Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Petani Terhadap Pemasaran Digital Bunga Krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang

Factors Influencing Farmer's Interest in Digital Marketing of Chrysanthemum in Bandungan Sub-District, Semarang Regency

Ferra Fransisca*, Agus Setiadi, Joko Mariyono

Universitas Diponegoro, Jl. Prof Soedarto, S.H., Tembalang, Semarang, Indonesia

*Email: ferrafransisca5048@gmail.com

(Diterima 27-05-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Ketergantungan petani krisan terhadap pemasaran konvensional menjadi salah satu penyebab fluktuasi harga bunga krisan. Petani krisan di Kecamatan Bandungan umumnya kurang berminat terhadap pemasaran digital. Berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku petani terhadap teknologi yaitu harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung terhadap minat petani dalam menggunakan pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2025 di Desa Candi dan Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Metode penelitian menggunakan metode survei. Metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 petani krisan. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,729 yang berarti bahwa variabel harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung mampu menjelaskan variabel minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan sebesar 72,9% sedangkan 27,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Uji F menunjukkan bahwa keempat variabel berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat petani. Uji t menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan upaya, dan kondisi pendukung berpengaruh signifikan, sedangkan pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat petani. Oleh karena itu diperlukan kesadaran mengenai manfaat pemasaran digital dan peningkatan peran orang berpengaruh di lingkungan petani untuk meningkatkan minat petani terhadap pemasaran digital.

Kata kunci: krisan, pemasaran digital, petani, regresi linear berganda, UTAUT

ABSTRACT

The dependence of chrysanthemum farmers on conventional marketing is one of the causes of fluctuations in chrysanthemums sales. Chrysanthemum farmers in Bandungan Sub-District are generally uninterested in digital marketing. According to the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model, factors influencing farmer's intention and behavior toward technology include performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions. This study aims to analyze factors influencing farmer's interest in digital marketing of chrysanthemum in Bandungan Sub-District, Semarang Regency. The study was conducted from March to April 2025 in Candi and Kenteng Villages, Bandungan Sub-District, Semarang Regency. The research method used a survey method. The sampling method used purposive sampling method with 100 respondents. The data used was primary and secondary data. Data collection was done by interviews, observation, and documentation. The data was analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that the coefficient of determination (R^2) was 0.729, which means that the variables used in this study were able to explain 72.9% of farmer's interest in digital marketing, while the other 27.1% were explained by variables that were not included in this study. The F-test showed that the variables had a significant simultaneous effect on farmer's interest. The t-test showed that performance expectancy, effort expectancy, and facilitating conditions have a significant effect on farmer's interest, while social influence has no significant effect. Therefore, awareness of benefits of digital marketing and increasing the role of influential people is needed to increase farmer's interest.

Keywords: chrysanthemum, digital marketing, farmers, multiple linear regression, UTAUT

PENDAHULUAN

Krisan (*Chrysanthemum sp*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang umumnya dimanfaatkan sebagai bunga potong. Bunga krisan potong digunakan dalam acara formal dan non formal sebagai dekorasi acara keagamaan, pesta, dan acara lainnya (Wijayanti *et al.*, 2023). Bunga krisan saat ini populer di kalangan masyarakat karena daya tariknya. Daya tarik bunga krisan di antaranya berasal dari tipe, bentuk, dan warnanya yang beragam (Maghfira *et al.*, 2017). Bunga krisan potong juga mempunyai keunggulan jika ditinjau dari sisi ketahanan atau kesegarannya. Menurut Nurmalingda dan Hayati dalam Soleman dan Poli (2020) bunga krisan potong mempunyai umur simpan 5-7 hari setelah panen, sedangkan menurut Walangitan *et al.* (2017) krisan potong mempunyai umur simpan 41 hari pada penyimpanan suhu rendah. Daya tarik dan keunggulan bunga krisan potong menyebabkan bunga ini digemari sehingga banyak dibudidayakan oleh petani.

Bunga krisan potong banyak dibudidayakan di daerah sejuk salah satunya di Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi yang memproduksi krisan potong sebanyak 146.470.464 tangkai dengan pertumbuhan produksi sebesar 4,80% pada tahun 2024 (BPS, 2025). Pertumbuhan produksi bunga krisan potong mengalami peningkatan seiring dengan tingginya permintaan pasar. Produksi bunga krisan potong di Jawa Tengah sebagian besar dipenuhi oleh produksi petani di Kecamatan Bandungan. Kecamatan Bandungan memproduksi sebanyak 118.500.000 tangkai krisan atau 81% dari total produksi bunga krisan potong di Jawa Tengah (BPS Kabupaten Semarang, 2025). Letak geografis, sumber daya alam, dan sarana prasarana pertanian mendukung terciptanya potensi Kecamatan Bandungan sebagai sentra produksi bunga krisan potong.

