADA PEMASARAN PADI DI DESA IKER-IKER
KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya
sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan
yang berlaku

Surabaya, 6 April 2022

Yang Membuat Pernyataan



Hilda Bagastian Noveri
NPM 17024010110

ADOPSI INOVASI INTERNET PADA PEMASARAN PADI DI DESA IKER-IKER KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK

Hilda Bagastian Noveri, Mubarakah^{*)}, Nuriah Yulianti

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Co-author e-mail : mubarakah@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan teknologi internet dalam sektor pertanian dapat memberikan alternatif pilihan bagi para petani khususnya pada sektor pemasaran, petani dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen serta kemudahan dalam mencari informasi tentang pasar yang mereka butuhkan untuk mendukung keberlanjutan pertanian komersial dan berkontribusi pada pencapaian ketahanan pangan yang tinggi. Namun pada kenyataannya tingkat penggunaan internet oleh petani masih sangat rendah menurut BPS jumlah petani Kabupaten Gresik yang telah menggunakan internet kurang dari 15%. Tujuan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan persepsi petani padi Desa Iker-Iker terhadap penggunaan internet sebagai sarana pemasaran produksinya (2) Menganalisis tingkat adopsi inovasi dalam penggunaan internet pada proses pemasaran hasil produksi padi di Desa Iker-Iker. Penelitian ini melibatkan 58 sample dari keseluruhan populasi petani data di analisis dengan metode deskriptif kualitatif menggunakan alat ukur skala likert untuk melihat persepsi petani terhadap internet sebagai saluran pemasaran padi dengan menggunakan beberapa indikator dan melihat tingkat adopsi yang dilakukan oleh petani padi Desa Iker-Iker Geger dengan metode tingkat adopsi teknologi dengan beberapa jenis aplikasi yang telah di berikan. Penilaian terhadap fungsi internet sebagai saluran pemasaran mayoritas mendapatkan kategori yang kurang baik dimana mayoritas petani masih belum menggunakan internet sebagai saluran pemasaran melainkan hanya sebagai media hiburan, untuk tingkat adopsi sendiri hanya 10 orang petani atau 17,3% saja yang menggunakan Internet sedangkan yang tidak menggunakan internet sebagai saluran pemasaran sebanyak 48 orang atau sekitar 82,7% dari jumlah sampel, untuk jumlah aplikasi yang paling banyak di adopsi adalah Whatsapp namun sebagai media komunikasi dengan keluarga.

Kata Kunci: Adopsi, Inovasi, Internet, Pemasaran, Padi

ADOPTION OF INTERNET INNOVATION IN RICE MARKETING IN IKER-IKER VILLAGE, CERME DISTRICT, GRESIK REGENCY

Hilda Bagastian Noveri, Mubarakah^{*)}, Nuriah Yuliaty

Faculty of Agriculture, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Co-author e-mail : mubarakah@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

The use of internet technology in the agricultural sector can provide alternative choices for farmers, especially in the marketing sector, farmers can directly communicate with consumers and find it easy to find information about the markets they encourage to support commercial industries and interact in controlling food security. But in fact the level of internet use by farmers is still very low, according to BPS, the number of farmers in Gresik Regency who have used the internet is less than 15%. The objectives of this study are (1) to describe the perception of rice farmers in Iker-Iker Village on the use of the internet as a means of marketing their production (2) to analyze the level of adoption of innovation in the use of the internet in the marketing process of rice production in Iker-Iker Village. This study involved 58 samples from the total farmer population which was analyzed using a qualitative descriptive method using a Likert scale measuring instrument to see farmers' perceptions of the internet as a rice marketing channel using various indicators and seeing the level of adoption carried out by rice farmers in Iker-Iker Geger Village using the Iker-Iker Geger method. the level of technology adoption with several types of applications that have been given. Assessment of the function of the internet as the main marketing channel gets a poor category where most of the owners still do not use the internet as a marketing channel but only as an entertainment medium, for the adoption rate alone only 10 people or 17.3% use the internet while those who do not use the internet. 48 people use the internet as a marketing channel or about 82.7% of the total sample, for the number of applications the most widely adopted is Whatsapp but as a medium of communication with families.

Keywords: *Adoption, Innovation, Internet, Marketing, Rice*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah Subhanau Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga laporan penelitian ini dapat diselesaikan, penelitian dilakukan di Desa Iker-iker Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik dengan judul "Adopsi Inovasi Internet Pada Pemasaran Padi Di Desa Iker-Iker Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik".

