

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tanaman Krisan (*Chrysanthemum sp*)

Tanaman krisan (*Chrysanthemum sp*) merupakan hortikultura kelompok tanaman hias. Tanaman krisan merupakan tanaman berbunga yang berasal dari keluarga kenikir-kenikiran yang hidup di dataran tinggi pada iklim tropis atau subtropis (Astuti *et al.*, 2021). Tanaman krisan merupakan tanaman perdu dengan percabangan yang rendah. Ciri-ciri morfologi tanaman krisan di antaranya yaitu tinggi tanaman antara 50-100 cm, batang tegak dengan sedikit percabangan dan berwarna hijau, berdaun tunggal dengan bentuk lonjong dan tepi berlekuk yang terletak berselang-seling pada batang atau cabang, dan berbunga majemuk yang tumbuh di ketiak daun atau ujung batang (Jumanta, 2019).

Menurut Qullana (2022) klasifikasi bunga krisan adalah sebagai berikut:

Kingdom : *Plantae*

Divisi : *Spermatophyta*

Subdivisi : *Angiospermae*

Kelas : *Asteridae*

Ordo : *Asterales*

Famili : *Asteraceae*

Genus : *Chrysanthemum*

Budidaya tanaman krisan di Indonesia pada umumnya dilakukan di daerah dataran tinggi dengan ketinggian antara 700 hingga 1.200 mdpl. Suhu ideal yang

diperlukan tanaman krisan untuk proses pertumbuhan dan perkembangan yaitu berkisar 17-30°C (Soleman dan Polii, 2020). Budidaya tanaman krisan pada umumnya memerlukan kelembaban udara yang tinggi. Kelembaban udara yang diperlukan tanaman krisan pada fase pertumbuhan awal yaitu antara 90–95% sedangkan kelembaban yang diperlukan pada fase tanaman muda hingga dewasa yaitu antara 70–80% (Wajong dan Pioh, 2020).

Tanaman krisan mempunyai prospek yang baik di sektor agribisnis karena mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Harga jual krisan potong bervariasi tetapi umumnya berkisar antara Rp3.000–Rp4.000 per tangkai (Saamad *et al.*, 2024). Tanaman krisan dapat menjadi sumber pendapatan yang menjanjikan. Menurut pendapat dari Watung *et al.* dalam Saamad *et al.* (2024) usahatani tanaman krisan memberikan pendapatan relatif tinggi dibandingkan usahatani tanaman lainnya karena harga jualnya tinggi. Selain itu, pendapatan usahatani krisan memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan total rumah tangga petani. Kontribusi usahatani krisan terhadap pendapatan total rumah tangga petani yaitu sebesar 59,34% (Maghfira *et al.*, 2017).

2.2. Petani

Petani adalah sumberdaya manusia yang berperan sebagai pelaku kegiatan usahatani. Petani merupakan komponen usahatani yang berperan sebagai pelaku utama dan menjadi penentu keberhasilan usahatani (As'ari dan Sadeli, 2024). Selain berperan sebagai pelaku utama, petani berperan sebagai manajer dalam menjalankan usahatannya. Petani sebagai manajer berperan dalam pengambilan

keputusan mengenai segala tentang usahataniya termasuk dalam pengelolaan sumberdaya dan penggunaan teknologi (Rahmawati dan Triyono, 2017).

Setiap petani mempunyai karakteristik. Karakteristik petani merupakan ciri-ciri yang dimiliki oleh petani yang ditunjukkan melalui pola pikir, sikap, dan tindakan terhadap lingkungannya (Arita *et al.*, 2022). Setiap petani mempunyai karakteristik demografi, sosial ekonomi, serta budaya. Karakter demografi petani yaitu mencakup umur, pendidikan, dan tanggungan keluarga sedangkan karakter sosial ekonomi dan budaya petani yaitu mencakup luas lahan, pendapatan, dan kelembagaan petani (Arita *et al.*, 2022). Karakteristik petani berhubungan dengan keberhasilan usahatani. Karakteristik masing-masing petani berkaitan dengan keterampilan kerja petani dalam mengelola usahatani sehingga memengaruhi keberhasilan usahatani (Sihombing dan Hutahaean, 2019).