Kecamatan Bandungan mempunyai beberapa desa yang menjadi pusat produksi krisan. Berdasarkan informasi penyuluh dari Badan Penyuluh Pertanian Kecamatan Bandungan, desa penghasil krisan terbanyak di Kecamatan Bandungan yaitu Desa Candi dan Desa Kenteng. Menurut data UPTP Hortikultura Bandungan pada tahun 2023 Desa Candi memproduksi krisan sebanyak 36.850.590 tangkai sedangkan Desa Kenteng memproduksi krisan sebanyak 8.413.335 tangkai. Sebagian besar masyarakat desa tersebut bekerja sebagai petani krisan sehingga mendukung pasokan krisan di Kecamatan Bandungan dan daerah sekitarnya. Hasil produksi bunga krisan potong umumnya dipasarkan di Pasar Bunga Bandungan. Bunga krisan potong dari tangan petani dibeli oleh tengkulak kemudian dijual ke pedagang bunga di Pasar Bunga Bandungan, lalu oleh pedagang bunga dijual ke *florist* dan dekorator (Rohmah *et al.*, 2018). Meskipun Pasar Bunga Bandungan mampu menampung hasil produksi petani, ketergantungan pada pasar tradisional membuat penjualan bunga krisan potong fluktuatif karena bergantung pada permintaan pasar.

Tingkat penjualan bunga krisan potong dipengaruhi oleh permintaan pasar dan konsumen. Konsumen bunga krisan khususnya bunga krisan potong sebagian besar merupakan *florist* dan dekorator (Ulfah *et al.*, 2019). *Florist* dan dekorator dalam melakukan pembelian bunga krisan potong mempertimbangkan permintaan dari konsumen akhir. Permintaan konsumen akhir terhadap bunga krisan potong umumnya akan meningkat pada hari besar dan perayaan-perayaan tertentu karena bunga krisan digunakan sebagai dekorasi dan hadiah (Wijayanti *et al.*, 2023). Kondisi tersebut menyebabkan fluktuasi permintaan bunga krisan potong. Tingkat permintaan pasar yang tidak menentu menyebabkan para petani krisan potong mempertimbangkan alternatif lain berupa pemasaran digital melalui media sosial.

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh petani bahwa sebagian kecil petani bunga krisan telah mencoba melakukan pemasaran digital melalui media sosial. Para petani bunga krisan menggunakan media sosial meliputi WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Tiktok sebagai alat promosi dan media pemasaran. Meskipun demikian sebagian besar petani tetap mengandalkan Pasar Bunga Bandungan sebagai saluran pemasaran utama bunga krisan potong. Pemasaran digital melalui media sosial atau media pemasaran digital lainnya belum banyak digunakan oleh petani meskipun mempunyai banyak kelebihan dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

Pemasaran digital sebagai media pemasaran produk pertanian mempunyai banyak kelebihan. Pemasaran digital dapat membantu para petani menjangkau konsumen, meningkatkan jangkauan pemasaran, meningkatkan volume penjualan, berguna sebagai media promosi, komunikasi dan informasi, memperpendek rantai pemasaran, meningkatkan produksi, meminimalisir terjadinya fluktuasi harga, serta menciptakan struktur pasar yang terfragmentasi (Budhiastuti, 2024). Meski mempunyai banyak kelebihan tidak semua petani berminat terhadap penggunaan pemasaran digital. Berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) faktor meliputi harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan fasilitas pendukung memengaruhi

minat para petani terhadap pemasaran digital. Menurut penelitian En dan Siew (2022) harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan fasilitas pendukung memengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi sistem pertanian cerdas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Petani terhadap Pemasaran Digital Bunga Krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang”. Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat petani krisan terhadap pemasaran digital berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2025 di Desa Candi dan Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Candi dan Desa Kenteng merupakan lokasi sentra budidaya krisan potong di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sampel merupakan petani yang aktif membudidayakan krisan potong di Desa Candi dan Desa Kenteng. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow (1997) karena populasi petani krisan di Kecamatan Bandungan tidak diketahui secara pasti. Perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)

P = Maksimal estimasi (50% = 0,5)

d = Tingkat kesalahan (10% = 0,1)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow (1997) diperoleh jumlah sampel sebanyak 96, namun pada penelitian ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 sampel.

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sedangkan teknik pengumpulan data sekunder yaitu melalui studi pustaka dari buku, artikel, dan data yang diterbitkan oleh instansi terkait penelitian. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 27. Model persamaan regresi pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X₁ = Harapan kinerja

X₂ = Harapan upaya

X₃ = Pengaruh sosial

X₄ = Kondisi pendukung

e = *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Bandungan merupakan kecamatan yang terletak di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Kecamatan Bandungan mempunyai luas wilayah 48,23 km² (BPS Kabupaten Semarang, 2025).

