

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Persepsi

Persepsi menurut Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2015) adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Sedangkan menurut Sarlito Wirawan Sarwono (1983), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan dan kemampuan untuk memfokuskan. Setiap orang mungkin saja memiliki persepsi yang berbeda dengan orang lain meskipun pada objek yang sama. Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa hal tersebut terjadi karena persepsi individu mengenai suatu hal tergantung pada pengetahuan, pengalaman, pendidikan, minat, perhatian dan sebagainya. Bahrul Ulum (2005), menyimpulkan bahwa persepsi merupakan proses psikologis, proses pemberian arti terhadap yang diamati atau dilihat dengan menggunakan alat-alat indra penglihatan, pendengaran, peraba dan pencium yang kemudian diproses dalam otak.

Terdapat tiga komponen utama proses pembentukan persepsi menurut Alex Sobur (2003), yaitu:

- 1) Seleksi, yaitu penyampaian oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Setelah diterima, rangsangan atau data diseleksi.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang di terimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- 3) Pembulatan, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima. Persepsi yang diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi yaitu bertindak sehubungan dengan apa yang telah diserap yang terdiri dari

reaksi tersembunyi sebagai pendapat/sikap dan reaksi terbuka sebagai tindakan yang nyata sehubungan dengan tindakan yang tersembunyi (pembentukan kesan) (Alex Sobur, 2009).

Berdasarkan tiga komponen di atas, proses pembentukan persepsi dimulai dari penerimaan rangsangan/informasi dari berbagai sumber oleh panca indera yang kemudian rangsangan/informasi tersebut diseleksi. Setelah diseleksi, rangsangan/informasi diinterpretasikan sehingga mempunyai arti yang kemudian bisa ditarik kesimpulan.

E.M. Rogers (1983) menyatakan bahwa ada tiga ciri inovasi yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur persepsi, yaitu:

- 1) Keuntungan relatif (*relative advantages*) merupakan tingkatan di mana suatu ide baru dianggap lebih baik daripada ide-ide yang ada sebelumnya dan secara ekonomis menguntungkan.
- 2) Tingkat kesesuaian yaitu sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan adopter (penerima).
- 3) Tingkat kerumitan (*complexity*) adalah suatu tingkat di mana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dimengerti dan digunakan. Kesulitan untuk dimengerti dan digunakan merupakan hambatan bagi proses kecepatan adopsi inovasi.

David Krech dan Egerton L. Ballanchey (1962) menyatakan bahwa yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

- 1) *Frame of reference*, yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki yang dipengaruhi oleh pendidikan, bacaan, maupun penelitian.
- 2) *Frame of experience*, yaitu berdasarkan pengalaman yang telah dialaminya yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Berbeda dengan David Krech, Sondang P. Siagian (2014) menyatakan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang, yaitu:

- 1) Individu yang bersangkutan (pemersepsi), apabila seseorang melihat menginderakan sesuatu maka akan berusaha untuk memberikan interpretasi

tentang apa yang diinderakan, yang dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti pengetahuan, maupun pengalaman.

- 2) Sasaran dari persepsi, dapat berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Sifat- sifat itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok yang tidak serupa yang didasarkan atas sikap dari pemersepsi.
- 3) Situasi atau *setting*, persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian, situasi merupakan bagian dari proses pembentukan persepsi namun berdasarkan pada situasi yang menyebabkan persepsi itu timbul.

Kathryn Mearns dalam Triska Faradina, (2007) menyebutkan bahwa persepsi risiko dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Pengetahuan
- 2) Personal
- 3) Konteks
- 4) Kualitas lingkungan kerja
- 5) Kepuasan dengan ukuran *safety*
- 6) Sikap terhadap risiko dan *safety*
- 7) Budaya *safety*

Selain faktor-faktor di atas, Jalaludin Rakhmat (2013) mengatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi proses pembentukan persepsi yaitu faktor struktural dan faktor fungsional. Faktor struktural berasal dari sifat rangsangan (stimuli) fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu sedangkan faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk ke dalam faktor pribadi. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara struktural persepsi ditentukan oleh jenis dan bentuk rangsangan yang diterima sedangkan secara fungsional persepsi ditentukan oleh karakteristik dari orang yang memberi respon terhadap suatu rangsangan.

