

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Tinjauan Pustaka**

#### **2.1.1 Karakteristik Petani**

Karakteristik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seorang dengan orang lain. Karakteristik dapat juga berarti tabiat, watak, perbuatan yang selalu dilakukan dan mempengaruhi segenap pikiran dan tingkah laku. Berdasarkan pengertian tersebut maka karakteristik petani ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap petani dalam mengelola usaha pertaniannya untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Menurut Soekartawi (2005) Karakteristik individu adalah sifat-sifat atau ciri-ciri yang dimiliki seorang yang ditampilkan melalui pola pikir dan pola sikap terhadap lingkungannya, karakteristik individu atau personal faktor yang perlu diperhatikan diantaranya umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani dan luas lahan.

##### 1) Umur

Umur dapat menggambarkan pengalaman seorang dalam kehidupan sehingga terdapat keragaman sikap dan perilaku berdasarkan umur yang dimilikinya.

##### 2) Pendidikan

Pendidikan salah satu faktor yang menentukan dalam mendapatkan pengetahuan. Pendidikan seseorang yang semakin tinggi semakin cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan dapat mempercepat cara berpikir seseorang.

##### 3) Pengalaman bertani

Pengalaman merupakan pengetahuan yang sangat berarti dalam keberhasilan usaha yang dilakukan. Semakin lama seseorang bekerja pada satu bidang tertentu maka semakin berpengalaman orang tersebut dan semakin ahli orang tersebut bekerja dalam bidangnya.

#### 4) Luas lahan

Luas lahan menentukan petani untuk dapat mengambil keputusan secepatnya dalam upaya menerapkan suatu unsur inovasi. Ukuran lahan usahatani berhubungan positif dengan adopsi. Penggunaan teknologi pertanian yang lebih baik akan menghasilkan manfaat ekonomi yang memungkinkan usahatani lebih lanjut.

### **2.1.2 Petani**

Menurut Pantjar Simatupang dan Saktyanu K. Dermoredjo (2003), petani sebagai unsur usaha tani memegang peranan yang penting dalam pemeliharaan tanaman atau ternak agar dapat tumbuh dengan baik, ia berperan sebagai pengelola usaha tani. Petani sebagai pengelola usaha tani berarti ia harus mengambil berbagai keputusan di dalam memanfaatkan lahan yang dimiliki atau disewa dari petani lainnya untuk kesejahteraan hidup keluarganya. Petani yang dimaksud dalam hal ini adalah orang yang bercocok tanam hasil bumi atau memelihara ternak dengan tujuan untuk memperoleh kehidupan dari kegiatan itu.

Pertanian (*agriculture*) bukan hanya merupakan aktivitas ekonomi untuk menghasilkan pendapatan bagi petani saja. Lebih dari itu, petani adalah sebuah cara hidup (*way of life* atau *livelihood*) bagi sebagian besar petani. Oleh karena sektor dan sistem pertanian harus menempatkan subjek petani sebagai pelaku sektor pertanian secara utuh, tidak saja petani sebagai *homo economicus*, melainkan juga sebagai *homo socius* dan *homo religius*. Konsekuensi pandangan ini adalah dikaitkannya unsur-unsur nilai sosial-budaya lokal, yang memuat aturan dan pola hubungan sosial, politik, ekonomi, dan budaya ke dalam kerangka paradigma pembangunan sistem pertanian secara menyeluruh. (Pantjar Simatupang dan Saktyanu K. Dermoredjo, 2003).

Konsep pertanian tidak akan menjadi suatu kebenaran umum, karena akan selalu terkait dengan paradigma dan nilai budaya petani lokal, yang memiliki kebenaran umum tersendiri. Oleh karena itu pemikiran sistem agribisnis yang berdasarkan prinsip positivisme sudah saatnya kita pertanyakan kembali. Paradigma pertanian tentu saja sarat dengan sistem nilai, budaya, dan ideologi dari tempat asalnya yang patut kita kaji kesesuaiannya untuk diterapkan di negara kita.