Kecamatan Bandungan terletak di 110°19'–110°25' Bujur Timur dan 7°11'–7°16' Lintang Selatan. Secara geografis Kecamatan Bandungan terletak di daerah lereng Gunung Ungaran dan berbatasan langsung dengan beberapa wilayah di antaranya yaitu Kecamatan Sumowono di sebelah barat, Kecamatan Bergas dan Kecamatan Bawen di sebelah timur, Kabupaten Kendal di sebelah utara, dan Kecamatan Ambarawa di sebelah selatan.

Kecamatan Bandungan terletak pada ketinggian 915 mdpl. Menurut data BPS Kabupaten Semarang tahun 2024 Kecamatan Bandungan mempunyai suhu 18–25°C dengan curah hujan cukup tinggi yaitu 2.364 mm per tahun. Kondisi iklim dan cuaca di Kecamatan Bandungan memberikan keuntungan bagi kegiatan pertanian khususnya untuk budidaya tanaman hortikultura seperti bunga krisan. Wilayah yang sejuk dan curah hujan yang tinggi memungkinkan tanaman krisan tumbuh optimal dengan masa panen yang konsisten. Kondisi tersebut menjadikan Kecamatan Bandungan sebagai sentra budidaya tanaman krisan di Jawa Tengah.

Secara administratif Kecamatan Bandungan terbagi menjadi 9 desa serta 1 kelurahan, dua di antaranya yaitu Desa Candi dan Desa Kenteng. Kedua desa tersebut merupakan wilayah yang berkontribusi paling besar terhadap produksi bunga krisan potong di Kecamatan Bandungan. Sebagian besar masyarakat di desa setempat bekerja sebagai petani bunga krisan potong dengan pengalaman berusaha selama kurang lebih 10 tahun. Budidaya tanaman krisan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan rumah tangga di wilayah tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Maghfira *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa kontribusi usahatani tanaman krisan terhadap pendapatan total rumah tangga petani yaitu sebesar 59,34%.

Kegiatan budidaya krisan di wilayah tersebut didukung oleh ketersediaan sarana dan prasarana produksi serta kelembagaan petani di antaranya kelompok tani, koperasi, dan kelompok usaha bersama. Kelompok tani mempunyai peran penting dalam pengembangan budidaya krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng. Kelompok tani berperan sebagai forum bersosialisasi dan penghubung antara penyuluh dengan petani. Kelompok tani juga berperan sebagai tempat distribusi berbagai macam bantuan dari pemerintah bagi petani. Disamping itu, koperasi berperan dalam mendukung akses permodalan dan pemasaran hasil panen krisan, sedangkan kelompok usaha bersama berperan sebagai wadah untuk para petani berkerjasama dalam mengelola usaha bersama, seperti pengadaan sarana produksi atau penjualan secara kolektif untuk mencapai keuntungan bersama.

Desa Candi dan Desa Kenteng dikenal sebagai penghasil berbagai tanaman hias seperti mawar tabur, aster, pikok, dan gladiol namun komoditas utama yang dibudidayakan yaitu bunga krisan. Varietas krisan yang dibudidayakan meliputi putih jarum, kuning puspita nusantara, kuning lamet, dewi ratih, lolipop, loli *red*, bakardi, nismara, puma hijau, sena, mata kucing, dan gompie. Bibit krisan yang dibudidayakan diperoleh dari penangkar bibit setempat dan penjual bibit di daerah Bandung, Jawa Barat. Masa tanam bunga krisan di kedua desa tersebut diatur bergiliran oleh para petani untuk menjaga ketersediaan bunga krisan agar mampu memenuhi permintaan pasar.

Pemasaran hasil panen krisan dari Desa Candi dan Desa Kenteng sebagian besar dilakukan secara konvensional di Pasar Bunga Bandungan. Harga jual krisan di Pasar Bunga Bandungan bervariasi tergantung permintaan dan momen tertentu. Harga jual bunga krisan pada momen tertentu dapat mencapai Rp 42.000 per ikat. Sebaliknya pada hari biasa dan permintaan rendah maka harga jual bunga krisan pun rendah. Harga krisan pada hari biasa yaitu *grade A* Rp 30.000 per ikat, *grade B* Rp. 15.000–20.000 per ikat, dan *grade C* Rp. 10.000 per ikat. Meskipun demikian petani tetap mengandalkan Pasar Bunga Bandungan sebagai saluran pemasaran utama. Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran digital masih terbatas dan umumnya dilakukan petani muda. Petani muda di Desa Candi dan Desa Kenteng menggunakan media sosial WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Tiktok untuk memasarkan sejumlah hasil panen bunga krisan. Pemasaran melalui media sosial tersebut umumnya dilakukan menggunakan akun media sosial pribadi dan belum menggunakan akun bisnis tersendiri.