2.1.2 Karakteristik Pengusaha

Muchlas Samani (2011) berpendapat bahwa karakter dapat dimaknai sebagai nilai dasar yang membangun pribadi seseorang, terbentuk baik karena pengaruh hereditas maupun pengaruh lingkungan, yang membedakannya dengan orang lain, serta diwujudkan dalam sikap dan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari. Tidak jauh berbeda dengan Muchlas Samani, Agus Wibowo (2012) menyatakan bahwa karakter adalah cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas tiap individu untuk hidup dan bekerja sama, baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Robert D. Hisrich, Michael P. Peters dan Dean A. Shepherd (2008) menyatakan bahwa karakteristik-karakteristik dari pengusaha meliputi tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan adalah suatu kondisi jenjang pendidikan yang dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan formal yang dipakai oleh pemerintah serta disahkan oleh departemen pendidikan. Tingkat pendidikan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 yaitu:

- 1) Pendidikan dasar (SD/MI/SMP/MTs)
- 2) Pendidikan menengah (SMA/SMK/MA)
- 3) Pendidikan tinggi (D3/S1/S2)

E.M. Rogers (1983) menyatakan bahwa orang-orang yang mengadopsi inovasi lebih awal dalam proses difusi cenderung lebih berpendidikan. Pendidikan memberikan sebuah latar yang baik terutama jika pendidikan tersebut berhubungan dengan bidang usaha yang dilakukan. Tidak jauh berbeda dengan Robert D. Hisrich, Zulaicha P., Joniarto P. dan Ivana, (2008) menambahkan bahwa karakteristik pengusaha atau pelaku usaha selain dari tingkat pendidikan juga dari faktor umur dan pengalaman usaha. Umur atau usia adalah satuan waktu yang mengukur keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Umur berhubungan dengan cepat tidaknya seseorang dalam mengadopsi suatu hal atau teknologi yang dianggap baru sebagaimana yang dikatakan oleh Soekartawi (2005) bahwa sasaran yang lebih tua tampaknya cenderung kurang melakukan difusi inovasi terhadap suatu hal baru dibandingkan dengan mereka yang umurnya relatif lebih muda.

Karakter selanjutnya dilihat dari pengalaman berusaha, menurut Andika, Djahmur dan Arik (2017) pengalaman usaha merupakan penguasaan pengetahuan dan keterampilan seseorang yang diukur dari lama masa kerja, tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimilikinya. Moh. Agus Tulus (1992) mengklasifikasikan pengalaman usaha dalam beberapa kategori, yaitu:

- 1) Pengalaman baru (<6 tahun)
- 2) Pengalaman sedang (6 – 10 tahun)
- 3) Pengalaman lama (>10 tahun)

2.1.3 Agroindustri Singkong

Agroindustri berasal dari kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utama. Agroindustri merupakan bagian (sub-sistem) agribisnis yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan hasil pertanian menjadi barang yang langsung dapat dikonsumsi. Agroindustri merupakan industri yang mengolah bahan baku hasil pertanian menjadi barang yang mempunyai nilai tambah yang dapat dikonsumsi masyarakat (Kusnandar, Totok Mardikanto dan Agus Wibowo. 2010).

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia. Terdapat berbagai macam komoditas seperti sayur, buah, dan rempah-rempah serta masih banyak komoditas lainnya. Salah satu komoditas yang paling sering dijumpai di Indonesia adalah singkong.

Singkong (*Manihot esculenta*) merupakan tanaman perdu penghasil umbi yang dapat hidup sepanjang tahun. Singkong berasal dari benua Amerika, tepatnya dari negara Brazil. Penyebaran singkong hampir ke seluruh penjuru dunia, antara lain: Afrika, Madagaskar, India, Cina, dan berkembang di negara-negara yang terkenal dengan wilayah pertaniannya salah satunya Indonesia. Singkong masuk ke Indonesia pada tahun 1852, namun masyarakat Indonesia baru mengenal singkong pada tahun 1952 (Purwono dan Heni Purnamawati, 2009). Pada awalnya masyarakat hanya mengolah singkong untuk dikonsumsi sehari-hari sebagai bahan pangan. Namun seiring berjalannya waktu, singkong tidak hanya digunakan sebagai bahan pangan yang dikonsumsi langsung namun juga digunakan sebagai bahan

utama beberapa industri olahan berbahan baku singkong atau disebut juga sebagai kegiatan agroindustri.