Kegiatan dan laporan penelitian ini merupakan salah satu syarat yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa semester akhir pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur guna memperoleh gelar sarjana.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi khususnya kepada Dr. Ir. Mubarokah, MTP selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi selama pra-pelaksanaan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. dalam penyelesaian kegiatan penelitian hingga penulisan laporan penelitian, serta pihak lain yang ikut memberikan bantuan dan dukungan :

1. Dr. Ir. Nora Augustien, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, nasehat dan doa dalam proses penulisan tugas akhir ini

4. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan tugas akhir maupun dalam proses penyusunannya.

Surabaya, 19 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terhadulu	6
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pertanian Di Era Modern	10
2.2.2 Petani Sebagai Pelaku Usahatani	12
2.2.3 Proses Adopsi dan Manfaat Teknologi Pertanian	17
2.2.4 Tantangan Teknologi Informasi Aplikasi Pertanian di Indonesia ...	21
2.2.5 Pemasaran Produk Pertanian	23
2.2.6 Pemasaran Secara <i>Offline</i> Produk Pertanian	24
2.2.7 Pemasaran Secara <i>Online</i> Produk Pertanian	26
2.2.8 Perkembangan <i>E-commerce</i> Pada Sektor Pertanian	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29

III.	METODE PENELITIAN	31
3.1	Lokasi dan Subjek Penelitian	31
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	31
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4	Definisi Operasional	34
3.5	Analisis Data	35
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Karakteristik Desa Iker-Iker Geger	40
4.1.1	Karakteristik Petani Desa Iker-Iker Geger.....	40
4.2	Persepsi Petani Padi terhadap Internet sebagai Fasilitas Pemasaran..	49
4.2.1	Internet sebagai Sarana Informasi Pemasaran.....	50
4.2.2	Internet sebagai Alat Pencari Pasar.....	51
4.2.3	Internet untuk Memasarkan Produk.....	52
4.2.4	Internet Melihat Peluang Pasar.....	53
4.2.5	Internet Sarana Pengenalan Produk.....	54
4.2.6	Sarana Berinteraksi Sosial	55
4.2.7	Efektif dan Efisien untuk Sarana Pemasaran.....	56
4.2.8	Biaya yang Tidak Terlalu Mahal.....	57
4.3	Persepsi Petani Padi Terhadap Internet sebagai Motivasi Pemasaran.	58
4.3.1	Peran Internet dalam Mendorong Pemasaran Produk	58
4.3.2	Internet Mempercepat Proses Pemasaran.....	59
4.3.3	Internet Dapat Memberikan Harga yang Lebih Baik.....	60
4.3.4	Internet Dapat Mempermudah Akses Pasar	61
4.3.5	Penggunaan Internet Tidak Terikat Usia.....	62
4.3.6	Internet Sempel dan Praktis pada Proses Pengoperasiannya.....	63

4.3.7	Internet Sangat Fleksibel dan Dapat dioperasikan Melalui <i>Smartphone</i>	64
4.4	Persepsi Petani Padi terhadap Internet sebagai Media Hiburan.....	64
4.4.1	Internet Menjadi Sarana Hiburan (Video, Musik, Games)	65
4.4.2	Sarana Bersosialisasi Dengan Keluarga.....	66
4.4.3	Sarana Bersosialisasi Dengan Sesama Petani.....	67
4.4.4	Sumber Berita dan Informasi Non Pertanian.....	68
4.5	Tingkat Adopsi Jenis Aplikasi Internet Pada Proses Pemasaran Oleh Petani.....	68
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA.....	81
	LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Jumlah Pemakaian Internet pada Petani Gresik	3
2.	Penelitian Terdahulu.....	6
3.	Definisi Operasional Variabel.....	34
4.	Nilai Intervall Skala Likert.....	35
5.	Variabel dan Indikator Penilaian	36
6.	Karakteristik Petani Padi Desa Iker-Iker Geger	41
7.	Penggunaan Internet sebagai Fasilitas Pemasaran	50
8.	Internet Sebagai Motivasi Petani	58
9.	Internet Sebagai Sarana Hiburan.....	65

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Bagan Kerangka Pemikiran	30
2.	Kepemilikan Smartphone berdasarkan Gender	44
3.	Kepemilikan Smartphone Berdasarkan Usia.....	45
4.	Kepemilikan Smartphone Berdasarkan Pendidikan	47
5.	Kepemilikan Smartphone Berdasarkan Pendapatan.....	48
6.	Tingkat Adopsi Internet Sebagai Saluran Pemasaran.....	69
7.	Tingkat Adopsi Aplikasi Pemasaran.....	70
8.	Tahapan Proses Adopsi Inovasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	85
2.	Input Data.....	88
3.	Hasil Uji Validitas.....	89
4.	Hasil Uji Reliabilitas.....	89
5.	Dokumentasi Penelitian.....	90