Masyarakat petani kita memiliki seperangkat nilai, falsafah, dan pandangan terhadap kehidupan (ideologi) mereka sendiri, yang perlu digali dan dianggap sebagai potensi besar di sektor pertanian. Sementara itu perubahan orientasi dari peningkatan produksi ke orientasi peningkatan pendapatan petani belum cukup jika tanpa dilandasi pada orientasi kesejahteraan petani. Peningkatan pendapatan tanpa diikuti dengan kebijakan struktural pemerintah di dalam pembuatan aturan/hukum, persaingan, distribusi, produksi dan konsumsi yang melindungi petani tidak akan mampu mengangkat kesejahteraan petani ke tingkat yang lebih baik. Kisah suramnya nasib petani kita lebih banyak terjadi daripada sekedar contoh keberhasilan perusahaan McDonald dalam memberi "order" kelompok petani di Jawa Barat. Industri gula dan usaha tani tebu serta usaha tani padi kini "sangat rendah" dengan jumlah dan nilai impor yang makin meningkat. (Mubyarto 1997).

### **2.1.2 Persepsi**

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran peran. Setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda-beda, maka persepsinya pun berbeda-beda pula terhadap stimulus yang diterimanya, meskipun dengan objek yang sama (Jalaludin Rakhmat, 2013).

Teori Persepsi:

Orang yang termotivasi siap bertindak, bagaimana dia bertindak dipengaruhi oleh pandangannya tentang situasi. Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Menurut Kotler, dkk (2016). Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pengalaman, pendidikan, minat, perhatian

dan sebagainya (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013). Orang bisa mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama karena tiga proses pemahaman: atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif.

Menurut Sondang P. Siagian (2014) ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

1. Diri orang yang bersangkutan, dalam hal ini yang mempengaruhi adalah karakteristik individual meliputi sikap, kepentingan, minat, pengalaman dan harapan.
2. Sasaran persepsi, yang menjadi sasaran persepsi dapat berupa orang, benda, peristiwa yang sifat sasaran dari persepsi dapat mempengaruhi persepsi orang yang melihatnya. Hal-hal ini yang ikut mempengaruhi persepsi seseorang adalah gerakan, suara, dan ukuran.
3. Faktor situasi, dalam hal ini tinjauan terhadap persepsi harus secara kontekstual artinya dalam situasi yang mana persepsi itu timbul.

Menurut Robbins (2003), faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi antara lain adalah sebagai berikut:

1. Faktor pada pelaku persepsi yaitu sikap, kebutuhan, kepentingan, pengalaman, dan pengharapan. Salah satu yang membentuk perilaku seseorang adalah dengan belajar, seseorang yang berpendidikan lebih tinggi cenderung dinilai memiliki wawasan yang lebih luas daripada seseorang yang berpendidikan rendah. Wawasan yang luas membantu seseorang untuk tanggap dalam menerima objek baru. Kebutuhan atau motif yang tidak terpenuhi merangsang seseorang menggunakan suatu pengaruh yang kuat padapersepsinya. Kebutuhan dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi yang tinggi sehingga cepat menerima konsep. Pengalaman cenderung mempersepsikan seseorang terhadap hal-hal dimana ia dapat berkaitan atau berkepentingan. Kepentingan seseorang cukup berbeda sehingga apa yang dicatat seseorang dalam situasi tertentu dapat berbeda dengan apa yang dipersepsikan oleh orang lain.
2. Faktor pada situasi yaitu waktu, keadaan atau tempat berusaha di sekitar keadaan sosial. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi

persepsi-persepsi seseorang. Waktu adalah dimana suatu objek atau peristiwa dilihat tidak dapat mempengaruhi perhatian, seperti juga lokasi dan setiap jumlah faktor situasional.

3. Faktor pada target yaitu hal baru, gerakan, bunyi, ukuran, latar belakang dan kedekatan. Karakteristik-karakteristik yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Hal-hal baru lebih mungkin diperhatikan dari pada yang lama. Objek-objek yang berdekatan cenderung dipersepsikan bersama-sama bukan secara terpisah.

Menurut Bimo Walginto (2001), faktor-faktor yang berperan dalam pembentukan persepsi adalah :

1. Adanya obyek yang diamati

Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera, atau reseptor dapat datang dari luar langsung mengenai alat indera (*reseptor*), dan dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (*sensori*) yang bekerja sebagai reseptor.

2. Alat indera atau reseptor

Alat indera (*reseptor*) merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu harus ada syaraf sensori sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

3. Adanya perhatian

Perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam suatu persepsi. Tanpa adanya perhatian tidak akan terbentuk persepsi.

Rogers, E.M. (1983) menyebutkan bahwa ada 3 ciri inovasi yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur persepsi antara lain :

1. Keuntungan relatif (*relative advantages*)

Keuntungan relatif adalah merupakan tingkatan di mana suatu ide baru dianggap suatu yang lebih baik daripada ide-ide yang ada sebelumnya dan secara ekonomis menguntungkan.