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	66	66,00
Perempuan	34	34,00
Jumlah	100	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng sebagian besar merupakan laki-laki. Dominasi laki-laki sebagai petani krisan dikarenakan pekerjaan utama sebagian besar kepala rumah tangga di daerah tersebut yaitu sebagai petani krisan. Hal tersebut menunjukkan bahwa laki-laki lebih mendominasi dari sisi peran dan keterlibatan dalam budidaya krisan di wilayah tersebut. Petani laki-laki memiliki alokasi waktu dan pembagian kerja lebih banyak dalam kegiatan usahatani krisan sedangkan perempuan berperan lebih banyak dalam kegiatan pendukung pertanian dan ranah domestik. Laki-laki berperan hampir dalam seluruh kegiatan usahatani krisan yaitu tahap pengolahan lahan hingga panen serta tahap yang memerlukan kemampuan fisik dan tenaga lebih banyak. Sementara itu, peran dan keterlibatan perempuan dalam usahatani krisan umumnya pada tahap pemeliharaan, panen, pasca panen, dan pemasaran krisan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 2. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Umur

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
≤ 30	7	7,00
31 – 40	26	26,00
41 – 50	31	31,00
51 – 60	29	29,00
≥ 61	7	7,00
Jumlah	100	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng sebagian besar berada pada usia 41–50 tahun. Rata-rata usia petani tergolong dalam usia produktif. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Manyamsari dan Mujiburrahmad dalam Gusti *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa petani usia produktif merupakan petani usia 15–64 tahun karena mempunyai kemampuan lebih baik dan maksimal dalam bekerja. Petani pada kelompok usia tersebut cenderung mempunyai produktivitas tinggi dibandingkan dengan petani usia non produktif karena didukung oleh kondisi fisik dan biologis yang matang untuk mengelola usahatani.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	53	53,00
SMP	27	27,00
SMA	18	18,00
Perguruan Tinggi	2	2,00
Jumlah	100	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng sebagian besar mempunyai pendidikan terakhir pada tingkat SD. Rata-rata pendidikan terakhir petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng tergolong rendah. Mayoritas petani krisan di wilayah tersebut tidak menyelesaikan program wajib belajar 9 tahun karena rendahnya minat terhadap pendidikan serta keterbatasan ekonomi.

Tingkat pendidikan formal berkaitan dengan pengetahuan serta perilaku petani dalam proses pengambilan keputusan mengenai usahatani. Petani krisan yang dapat menyelesaikan pendidikan formal di jenjang lebih tinggi mempunyai pengetahuan dan perilaku berbeda dengan petani yang menyelesaikan pendidikan formal lebih rendah. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Azizah dan Sugiarti (2020) yang menyatakan bahwa petani yang mempunyai pendidikan tinggi cenderung lebih terbuka terhadap informasi baru dan lebih cepat mengadopsi inovasi. Pengetahuan yang diperoleh melalui pendidikan formal menjadi dasar untuk menciptakan inovasi. Kondisi tersebut menyebabkan perbedaan minat terhadap pemasaran digital antara petani dengan pendidikan formal yang lebih rendah dan tinggi. Petani dengan pendidikan formal lebih tinggi cenderung berminat terhadap pemanfaatan pemasaran digital.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Berusahatani

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
≤ 10	44	44,00
11 – 20	36	36,00
≥ 21	20	20,00
Jumlah	100	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng sebagian besar mempunyai pengalaman berusahatani selama kurang lebih 10 tahun. Rata-rata pengalaman berusahatani petani krisan wilayah tersebut cukup lama sehingga dapat disimpulkan para petani merupakan petani yang berpengalaman dalam budidaya bunga krisan. Pengalaman berusahatani yang cukup lama tersebut meningkatkan kemampuan petani dalam menangani berbagai masalah selama budidaya krisan. Hal tersebut sesuai pendapat dari Gusti *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa petani yang memiliki pengalaman bertani dalam jangka waktu panjang umumnya memiliki tingkat pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang usahatani.

Para petani krisan yang mempunyai pengalaman berusahatani kurang lebih 10 tahun umumnya berada pada tahap adaptasi dan eksplorasi dalam kegiatan usahatani. Petani dengan pengalaman tersebut mempunyai karakteristik cenderung lebih terbuka terhadap informasi baru dan mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi terhadap metode yang lebih efisien dan menguntungkan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Setiyowati *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa pengalaman berusahatani yang cukup lama cenderung meningkatkan kemampuan petani dalam memahami dan menerapkan inovasi dalam kegiatan usahatani.

