

**PARTISIPASI PETANI DALAM MENERAPKAN
DIGITAL MARKETING DAN DAMPAKNYA TERHADAP
PENDAPATAN USAHATANI PADI SAWAH**

(Suatu Kasus di Desa Cimeuhmal Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang)

**Disusun Oleh:
Dedeh Lilis Juariah
NPM. 4122.1.18.12.0006**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
(SP) Pada Program Studi Sosial Ekonomi-Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WINAYA MUKTI
BANDUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**PARTISIPASI PETANI DALAM MENERAPKAN *DIGITAL MARKETING*
DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN USAHA TANIPADI
SAWAH**

(Suatu Kasus di Desa Cimeuhmal Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang)

Disusun Oleh:
Dedeh Lilis Juariah
NPM. 4122.1.18.12.0006

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
(SP) Pada Program Studi Sosial Ekonomi-Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti

Bandung, 12 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh Komisi Pembimbing,

Pembimbing I

Pembimbing II

Karyana KS.Ir.,M.Si.
NIP. 195909161988031004

Lilis Amaliah, S.Pd.,M.Pd.
NIPY. 18700026

Mengesahkan

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Winaya Mukti

Ketua Program Studi Agribisnis
Universitas Winaya Mukti

Dr. Ir. H. Nunung Sondari, M. P.,
NIP. 196202111987032004

Dr. Ir. Nendah Siti Permana, M. P.,
NIP. 1963306121988032003

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dedeh Lilis Juariah

NPM : 4122.1.18.12.0006

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa dengan skripsi dengan judul **PARTISIPASI PETANI DALAM MENERAPKAN *DIGITAL MARKETING* DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN USAHA TANI PADI SAWAH** (Suatu Kasus di Desa Cimeuhmal Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang) adalah:

1. Merupakan skripsi asli dan belum pernah diajukan sebelumnya oleh siapapun untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Pertanian (SP), baik di Universitas Winaya Mukti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan hasil penelitian penulis sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis jelas dicantumkan nama pengarang sebagai acuan dalam naskah, serta dicantumkan dalam daftar pustaka seperti yang terlampir dalam naskah skripsi ini.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh dan penuh kesadaran serta rasa tanggungjawab, dan bersedia menerima konsekuensi hukum sebagai akibat ketidaksesuaian isi pernyataan ini dengan keadaan sebenarnya.

Bandung, 12 Oktober 2022

Dedeh Lilis Juariah

ABSTRAK

DEDEH LILIS JUARIAH, 2022. Partisipasi Petani Dalam Menerapkan *Digital Marketing* Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Tani Padi Sawah (Suatu Kasus di Desa Cimeuhmal Kecamatan Tanjungsang Kabupaten Subang). Dibimbing oleh **KARYANA KS** dan **LILIS AMALIAH ROSDIANA**.

Perkembangan pembangunan pertanian tidak bisa terlepas dari partisipasi masyarakat tani salah satunya di bidang *marketing* pada usahatani padi sawah di Desa Cimeuhmal Kecamatan Tanjungsang Kabupaten Subang. Sehingga muncul beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi petani dalam menerapkan *digital marketing*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui keragaan partisipasi dalam menerapkan *digital marketing*, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam menerapkan *digital marketing* dan mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap pendapatan usahatani padi sawah. Penelitian ini menggunakan metode verifikatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi logit/logistik dan analisis uji t berpasangan (*paired t test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaan partisipasi meliputi: pendidikan, wawasan, pengalaman dan usia. Untuk faktor yang mempengaruhi keputusan petani dari 4 (empat) variabel hanya 3 (tiga) variabel yang mempengaruhi keputusan partisipasi yaitu: wawasan, pengalaman, usia. Sedangkan hasil pendapatan melalui *digital marketing* Rp 5.000/kg relatif lebih besar dari pada usahatani padi sawah yang tidak menerapkan *digital marketing* Rp 4.500/kg.

Kata Kunci : Partisipasi Petani, *Digital Marketing*, Regresi Logit, Uji T Berpasangan.