2. Tingkat Kesesuaian (*compatibility*)

Tingkat kesesuaian adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan adopter (penerima).

### 3. Tingkat Kerumitan (*complexity*)

Tingkat kerumitan adalah suatu tingkat di mana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dimengerti dan digunakan. Kesulitan untuk dimengerti dan digunakan, akan merupakan hambatan bagi proses kecepatan adopsi inovasi.

### 2.1.3 Kemitraan

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis, maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Dalam konteks ini pelaku - pelaku yang terlibat langsung dalam kemitraan tersebut harus memiliki dasar - dasar etika bisnis yang dipahami bersama dan dianut bersama sebagai titik tolak dalam menjalankan kemitraan. Hal ini erat kaitannya dengan peletakan dasar - dasar moral berbisnis bagi pelaku - pelaku kemitraan. Penerapan dasar - dasar etika bisnis dalam kemitraan yang diwujudkan dengan tindakan nyata identik dengan membangun suatu fondasi untuk sebuah rumah atau bangunan. Konsistensi dalam penerapan etika bisnis akan berbanding lurus dengan kemantapan atau kekokohan dalam menopang pilar-pilar di atasnya (Hafsah, 2000).

Kemitraan usaha pertanian merupakan salah satu instrument kerjasama yang mengacu pada terciptanya suasana keseimbangan, keselarasan, dan keterampilan yang didasari saling percaya antara perusahaan mitra dan kelompok melalui perwujudan dan sinergi kemitraan, yaitu terwujudnya hubungan yang saling membutuhkan, saling menguntungkan, dan saling memperkuat (Martodireso, Saudadi Suryanto A, dan Widodo, 2006). Kemitraan juga diartikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. (Hafsah, 2000). Konsep formal kemitraan yang tercantum dalam undang undang No.9 Tahun 1995 menyatakan. Kemitraan adalah kerjasama antara usaha kecil dengan 9 usaha menengah atau dengan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling

menguntungkan. Konsep tersebut di perkuat pada peraturan pemerintah No.44 Tahun 1997 yang menerangkan bahwa bentuk kemitraan yang ideal adalah saling memperkuat, saling menguntungkan, dan saling menghidupi (Darmono WA, Jaka S, dan Sumardjo, 2004). Hafsah Mohammad Jafar (2000) dalam kemitraan agribisnis terdapat tiga pola yaitu sebagai berikut.

- a.) Pola kemitraan tradisional, pola kemitraan ini terjadi antara pemilik modal atau peralatan produksi dengan petani penggarap, peternak atau nelayan.
- b.) Pola kemitraan pemerintah, pola kemitraan ini cenderung pada pengembangan kemitraan secara vertikal, model umumnya adalah hubungan bapak-anak angkat yang pada agribisnisnya perkembangan dikenal sebagai perkebunan intirakyat.
- c.) Pola kemitraan pasar, pola ini berkembang dengan melibatkan petani sebagai pemilik asset tenaga kerja dan peralatan produksi dengan pemilik modal besar yang bergerak di bidang industry pengolah dan pemasar hasil.

Tiga unsur utama dalam pengertian kemitraan yaitu:

- a.) Unsur kerjasama antara usaha kecil disitu pihak dan usaha menengah atau usaha besar di lain pihak.
- b.) Unsur kewajiban pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha menengah dan pengusaha besar.
- c.) Usaha saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Sebagai pengembangan dari Hubungan kemitraan perlu dipegang dan di usahakan sebagai berikut:

- a.) Mempunyai tujuan yang sama (*common goal*)

Tujuan dari semua perusahaan sebetulnya sama, yaitu dapat hidup dan berkembang. Untuk itu, harus terus-menerus menghasilkan barang/jasa yang bermutu dengan harga yang layak sehingga laku terjual di pasaran dengan imbalan imbalan keuntungan yang sama. Kesalahan yang sering terjadi keuntungan merupakan tujuan utama perusahaan.

- b.) Saling menguntungkan (*mutual benefit*)

Setiap pihak harus saling menghasilkan sesuatu yang saling menguntungkan belah pihak. Terjadinya kegagalan dalam mitra di karenakan tidak boleh nya menguntungkan satu pihak saja.