Minat Petani Terhadap Pemasaran Digital Bunga Krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang

Minat adalah aspek psikologis yang mencerminkan ketertarikan individu terhadap suatu hal yang mendorong terciptanya keterlibatan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Maulana *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa minat dapat diartikan sebagai bentuk perasaan suka atau ketertarikan individu terhadap suatu aktivitas atau objek. Minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan adalah ketertarikan petani untuk menggunakan media digital sebagai sarana memasarkan bunga krisan. Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 52% petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng mempunyai minat yang rendah terhadap pemasaran digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemasaran digital masih belum menjadi sarana yang menarik perhatian para petani sehingga penggunaannya masih terbatas. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Muhammad *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa minat adalah suatu aspek yang menghubungkan antara individu dengan suatu hal. Petani krisan yang kurang berminat terhadap pemasaran digital sebagian besar adalah petani yang berusia di atas 50 tahun. Petani dari kelompok usia tersebut cenderung awam dan tidak mempunyai pengalaman memanfaatkan media digital untuk mempromosikan serta memasarkan hasil panen bunga krisan.

Petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng kurang berminat terhadap pemasaran digital dikarenakan oleh berbagai faktor, salah satunya faktor internal yang berasal dari dalam diri individu. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Killis dalam Makabori dan Tapi (2019) yang

menyatakan bahwa faktor-faktor yang membentuk minat pada individu berasal dari faktor dorongan dari dalam diri individu, faktor motif sosial, dan faktor emosional. Sebagian besar petani krisan yang berusia di atas 50 tahun memiliki tingkat pemahaman yang rendah terhadap perangkat elektronik seperti *smartphone*. Disamping itu, para petani lanjut usia beranggapan bahwa pemasaran digital rumit dan berisiko karena ketidakpastian pembayaran dan kurangnya kepercayaan antara petani dan pembeli. Sejumlah petani pernah mengalami kendala transaksi yang menyebabkan kerugian yaitu pembatalan transaksi secara sepihak oleh pembeli, pembayaran yang tidak terselesaikan, hingga tindakan penipuan. Para petani telah terbiasa dan nyaman menggunakan pemasaran tradisional karena dianggap lebih cepat, aman, dan transparan. Kondisi tersebut sesuai dengan karakteristik para petani lanjut usia yang menyukai transaksi langsung dan perputaran uang yang cepat.

Berbeda dengan petani lanjut usia, para petani muda berminat terhadap pemasaran digital. Minat petani muda terhadap pemasaran digital didukung oleh pemahaman dan kemampuan penggunaan perangkat elektronik yaitu *smartphone*. Minat petani selain disebabkan oleh kemampuan dalam dirinya juga disebabkan oleh lingkungan sekitarnya yang telah mengetahui maupun mencoba pemasaran digital. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hamalik dalam Maulana *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi minat dapat berasal dari lingkungan sosial seperti keluarga, kelompok bermain, dan sekolah. Para petani muda beranggapan bahwa pemasaran digital lebih efisien dan mampu menjangkau pasar lebih luas. Petani muda memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan bunga krisan dan tetap melakukan pemasaran melalui Pasar Bunga Bandungan untuk mempertahankan pelanggan di pasar.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Petani Terhadap Pemasaran Digital Bunga Krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	-8,918	-2,581	0,011
Harapan Kinerja (X1)	-0,150	-2,692	0,008
Harapan Upaya (X2)	0,476	7,407	< 0,001
Pengaruh Sosial (X3)	0,131	1,253	0,213
Kondisi Pendukung (X4)	0,208	3,128	0,002
R Square (R ²)	0,729		
F hitung	63,799		
Sig.	< 0,001		

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan Tabel 5. diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -8,918 - 0,150X_1 + 0,476X_2 + 0,131X_3 + 0,208X_4 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui nilai koefisien determinasi (R²) 0,729. Nilai koefisien determinasi 0,729 berarti bahwa variabel bebas yang terdiri dari harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung mampu menjelaskan minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang sebesar 72,9% sedangkan 27,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian. Koefisien determinasi mendekati satu berarti bahwa semakin besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Yana (2022) yang menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi berkisar antara angka nol hingga satu sehingga semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

Berdasarkan hasil uji F diketahui F hitung 63,799 > F tabel 2,47 dan nilai signifikansi 0,001 ≤ 0,05 sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak yang berarti bahwa variabel harapan kinerja (X1), harapan upaya (X2), pengaruh sosial (X3), serta kondisi pendukung (X4) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang (Y). Harapan kinerja (X1), harapan upaya (X2), pengaruh sosial (X3), serta kondisi pendukung (X4) secara serempak membangun minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang (Y). Hal tersebut sesuai kondisi yang terdapat di lokasi penelitian bahwa petani tertarik terhadap pemasaran digital jika pemasaran digital

dapat meningkatkan hasil penjualan (harapan kinerja), mudah digunakan (harapan upaya), diketahui dan digunakan di lingkungan sekitar (pengaruh sosial), dan didukung oleh sarana yang memadai (kondisi pendukung). Hal tersebut sesuai pendapat En dan Siew (2022) yang menyatakan bahwa model UTAUT terdiri dari empat variabel yang memengaruhi minat berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*behavioral use*) yaitu variabel harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan upaya (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*).