Umur merupakan salah satu karakter demografi petani yang menunjukkan lama hidup sejak lahir yang dinyatakan dalam ukuran tahun. Umur berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan petani karena berkaitan dengan kedewasaan, pengalaman, dan kemampuan berpikir petani (Gusti *et al.*, 2021). Umur petani dikategorikan ke dalam dua kategori usia yaitu usia produktif dan non produktif. Menurut Manyamsari dan Mujiburrahmad dalam Gusti *et al.* (2021) petani usia produktif adalah petani yang berumur 15–64 tahun karena memiliki kemampuan lebih baik dan maksimal dalam bekerja.

Pendidikan merupakan tingkat pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh para petani yang mencakup pendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Tingkat pendidikan formal yang umumnya ditempuh yaitu Sekolah Dasar (SD), Sekolah

Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), hingga perguruan tinggi seperti diploma atau sarjana (Gusti *et al.*, 2021). Pendidikan mempunyai peran penting dalam membentuk perilaku, pola pikir, dan pengambilan keputusan dalam usahatani. Perbedaan pendidikan petani memengaruhi penerimaan terhadap informasi dan inovasi. Petani yang mempunyai pendidikan lebih tinggi umumnya lebih terbuka terhadap informasi dan inovasi baru (Azizah dan Sugiarti, 2020).

Pengalaman berusahatani adalah ukuran lamanya petani dalam mengelola usahatannya dinyatakan dalam satuan tahun. Petani yang memiliki pengalaman bertani dalam jangka waktu panjang pada umumnya memiliki tingkat pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang usahatannya (Gusti *et al.*, 2021). Pengalaman berusahatani memungkinkan petani untuk lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan dari sisi teknis maupun lingkungan sehingga dapat mengatasi tantangan dan menjaga keberlanjutan usahatannya. Pengalaman berusahatani yang cukup lama cenderung meningkatkan kemampuan petani dalam memahami dan menerapkan inovasi dalam kegiatan usahatani (Setiyowati *et al.*, 2022).

2.3. Minat

Minat merupakan keinginan dalam diri seseorang terhadap suatu objek, pekerjaan, benda, maupun persoalan terkait dirinya. Minat dapat diartikan sebagai sebuah bentuk perasaan suka atau ketertarikan individu terhadap suatu aktivitas atau objek (Maulana *et al.*, 2021). Minat merupakan bagian aspek psikologis yang berperan penting dalam kehidupan individu karena memengaruhi kecenderungan

individu untuk menentukan sesuatu dalam hidupnya. Minat adalah suatu aspek yang menghubungkan antara individu dengan suatu hal (Muhammad *et al.*, 2016).

Minat dalam konteks pertanian adalah tingkat perhatian dan keinginan petani untuk mengadopsi suatu teknologi, inovasi, atau informasi yang dapat meningkatkan hasil atau efisiensi usahatannya. Faktor-faktor yang memengaruhi minat petani sangat beragam. Menurut Syah dalam Effendy *et al.* (2020) faktor yang memengaruhi minat berasal dari internal dan eksternal. Minat dipengaruhi lingkungan sosial. Menurut Hamalik dalam Maulana *et al.* (2021) bahwa faktor yang memengaruhi minat dapat berasal dari lingkungan sosial seperti keluarga, kelompok bermain, dan sekolah.

2.4. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model teoritis yang dikembangkan Venkatesh *et al.* (2003) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi. UTAUT merupakan hasil pengembangan teori-teori yang sudah ada antara lain yaitu *Theory Of Planned Behavior (TPB)* dan *Theory Of Reasoned Action (TRA)* yaitu mengenai dasar perilaku individu dan *Theory of Acceptance Model (TAM)* yaitu mengenai adopsi teknologi (Marciano *et al.*, 2022). UTAUT merupakan teori terkini digunakan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan teknologi. Menurut Venkatesh *et al.* dalam En dan Siew (2022) teori UTAUT terbukti dapat menjelaskan hingga 70% dibanding teori penerimaan teknologi lainnya.