#### **2.1.4 PT Mitra Desa Pamarican (PT MDP)**

PT Mitra Desa Pamarican (PT MDP) adalah dibentuk sebagai wujud dari kepedulian Pemerintah terhadap upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya para petani dan usaha masyarakat pedesaan. Saham PT Mitra Desa Pamarican mayoritas dimiliki oleh anak usaha BUMN yaitu PT Mitra Bumdes Nusantara dan sebagian dimiliki oleh masyarakat di Kecamatan Pamarican yang diwakili oleh Gapoktan Bersama dan Bumdes Bersama. PT Mitra Desa Pamarican diharapkan dapat menjadi wakil atau kepanjangan tangan para petani dalam berwirausaha bersama di bidang pertanian dan usaha masyarakat. Dari para etani untuk PT Mitra Desa Pamarican dan PT Mitra Desa Pamarican untuk para petani. Oleh karena itu, keberadaan PT MDP diharapkan antara lain mampu meningkatkan akses para petani dalam hal permodalan, asuransi, perencanaan tanam yang lebih baik, pemilihan bibit padi unggul, pola tanam dan pemeliharaan yang lebih inovatif, cara panen yang lebih efisien, tingkat pembelian gabah yang lebih baik, mampu mengolah gabah menjadi beras berkualitas tinggi dengan cara yang modern dan channel pemasaran beras yang luas.

Pembentukan dan operasional PT Mitra Desa Pamarican sepenuhnya didukung oleh Kementrian BUMN dan Bank Mandiri melalui Program Mewirausahakan Petani untuk memastikan bahwa manajemen usaha PT Mitra Desa Pamarican berjalan secara profesional dan sukses berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan para petani. Dalam pembentukannya PT Mitra Desa Pamarican juga didukung oleh praktisi di bidang perberasan, akademisi di bidang pertanian, Fintech Bank Mandiri, BUMN di bidang pertanian dan Dinas Pertanian Kabupaten Ciamis. Mitra Desa Pamarican itu sendiri berlokasi di Jl. Langkaplancar - Lakkok, Neglasari, Pamarican, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46382.

PT Mitra Desa Pamarican dijalankan oleh tenaga profesional di bidangnya dan 80 persen diisi oleh anak muda dari Kecamatan Pamarican dan sekitarnya. Menerapkan budaya PT Mitra Desa Pamarican yang profesional (*professional*), berintegritas (*integrity*) dan kualitas produk terbaik (*product excellence*). Bersama PT Mitra Desa Pamarican, bersama membangun desa. ([mitradesapamarican.com](http://mitradesapamarican.com))

## 2.2 Peneliti Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan persepsi petani terhadap kemitraan yang pernah dilakukan sebelumnya adalah penelitian dari:

Andy Sabda Karo-karo dkk (2013). Penelitian ini berjudul Persepsi Petani Terhadap Kemitraan Gapoktan Tani Maju Dengan Pd Rama Putra (Kasus : Desa Dokan, Kecamatan Merek, Kabupaten Karo). Hasil penelitian ini antara lain : (1) Pelaksanaan kemitraan Gapoktan Tani Maju dengan pihak eksportir PD Rama Putra masih mengalami kendala dalam usaha tani dan pada pasca panen. (2) Sebesar 66,67 persen petani Gapoktan Tani Maju menyatakan persepsi yang positif. Artinya kemitraan yang terjalin antara Gapoktan Tani Maju dengan PD Rama Putra di daerah penelitian dapat berjalan dengan baik yang dilihat dari 20 orang petani yang memberikan persepsi Positif.

Kiki Priyo Prasetyo dkk (2013). Penelitian ini berjudul Persepsi Petani Terhadap Kemitraan Sayuran Dengan Asosiasi Aspakusa Makmur Kabupaten Boyolali. Hasil penelitian ini antara lain : (1) Penelitian ini menunjukkan pola kemitraan yang terjadi antara petani mitra dan Aspakusa Makmur adalah pola kemitraan dagang umum yang disertai pengembangan petani oleh Aspakusa Makmur. (2) Umur berhubungan signifikan terhadap manfaat kemitraan. Pengalaman berhubungan signifikan terhadap pelaksanaan kemitraan. Lingkungan ekonomi berhubungan signifikan terhadap tujuan kemitraan.