Berdasarkan hasil uji t diketahui harapan kinerja mempunyai nilai t hitung $-2,692 < t$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,008 \leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel harapan kinerja (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan (Y). Harapan kinerja adalah variabel yang mencerminkan keyakinan individu terhadap manfaat dari pemasaran digital. Hal tersebut sesuai pendapat dari Venkatesh *et al.* dalam Larasati *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) adalah ukuran sejauh mana penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Variabel harapan kinerja dalam penelitian ini mempunyai pengaruh signifikan secara parsial dengan arah negatif yang berarti bahwa semakin tinggi harapan petani terhadap manfaat pemasaran digital, maka semakin rendah minat petani untuk menggunakannya. Secara teoritis, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan pendapat dari Sihombing *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa semakin besar kinerja atau performa teknologi yang dirasakan oleh petani maka semakin kuat minat petani terhadap teknologi tersebut.

Petani muda di Desa Candi dan Desa Kenteng memiliki keyakinan yang tinggi terhadap manfaat pemasaran digital karena terbiasa menggunakan teknologi dan memahami keunggulannya. Sementara itu, petani lanjut usia kurang percaya terhadap manfaat pemasaran digital karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan teknologi. Ketidakesesuaian antara harapan dengan pengetahuan dan kemampuan khususnya pada petani lanjut usia menimbulkan rasa kurang percaya diri untuk menggunakan pemasaran digital. Selain itu, petani masih mempunyai keraguan terhadap efektivitas pemasaran digital karena belum merasakan manfaat langsung dari pemasaran digital. Keraguan terhadap efektivitas pemasaran digital menunjukkan tingginya harapan kinerja tidak selalu diikuti dengan peningkatan minat petani. Hal tersebut menjelaskan hasil penelitian bahwa harapan kinerja mempunyai hubungan dengan arah negatif terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan.

Harapan upaya mempunyai nilai t hitung $7,407 > t$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,001 \leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel harapan upaya (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan (Y). Harapan upaya adalah variabel yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemudahan dalam menggunakan pemasaran digital. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Venkatesh *et al.* dalam Sihombing *et al.* (2024) yang menyatakan harapan upaya merupakan tingkat usaha atau kemudahan untuk menggunakan teknologi. Variabel harapan upaya dalam penelitian ini berpengaruh signifikan secara parsial dengan arah positif yang berarti bahwa semakin mudah penggunaan pemasaran digital, maka semakin tinggi minat petani untuk menggunakannya. Secara teoritis, hal tersebut sesuai pendapat Sihombing *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat harapan upaya (*effort expectancy*) maka akan semakin besar minat petani untuk menggunakan teknologi dalam pertaniannya.

Petani muda di Desa Candi dan Desa Kenteng cenderung berminat pada pemasaran digital karena mereka menilai teknologi ini mudah untuk dipahami dan digunakan dalam kegiatan usahatani. Sebagian besar petani muda telah terbiasa menggunakan perangkat elektronik seperti *smartphone* dan media digital seperti situs web, media sosial, aplikasi mobile, dan lainnya dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendukung proses belajar dan mempercepat proses adaptasi. Sementara itu, petani lanjut usia mempunyai keterbatasan dalam mengakses dan memanfaatkan media digital akibat kurangnya pengetahuan dan pengalaman sehingga memengaruhi kepercayaannya terhadap kemudahan penggunaan pemasaran digital. Meskipun demikian, petani lanjut usia meyakini bahwa pemasaran digital mudah untuk dipahami dan digunakan jika mereka mempunyai pengetahuan dasar mengenai penggunaan perangkat elektronik dan media digital. Petani krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng baik petani muda maupun petani lanjut usia mempertimbangkan tingkat kemudahan penggunaan pemasaran digital sebelum memutuskan menggunakannya. Petani semakin berminat terhadap pemasaran digital jika mudah dipahami dan digunakan dalam memasarkan

bunga krisan. Hal tersebut dapat menjelaskan hasil penelitian bahwa harapan upaya mempunyai hubungan dengan arah positif terhadap minat petani dalam menggunakan pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan.