Melalui kegiatan agroindustri, tentunya akan diperoleh nilai tambah dari pengolahan singkong sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi pengusaha agroindustri singkong. Hal tersebut selaras dengan yang diungkapkan oleh J.E. Austin (1992) bahwa agroindustri menjadi pusat rantai pertanian yang berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah produk pertanian di pasar. Namun sampai saat ini, agroindustri masih terbelit dengan beberapa permasalahan. Soekartawi (2000) menyatakan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi agroindustri dalam negeri, antara lain: 1) kurang tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinu; 2) kurang nyataanya peran agroindustri di pedesaan karena masih berkonsentrasinya agroindustri di perkotaan; 3) kurang konsistennya kebijakan pemerintah terhadap agroindustri; 4) kurangnya fasilitas permodalan (perkreditan) dan walaupun ada prosedurnya amat ketat; 5) keterbatasan pasar; 6) lemahnya infrastruktur; 7) kurangnya perhatian terhadap penelitian dan pengembangan; 8) lemahnya keterkaitan industri hulu dan hilir; 9) kualitas produksi yang belum mampu bersaing; 10) lemahnya *entrepreneurship*.

2.1.4 Kelompok Usaha Bersama

Masyarakat pada umumnya menjalankan usaha secara perorangan, sehingga sulit untuk berkembang. Tulus T. H. Tambunan (2009) menyatakan bahwa ada beberapa kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam pengembangan suatu usaha yaitu keterbatasan modal usaha, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku dan kesulitan pemasaran. Salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut ialah dengan membentuk suatu kelompok usaha bersama.

Kelompok usaha bersama merupakan media untuk meningkatkan pendapatan, mengembangkan usaha, membangun interaksi dan kerja sama dalam kelompok, mendayagunakan potensi dan sumber ekonomi lokal, memperkuat budaya kewirausahaan, mengembangkan akses pasar, menyelesaikan masalah serta memenuhi kebutuhan. Ismawan (1990) mendefinisikan kelompok usaha bersama sebagai kumpulan orang-orang yang mengadakan kerjasama dalam rangka

meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha, dengan prinsip dari, oleh dan untuk kepentingan anggota kelompok. Pada dasarnya kelompok usaha bersama adalah organisasi atau wadah komunitas pengusaha yang memiliki tujuan yang sama untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Kelompok usaha bersama merupakan salah satu media untuk pemberdayaan masyarakat terutama masyarakat pedesaan untuk memajukan usaha kecil agar lebih berkembang.

Suprihatin (2017) menyatakan banyak hal yang dapat diupayakan melalui kelompok usaha bersama, antara lain:

- 1) Memperbaiki manajemen untuk meningkatkan efisiensi usaha dan pengembangan jejaring kemitraan.
- 2) Mengembangkan jiwa kewirausahaan terkait dengan optimasi peluang bisnis yang berbasis dan didukung oleh keunggulan lokal.
- 3) Meningkatkan aksesibiliti terhadap modal, pasar dan informasi.

Kelompok usaha bersama merupakan media untuk meningkatkan pendapatan, mengembangkan usaha, membangun interaksi dan kerja sama dalam kelompok, mendayagunakan potensi dan sumber ekonomi lokal, memperkuat budaya kewirausahaan, mengembangkan akses pasar, menyelesaikan masalah serta memenuhi kebutuhan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada tesis IAIN Purwokerto, tahun 2017 yang dilakukan oleh Amanah Aida Quran, dengan judul Pemberdayaan Masyarakat pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga, hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam KUBE di Kaligondang masih berada pada tingkat manipulasi dimana anggota yang tergabung didalamnya hanya berperan sebagai objek dari sebuah program pemberdayaan. Masyarakat terlibat dalam suatu program, akan tetapi sesungguhnya keterlibatan mereka tidak dilandasi oleh suatu dorongan mental, psikologis, dan disertai konsekuensi keikutsertaan yang memberikan kontribusi dalam program tersebut.