Teori UTAUT menjelaskan terdapat faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Teori UTAUT terdiri dari empat variabel yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*behavioral use*) yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan upaya (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), serta kondisi pendukung (*facilitating conditions*) (En dan Siew, 2022). Teori UTAUT mempunyai variabel yang relevan dalam menganalisis penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dalam berbagai bidang. Model UTAUT telah diterapkan dalam bidang pertanian untuk menganalisis minat petani terhadap *platform* digital (Cimino *et al.*, 2024).

2.4.1. Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

Harapan kinerja (*performance expectancy*) merupakan salah satu variabel utama teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) mengenai tingkat keyakinan individu terhadap manfaat teknologi baru. Menurut pendapat dari Venkatesh *et al.* dalam Larasati *et al.* (2024) harapan kinerja (*performance expectancy*) adalah ukuran sejauh mana penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Harapan kinerja (*performance expectancy*) merupakan variabel dalam teori UTAUT yang berpengaruh signifikan terhadap minat terhadap suatu teknologi. Semakin besar manfaat atau keuntungan teknologi yang akan dirasakan petani, maka semakin kuat minat untuk menggunakan teknologi tersebut (Sihombing *et al.*, 2024).

2.4.2. Harapan Upaya (*Effort Expectancy*)

Harapan upaya (*effort expectancy*) merupakan salah satu variabel utama teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) mengenai ekspektasi individu terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi. Menurut pendapat dari Venkatesh *et al.* dalam Sihombing *et al.* (2024) harapan upaya merupakan tingkat usaha atau kemudahan untuk menggunakan teknologi. Harapan upaya (*effort expectancy*) dalam konteks pertanian yaitu persepsi petani terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi pertanian. Kemudahan dan efektivitas teknologi memperbesar harapan upaya (*effort expectancy*). Semakin besar tingkat harapan upaya (*effort expectancy*) maka akan semakin besar minat petani untuk menggunakan teknologi dalam kegiatan pertaniannya (Sihombing *et al.*, 2024).

2.4.3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan salah satu variabel utama teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) mengenai lingkungan sosial yang mendorong penggunaan teknologi. Menurut pendapat dari Venkatesh *et al.* dalam Sihombing *et al.* (2024) pengaruh sosial (*social influence*) merupakan sejauh mana individu merasa lingkungan sosialnya meliputi keluarga, teman, atau kelompok mendukung penggunaan suatu teknologi. Pengaruh sosial (*social influence*) dalam konteks pertanian merupakan pengaruh sosial dari petani, penyuluh, maupun kelompok tani yang mendorong minat untuk menggunakan teknologi. Pengaruh sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat petani

dalam penggunaan teknologi (En dan Siew, 2022). Namun, terdapat pula temuan bahwa pengaruh sosial tidak memengaruhi minat petani. Dorongan lingkungan sosial baik dari sesama petani atau orang lain tidak menyebabkan petani semakin berminat untuk menggunakan teknologi (Sihombing *et al.*, 2024).

2.4.4. Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) merupakan merupakan salah variabel teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) mengenai sumber daya pendukung untuk menggunakan suatu teknologi. Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) yaitu ketersediaan sumberdaya dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi (Larasati *et al.*, 2024). Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dalam konteks bidang pertanian merupakan ketersediaan sarana dan dukungan yang dapat meningkatkan akses petani terhadap teknologi. Semakin tinggi akses petani terhadap sumberdaya, pengetahuan, dan fasilitas yang dapat mendukung penggunaan teknologi maka semakin besar minat untuk menggunakan suatu teknologi (Sihombing *et al.*, 2024).