Pengaruh sosial mempunyai nilai t hitung $1,253 < t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,213 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa variabel pengaruh sosial (X_3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan (Y). Pengaruh sosial adalah variabel yang mencerminkan mengenai lingkungan sosial yang meningkatkan minat petani terhadap pemasaran digital. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Venkatesh *et al.* (2024) yang menyatakan pengaruh sosial (*social influence*) merupakan sejauh mana individu merasa lingkungan sosialnya yaitu keluarga, teman, atau kelompoknya mendukung penggunaan suatu teknologi. Variabel pengaruh sosial pada penelitian ini tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan. Secara teoritis, hasil dalam penelitian ini bertolak belakang dengan pendapat dari En dan Siew (2022) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat petani dalam penggunaan teknologi. Namun, hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sentoso (2022) dan Sihombing *et al.* (2024) bahwa variabel pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat petani pada pemasaran digital bunga krisan.

Lingkungan sosial petani yang mencakup lingkungan keluarga, kelompok, dan masyarakat tidak memengaruhi minat petani dalam menggunakan pemasaran digital bunga krisan. Pengaruh dari lingkungan sekitar petani tidak meningkatkan minat petani untuk menggunakan pemasaran digital. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sihombing *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa dorongan lingkungan sosial baik dari sesama petani atau orang lain tidak menyebabkan petani semakin berminat untuk menggunakan teknologi. Kondisi tersebut karena di dalam proses pengambilan keputusan, petani lebih mempertimbangkan pengalaman pribadinya dibandingkan pengaruh lingkungan sekitarnya. Selain itu, pemasaran digital tergolong inovasi baru bagi petani sehingga belum banyak bukti keberhasilannya. Keterbatasan bukti keberhasilan pemasaran digital menyebabkan kurangnya referensi petani dalam proses pengambilan keputusan. Hal tersebut berkaitan teori difusi inovasi yang dikemukakan Rogers (2003). Sebagian besar petani krisan di Kecamatan Bandungan berada dalam kategori mayoritas akhir dan laggard. Kategori pengadopsi inovasi tersebut pada umumnya memerlukan bukti manfaat inovasi dan rekomendasi dari orang berpengaruh di lingkungan sekitarnya. Keterbatasan bukti keberhasilan pemasaran digital dari sesama petani maupun lingkungan sekitar menyebabkan pengaruh sosial belum cukup kuat mendorong minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan. Hal tersebut menjelaskan hasil penelitian bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan.

Kondisi pendukung memiliki nilai t hitung $3,128 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansi $0,002 \leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel kondisi pendukung (X_4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan (Y). Kondisi pendukung adalah variabel yang menunjukkan sumber daya atau faktor pendukung yang dimiliki petani yang menunjang penggunaan pemasaran digital. Hal tersebut sesuai pendapat Larasati *et al.* (2024) yang menyatakan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) yaitu ketersediaan sumberdaya dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi. Variabel kondisi pendukung dalam penelitian ini mempunyai pengaruh signifikan secara parsial dengan arah positif terhadap variabel minat petani pada pemasaran digital bunga krisan. Secara teoritis, hasil penelitian sesuai pendapat Sihombing *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa semakin tinggi akses petani terhadap sumberdaya, pengetahuan, serta fasilitas yang mendukung penggunaan teknologi maka semakin besar minat untuk menggunakan teknologi.

Kondisi pendukung berkaitan dengan ketersediaan infrastruktur mencakup akses listrik, jaringan telekomunikasi dan internet, pengetahuan dasar mengenai perangkat elektronik, dan penyuluhan yang memadai. Dukungan tersebut telah tercermin di Kecamatan Bandungan melalui kondisi sebagian petani bunga krisan di Desa Candi dan Desa Kenteng yang telah mempunyai dan mengetahui cara mengoperasikan perangkat elektronik serta mempunyai akses internet. Selain itu, dukungan lain berupa penyuluhan mengenai pemasaran digital pernah diperoleh sebagian kecil petani meskipun frekuensinya masih rendah. Berdasarkan informasi dari responden, dukungan penyuluhan mengenai pemasaran digital pernah diberikan oleh pihak BPP Kecamatan Bandungan, Dinas Pertanian, dan Dinas Kominfo. Penyuluhan yang diberikan meningkatkan pengetahuan