Andri Yoansyah (2012). Penelitian ini berjudul Analisis kemitraan petani kopi dengan PT Nestle dan Pengaruhnya terhadap pendapatan petani kopi di lampung barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) pelaksanaan kemitraan di

lampung Barat adalah bentuk pola dagang umum; (2) pelaksanaan pemasaran kopi dilampung Barat untuk petani yang bermitra menyetorkan hasil panennya ke KUB atau kelompok Usaha bersama yang ditunjuk sebagai agen dari pihak PT. Nestle sedangkan untuk petani kopi yang tidak bermitra menjual hasil panennya langsung kepada pedagang pengumpul ditingkat desa dan kecamatan dan ada juga yang langsung menjual ke industry rumahan;(3) faktor-faktor yang sangat mempengaruhi pendapatan petani kopi adalah Produksi, harga kopi, biaya produksi dengan taraf kepercayaan 99 persen dan kemitraan ini dibuktikan dengan taraf kepercayaan 85 persen.

## **2.4 Pendekatan Masalah**

Kegiatan yang menghasilkan produk pertanian dengan tujuan sebagian atau seluruh hasil produksi dijual/ditukar atas resiko usaha (bukan buruh tani atau pekerja keluarga) disebut Usaha pertanian. Suatu usaha yang dijalankan secara teratur dan terus menerus pada suatu tempat dan dalam jangka waktu tertentu dan memiliki tujuan yaitu mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. Usaha pertanian yang mempunyai prospek untuk dikembangkan salah satunya yaitu padi.

Program kemitraan yang ada di perusahaan adalah dikenal dengan istilah gotong royong atau kerjasama dari berbagai pihak, baik secara individu maupun kelompok. Kemitraan adalah suatu kerjasama formal antara individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi untuk mencapai suatu tugas atau tujuan tertentu. Kunci keberhasilan dalam memberikan peluang untuk meningkatkan peran usaha kecil adalah program kemitraan dimana pemerintah Indonesia dalam hal ini presiden telah merencanakan program kemitraan pada tanggal 14 januari 1991. Program kemitraan melalui keterkaitan mitra usaha tersebut mengatur hubungan kerja sama keterkaitan antara usaha besar dan usaha menengah dengan usaha kecil.

Menurut Purnaningsih (2006), pola kemitraan adalah bentuk-bentuk kerjasama antara usaha kecil dan usaha menengah atau usaha besar. Konsep

kemitraan mengacu pada konsep kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar yang disertai pembinaan, dengan memperhatikan prinsip saling menguntungkan dan memperkuat. Beberapa alasan bermitra antar pelaku agribisnis adalah konsekuensi dari agribisnis di era kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, spesialisasi kegiatan untuk efisiensi, dan privatisasi penyuluhan (Purnaningsih 2006). Berdasarkan Model Pengambilan Keputusan Adopsi menurut Rogers (1995) dalam Purnaningsih (2006), petani memutuskan untuk menerima atau menolak inovasi melalui tahapan pengetahuan, persepsi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.

Berdasarkan proses manajemen kemitraan dan manfaat kemitraan dapat dikategorikan menjadi empat kategori (Suwandi 1995) yaitu tingkat kemitraan prima, tingkat kemitraan utama, tingkat kemitraan pratama, dan tingkat kemitraan pemula. Tujuan kemitraan usaha agribisnis adalah peningkatan nilai tambah ekonomis maupun sosial yang diperoleh petani maupun perusahaan mitra serta terciptanya kesinambungan usaha agribisnis berskala ekonomis di dalam suatu wilayah (Suwandi 1995). Model kemitraan usaha yang dijalankan oleh direktorat teknis sampai saat ini berupa (Saptana dan Daryanto 2013): model inti plasma, model sistem pertanian kontrak, model sub kontrak, model dagang umum, model vendor, model keagenan, dan model kerjasama operasional agribisnis.

Kemitraan yang dilakukan antara petani dan lembaga atau organisasi pertanian akan membantu petani dalam banyak hal, seperti pemasaran, penjualan, pengetahuan, pinjaman bantuan, dan lain-lain. Salah satu alasan petani harus melakukan kemitraan adalah terdapat spesialisasi kegiatan, yaitu petani hanya berfokus pada pengelolaan usahatani tanpa memikirkan pemasaran dan penjualan karena penjualan dari hasil pertanian para petani telah dikelola oleh pihak kemitraan, sehingga dengan adanya spesialisasi pekerjaan akan membuat petani dan pihak kemitraan dapat mengoptimalkan masing-masing perannya dan menghasilkan hasil yang optimal. Kemitraan di antarakedua pihak atau lebih memerlukan koordinasi dan kerjasama yang baik, sehingga pihak tersebut saling mendapatkan keuntungan.