Penelitian tentang persepsi pernah dilakukan sebelumnya oleh Frida Mamuko, H. Walangitan dan W. Tilaar pada tahun 2016 dengan judul Persepsi dan

Partisipasi Masyarakat dalam Upaya Rehabilitasi Hutan dan lahan di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat persepsi masyarakat peserta program terhadap hutan dan fungsinya diperoleh nilai persepsi tergolong tinggi yaitu sebesar 48. Persepsi terhadap program rehabilitasi hutan dan lahan didapatkan sekitar 51 persen dan tergolong persepsi tinggi. Sedangkan tingkat partisipasi peserta program rehabilitasi hutan dan lahan didapatkan sebesar 36,27 persen dan tergolong tinggi. Faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi persepsi terhadap hutan dan fungsinya; persepsi terhadap program rehabilitasi hutan dan lahan; serta tingkat partisipasi peserta program rehabilitasi hutan dan lahan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada masa otonomi daerah, setiap daerah berusaha untuk mengembangkan seluruh potensi yang ada dimilikinya termasuk sumber daya alam. Desa Kudadepa memiliki potensi luar biasa dalam bidang pertanian salah satunya adalah singkong. Banyak masyarakat yang melakukan kegiatan agroindustri singkong. Letak desa yang terlewati oleh akses Jalan Raya Cisinga (Ciawi Singaparna) memberikan peluang yang cukup besar untuk pengembangan perekonomian di daerah tersebut. Namun, sayangnya usaha yang dijalankan masih terkendala dengan berbagai masalah. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha agroindustri singkong, antara lain: 1) kurang tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinyu; 2) kurangnya fasilitas permodalan (perkreditan); 3) keterbatasan pasar; 4) kualitas produk yang belum mampu bersaing; 5) lemahnya *entrepreneurship*.

Usaha agroindustri yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Kudadepa masih secara perorangan, sehingga kurang begitu berkembang. Oleh sebab itu salah satu upaya yang dapat dilakukan dengan melakukan pembentukan kelompok usaha bersama. Melalui kelompok usaha bersama akan diperoleh beberapa manfaat seperti meningkatkan efisiensi usaha, pengembangan jejaring kemitraan, mengembangkan jiwa kewirausahaan, mengoptimalkan keunggulan lokal, serta meningkatkan aksesibiliti terhadap modal, pasar dan informasi.

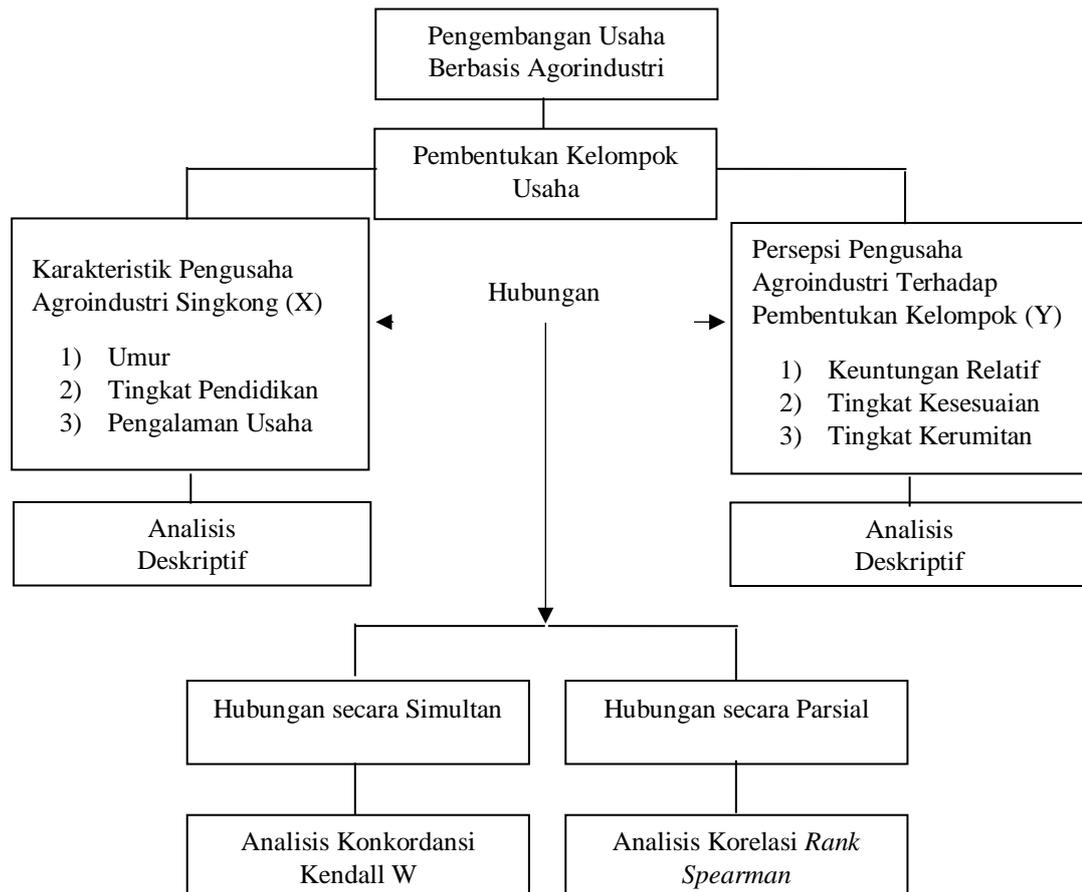
Amanah Aida Quran (2017) menyatakan masyarakat terlibat dalam suatu program, akan tetapi sesungguhnya keterlibatan mereka tidak dilandasi oleh suatu dorongan mental, psikologis, dan disertai konsekuensi keikutsertaan yang memberikan kontribusi dalam program tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan membahas mengenai persepsi pelaku agroindustri terhadap pembentukan kelompok usaha bersama sehingga nantinya pembentukan kelompok usaha ini sesuai dan selaras dengan kebutuhan masyarakat di daerah tersebut serta terbentuknya peran aktif dari setiap anggota kelompok.