2.5. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu rangkaian proses penyampaian barang atau jasa dari produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen. Pemasaran adalah proses aliran barang atau jasa disertai perpindahan hak milik dan peningkatan nilai guna produk meliputi nilai guna waktu, nilai guna

tempat, dan nilai guna bentuk oleh lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran (Sitinjak *et al.*, 2023). Pemasaran dapat dilakukan dalam dua bentuk yaitu pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung. Bentuk pemasaran langsung dalam kegiatan pertanian dilakukan oleh para petani dengan cara menjual produk secara langsung kepada konsumen di pasar sedangkan pemasaran tidak langsung dilakukan dengan melibatkan lembaga pemasaran. Pemasaran tidak langsung umumnya dilakukan melalui lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul atau pedagang pengecer (Sumantri *et al.*, 2022).

Metode pemasaran kini dapat dilakukan menggunakan metode pemasaran tradisional maupun digital. Pemasaran digital merupakan metode pemasaran yang dilakukan secara daring yang bertujuan untuk menjangkau konsumen melalui saluran berbasis internet (Fausiah *et al.*, 2022). Pemasaran digital mempunyai banyak kelebihan. Kelebihan dari pemasaran digital yaitu dapat dijadikan sebagai media informasi produk pertanian, mengatasi keterbatasan fungsi penjualan, serta menciptakan sistem penjualan yang efektif dan efisien (Anggraini *et al.*, 2020).

Metode pemasaran digital dapat dilakukan melalui beberapa media salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan media pemasaran yang dapat digunakan untuk media komunikasi antara produsen dengan konsumen dan media promosi produk (Pradana dan Wardany, 2024). Media sosial yang pada umumnya digunakan sebagai media pemasaran digital yaitu media sosial yaitu WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Tiktok. Penggunaan media sosial untuk pemasaran digital membantu memperpendek rantai pemasaran sehingga dapat meningkatkan efisiensi pemasaran produk pertanian (Baharuddin *et al.*, 2024).

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti dan dapat digunakan sebagai rujukan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Metode	Hasil
Sentoso, Y. F. (2022)	Metode pengambilan sampel menggunakan <i>proportional sampling</i> . Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan data sekunder. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa minat petani terhadap penggunaan media sosial pada kategori sedang. Variabel yang berpengaruh nyata terhadap minat petani terhadap penggunaan media sosial adalah variabel harapan, kondisi pendukung, dan jenis media sosial. Variabel yang tidak berpengaruh nyata terhadap minat petani terhadap penggunaan media sosial adalah karakteristik petani dan pengaruh lingkungan.
Cimino, A., Coniglio, I. M., Corvello, V., Longo, F., Sagawa, J. K., dan Solina, V. (2024)	Data diperoleh melalui kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan Partial Least Squares to Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS4.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor meliputi harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, ketidakpastian lingkungan, dan keunggulan jaringan berpengaruh positif terhadap minat petani untuk menggunakan <i>platform</i> digital.
En, G. W., dan Siew, A. L. S. (2022)	Metode pengambilan sampel menggunakan <i>cluster random sampling</i> . Data diperoleh melalui kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis Partial Least Squares to Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi memengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi sistem pertanian cerdas. Faktor pengaruh sosial merupakan sebagai faktor yang paling berpengaruh nyata.

Tabel 1. (Lanjutan)

Nama Peneliti	Metode	Hasil
Sihombing, M. T., Hubeis, M., dan Cahyadi, E. R. (2024)	Metode pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> . Data diperoleh melalui kuesioner dan data sekunder. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan Partial Least Squares to Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat petani skala kecil di Kabupaten Tuban dalam menggunakan aplikasi pertanian digital. Sedangkan faktor pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat petani skala kecil di Kabupaten Tuban dalam menggunakan aplikasi pertanian digital.

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi, sampel penelitian, fokus penelitian yaitu pada penggunaan teknologi berupa pemasaran digital. Perbedaan lainnya terletak pada metode analisis data, penelitian terdahulu menggunakan Partial Least Squares to Structural Equation Modeling (PLS-SEM) sedangkan pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS. Analisis regresi linear berganda dipilih sebagai metode analisis data karena sesuai dengan tujuan penelitian serta mampu mengukur pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara langsung.