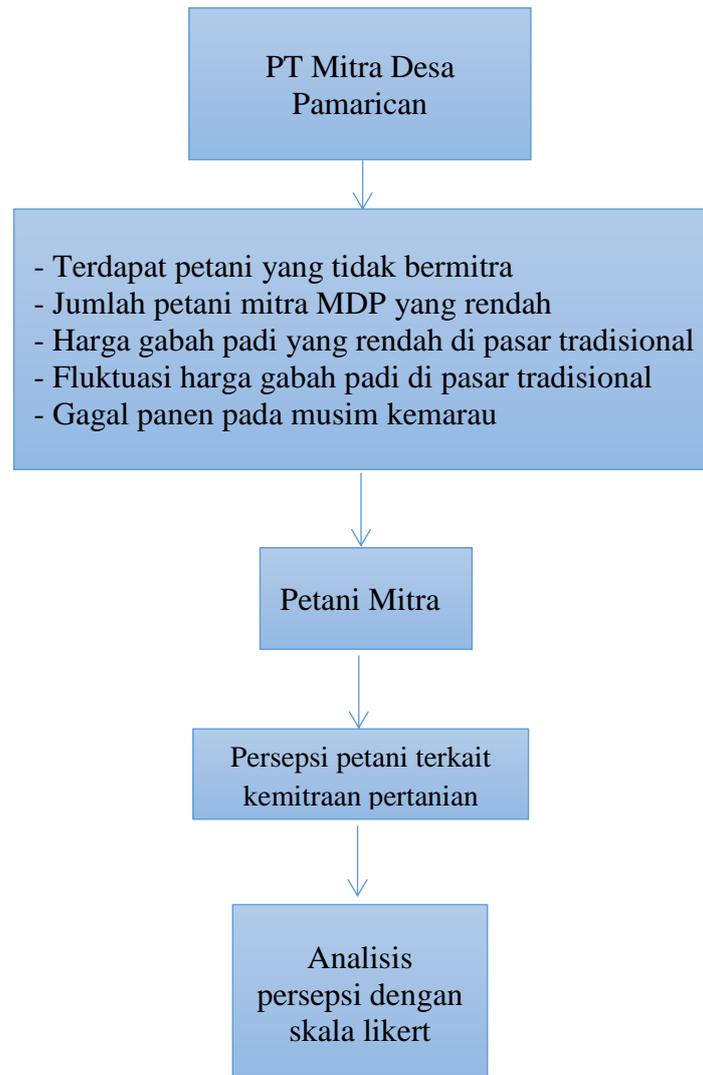
Proses pembentukan persepsi diawali dengan masuknya sumber melalui suara, penglihatan, rasa, atau sentuhan manusia, diterima oleh indera manusia (*sensory receptor*) sebagai bentuk *sensation*. Sejumlah besar *sensation* yang diperoleh dari proses pertama tersebut kemudian diseleksi dan diterima. Fungsi penyaringan ini dijalankan oleh faktor seperti harapan individu, motivasi, dan sikap. *Sensation* yang diperoleh dari hasil penyaringan tahap kedua ini merupakan input bagi tahap ketiga, tahap pengorganisasian *sensation*. Dari tahap Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke dalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi (Bimo Walginto, 2001).

Keberhasilan suatu kemitraan dipengaruhi oleh persepsi petani terhadap kemitraan tersebut. Persepsi petani terhadap suatu inovasi suatu kemitraan dalam dilihat dari tiga indikator seperti menurut Rogers, E.M. (1983): keuntungan relatif (*relative advantage*), tingkat kesesuaian (*compatibility*), dan tingkat kerumitan (*complexity*). Dari indikator tersebut akan diketahui persepsi petani terhadap pola kemitraan MDP.

Tingkat keuntungan relatif adalah perbandingan keuntungan yang diperoleh petani sebelum bermitra dengan keuntungan yang diperoleh petani setelah bermitra dengan MDP. Perbandingan keuntungan relatif tersebut dilihat dari pandangan petani tentang yang mana yang lebih menguntungkan secara ekonomis.

Tingkat kesesuaian dilihat dari pandangan petani tentang sesuai atau tidaknya pola kemitraan dengan yang sudah ada sebelumnya, pengalaman sebelumnya dan kebutuhan petani.

Tingkat kerumitan ini dilihat dari pandangan petani tentang mudah tidaknya program tersebut untuk dilakukan.



Gambar 1. Diagram Alir Pendekatan Masalah