Keberhasilan suatu program dipengaruhi oleh persepsi seseorang yang menjadi sasaran. Apabila persepsi individu terhadap suatu objek berupa hal positif maka ia cenderung bersikap positif terhadap objek tersebut. Sebaliknya apabila ia memiliki persepsi negatif maka ia cenderung bersikap dan bertindak laku negatif terhadap objek tersebut (Kholifatul Kurnia Rohmah dan Marimin, 2015). Dalam penelitian ini untuk melihat persepsi pengusaha agroindustri singkong, peneliti menggunakan tiga indikator yaitu keuntungan relatif, tingkat kesesuaian dan tingkat kerumitan sesuai dengan pendapat E. M. Rogers, (1983) menyatakan bahwa ada tiga ciri inovasi yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur persepsi, yaitu:

- 1) Keuntungan relatif (*relative advantages*), dilihat dari seberapa besar manfaat yang akan diperoleh oleh pengusaha apabila dibentuk suatu kelompok usaha bersama seperti mempermudah akses permodalan, meminimalisir biaya produksi dan memperluas jaringan pasar.
- 2) Tingkat kesesuaian yaitu dilihat dari sesuai tidaknya pembentukan kelompok usaha bersama ini dengan kebutuhan para pengusaha agroindustri singkong di Desa Kudadepa sebagai solusi dari pemecahan masalah yang ada.
- 3) Tingkat kerumitan (*complexity*) dilihat dari pandangan pengusaha agroindustri singkong terkait proses pembentukan dan sistem kerja kelompok usaha bersama.

Setiap pengusaha mempunyai karakter yang berbeda-beda. Karakteristik pengusaha dapat dikelompokkan berdasarkan umur, pendidikan maupun pengalaman usaha sebagaimana pendapat dari Zulaicha P., dkk (2009). Karakter tersebut dapat berpengaruh terhadap persepsi dari setiap pengusaha agroindustri

singkong. Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis terkait hubungan karakteristik pengusaha agroindustri singkong terhadap pembentukan kelompok usaha bersama dengan menggunakan tiga indikator yaitu umur, pendidikan dan pengalaman usaha baik secara parsial maupun secara simultan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka untuk menjawab permasalahan terkait hubungan antara karakteristik dan persepsi pengusaha agroindustri singkong, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

- 1) Terdapat hubungan secara simultan antara karakteristik pengusaha agroindustri singkong dengan persepsi pengusaha agroindustri singkong terhadap pembentukan kelompok usaha bersama.

- 2) Secara parsial yaitu:
- a) Terdapat hubungan antara umur pengusaha agroindustri singkong dengan persepsi pengusaha agroindustri singkong terhadap pembentukan kelompok usaha bersama pada indikator keuntungan relatif, tingkat kesesuaian dan tingkat kerumitan.
 - b) Terdapat hubungan antara tingkat pendidikan pengusaha agroindustri singkong dengan persepsi pengusaha agroindustri singkong terhadap pembentukan kelompok usaha bersama pada indikator keuntungan relatif, tingkat kesesuaian dan tingkat kerumitan.
 - c) Terdapat hubungan pengalaman usaha pengusaha agroindustri singkong dengan persepsi pengusaha agroindustri singkong terhadap pembentukan kelompok usaha bersama pada indikator keuntungan relatif, tingkat kesesuaian dan tingkat kerumitan.