ABSTRACT

DEDEH LILIS JUARIAH, 2022. *Farmer Participation In Implementing Digital Marketing And Its Impact On Rice Farming Income. (a case in Cimeuhmal Village, Tanjungsang District, Subang Regency). Guided by KARYANA KS and LILIS AMALIAH ROSDIANA.*

The development of agriculture development cannot be separated from the participation of the farming in Cimeuhmal, one of which is in the field of marketing in lowland rice farming in Cimeuhmal Village, Tanjungsang District, Subang Regency. So that several factors emerge that affect farmer participation in implementing digital marketing. The purpose of this study is to determine the factors that influence farmers decisions in implementing digital marketing and to determine the effect of digital marketing on rice farming income. This study uses a verification method using data collection technique through interviews and observations. Data analysis technique used logistic regression analysis and paired t test analysis. The results of the study show that participation performance includes: education, insight, experience, and age. For factors that influence farmer decisions of the four variables, only three variables that affect participation decisions are : insight, experience, age. While the income through digital marketing is Rp 5.000/kg is relative larger than paddy field farming which does not apply digital marketing Rp 4.500/kg.

Keywords : *farmer participation, digital marketing, logistic regression, paired t tes*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa taala, dengan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Partisipasi Petani dalam Menerapkan *Digital Marketing* dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Tani Padi Sawah”**. Solawat serta salam tak lupa tercurah kepada Rosulullah Nabi Muhammad Solallahu alaihi wa sallam.

Dalam penyusunan skripsi penelitian ini, saya banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Allah SWT. Atas segala nikmat dan karunia-Nya.
2. Kedua Orang Tua yang telah memberikan do’a restu serta dukungan baik moril maupun materil.
3. Karyana KS, Ir., M.Si. Sebagai Dosen Pembimbing I.
4. Lilis Amaliah, S.Pd., M.Pd. Sebagai Dosen Pembimbing II.
5. Dr. Ir. Nendah Siti Permana, M.P Sebagai Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis S1.
6. Dr. Ir. Nunung Sondari, MP., Sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Prodi Agribisnis 2018 Fakultas Pertanian Universitas
Winaya Mukti.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan penelitian ini. Semoga dengan ditulisnya skripsi penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi saya khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap penelitian ini.

Bandung, 12 Oktober 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Partisipasi	5
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	6
2.1.3 Padi Sawah.....	15
2.1.4 Alat Analisis.....	18
2.1.5 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Teknik Penelitian	29

3.2 Definisi dan Operasional Variabel	29
3.2.1 Definisi.....	29
3.2.2 Operasional Variabel.....	30
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Teknik Penetapan Responden	33
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
3.5.1 Teknik Analisis	34
3.5.2 Uji Hipotesis.....	34
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.	39
4.1.1 Letak Geografis.....	39
4.1.2 Penggunaan Lahan.	40
4.1.3 Keadaan Penduduk.....	40
4.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.	41
4.2.1 Karakteristik Responden.	41
4.3 Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis.	44
4.3.1 Keragaan Faktor Yang Mempengaruhi Petani Dalam Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	44
4.3.2 Analisis Pengujian Hipotesis.....	47
4.3.3 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usahatani Padi Sawah.	53

4.4 Pembahasan.....	55
4.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menerapkan <i>Digital Marketing</i>	55
4.4.2 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan.	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.	62
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Presentase Pengguna Sosial Media	10
Tabel 2. Klasifikasi <i>Channel</i> Pemasaran <i>Digital</i>	13
Tabel 3. Penggunaan Lahan Desa Cimeuhmal	40
Tabel 4. Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Akhir.....	40
Tabel 5. Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	41
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43
Tabel 9. Tingkat Pendidikan Petani Terhadap Partisipasi Petani (X_1).....	46
Tabel 10. Tingkat Capaian Wawasan Terhadap Partisipasi Petani (X_2).....	46
Tabel 11. Tingkat Pengalaman Terhadap Partisipasi Petani (X_3).....	47
Tabel 12. Tingkat Capaian Usia Terhadap Partisipasi Petani (X_4).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Aktiva <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2022	9
Gambar 2. Alur Kerangka Pemikiran.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Desa Cimeuhmal.....	64
Lampiran 2. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS.	65
Lampiran 3. Data identitas responden.....	70
Lampiran 4. Penggunaan sarana produksi usahatani padi sawah.	72
Lampiran 5 Tenaga kerja.	74
Lampiran 6. Biaya variabel.	76
Lampiran 7. Biaya tetap.	78
Lampiran 8. Biaya total.....	80
Lampiran 9. Penerimaan usahatani padi sawah.	82
Lampiran 10. Pendapatan petani sebelum <i>digital marketing</i>	84
Lampiran 11. Pendapatan petani sesudah <i>digital marketing</i>	86
Lampiran 12. Pendapatan petani sebelum dan sesudah <i>digital marketing</i>	88
Lampiran 13. Dokumentasi penelitian.	90