petani terkait pemasaran digital serta manfaatnya bagi kegiatan usahatani. Kondisi dapat tersebut menjelaskan hasil penelitian bahwa kondisi pendukung mempunyai hubungan dengan arah positif terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial dan kondisi pendukung secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang yaitu harapan kinerja, harapan upaya, dan kondisi pendukung. Faktor yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat petani terhadap pemasaran digital bunga krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang yaitu pengaruh sosial. Oleh karena itu diperlukan kesadaran mengenai manfaat pemasaran digital dan peningkatan peran orang berpengaruh di lingkungan petani untuk meningkatkan minat petani terhadap pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, L. N., dan Sugiarti, T. (2020). Tingkat pengetahuan petani terhadap pemanfaatan tanaman refugia di Desa Bandung Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. *Agriscience*, **1**(2): 353 – 366.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang. (2025). Kabupaten Semarang Dalam Angka 2025. Ungaran: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik Indonesia 2025. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Budiastuti, E. (2024). Tinjauan pustaka sistematis: pemasaran produk pertanian di era digital. *J. Suluh Tani*, **2**(1): 21 – 33.
- En, G. W. W., dan Siew, A. L. S. (2022). Factors influencing the behavioural intention for smart farming in Sarawak, Malaysia. *Journal of Agribusiness*, **9**(1): 37 – 56.
- Gusti, I. M., Gayatri, S., dan Prasetyo, A. S. (2021). Pengaruh umur, tingkat pendidikan dan lama bertani terhadap pengetahuan petani tentang manfaat dan cara penggunaan kartu tani di Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung. *J. Litbang Provinsi Jawa Tengah*, **19**(2): 209 – 221.
- Larasati, N., Putri, A. A., Soemodinoto, A. S., Alyssa, N., dan Shoofiyani, O. S. (2024). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology model to understand farmer's readiness: implementation of precision agriculture based on digital IoT monitoring apps in West Java, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*, **14**(3): 176 – 183.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D.W., Klar, J., dan Lwanga, S.K. 1997. Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Maghfira, A., Setiadi, A., dan Ekowati, T. (2017). Kontribusi usahatani bunga krisan terhadap pendapatan rumah tangga petani di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *J. Sosial Ekonomi Pertanian*, **1**(1): 26 – 33.
- Makabori, Y. Y., dan Tapi, T. (2019). Generasi muda dan pekerjaan di sektor pertanian: faktor persepsi dan minat (studi kasus mahasiswa Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari). *J. Triton*, **10**(2): 1 – 20.
- Maulana, A. R., Suminah, S., dan Rusdiyana, E. (2021). Faktor yang memengaruhi minat sarjana pertanian Fakultas Pertanian UNS untuk bekerja di bidang pertanian. *Journal of Agricultural Extension*, **45**(2): 89 – 96.
- Muhammad, A., Agustono, A., dan Wijianto, A. (2016). Faktor-faktor yang memengaruhi minat petani dalam berusahatani padi di Kecamatan Kebakkramat Kabupaten Karanganyar. *J. Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, **12**(2): 205 – 213.

- Rohmah, N., Santoso, S. I., dan Setiadi, A. (2018). Analisis rantai pasok bunga krisan pada kelompok tani Gemah Ripah di Dusun Clapar Desa Duren Kecamatan Bandungan Semarang. *J. Sungkai*, **6**(2): 28 – 40.
- Sentoso, Y. F. (2022). Minat petani terhadap penggunaan media sosial dalam pemasaran tomat pada era pandemi covid-19 di Kecamatan Cisurupan Kabupaten Garut. Skripsi. Politeknik Pembangunan Pertanian Bogor.
- Setiyowati, T., Fatchiya, A., dan Amanah, S. (2022). Pengaruh karakteristik petani terhadap pengetahuan inovasi budidaya cengkeh di Kabupaten Halmahera Timur. *J. Penyuluhan*, **18**(02): 208 – 218.
- Sihombing, M. T., Hubeis, M., dan Cahyadi, R. (2024). Analisis adopsi dan penggunaan aplikasi pertanian digital oleh petani skala kecil di Kabupaten Tuban dengan Model UTAUT. *J. Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, **19**(2): 78 – 90.
- Soleman, A. Y., dan Poli, B. J. (2020). Immerging solution (pulsing) on chrysanthemum cutting flower. *J. Agroekoteknologi Terapan*, **1**(1): 14 – 19.
- Ulfah, D. S., Helmi., dan Usman, Y. (2019). Kajian rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuak, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok. *Journal of Socio-economics on Tropical Agriculture*, **1**(3): 40 – 49.
- Walangitan, S. S., Longdong, I. A., dan Lengkey, L. (2017). Kajian penyimpanan dingin terhadap mutu bunga potong krisan. *Cocos*, **1**(1): 1 – 5.
- Wijayanti, P., Tambas, J. S., dan Tarore, M. L. G. (2023). Minat konsumen terhadap bunga potong krisan di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. *Agri-Sosioekonomi*, **19**(1): 457 – 464.
- Yana, E., Fitri, I., dan Yustisar, M. (2022). Analisis subsistem agroinput tanaman menghasilkan kopi arabika (*Coffea Arabica* Sp) terhadap tingkat produksi di Kecamatan Pegasing Kabupaten Aceh Tengah. *J. Sosiologi Pertanian dan Agribisnis*, **4**(1): 1 – 11.