

Orientasi Kewirausahaan dan Pasar sebagai Determinan Faktor Pascapanen Lada Muntok oleh Petani

Evahelda * , Iwan Setiawan , Rati Purwasih , dan Rufti Puji Astuti 

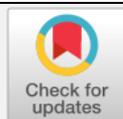
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi,
Universitas Bangka Belitung, 33172, Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia

* Korespondensi: evaheldaubb@gmail.com

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Hasil Penelitian



Sitasi Cantuman:

Evahelda, E., Setiawan, I.,
Purwasih, R., & Astuti, R. P.
(2021). *Entrepreneurial and
Market Orientation as
Determinants of Postharvest
Factors for Muntok Pepper by
Farmers*. *Society*, 9(1), 160-173.

DOI: [10.33019/society.v9i1.256](https://doi.org/10.33019/society.v9i1.256)

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh
Penulis, dipublikasi oleh Society

OPEN  ACCESS



Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-
NonKomersial-BerbagiSerupa
(CC BY-NC-SA)

ABSTRAK

Permasalahan kinerja usaha Lada Muntok terus menurun akibat ketidakmampuan petani menghadapi ketidakpastian harga, mengenali dan memahami kondisi pasar. Faktanya, jumlah pelaku usaha terus bertambah. Bersaing untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis sangat diperlukan, sehingga diperlukan petani wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses pascapanen yang dilakukan oleh petani Lada Muntok dan menganalisis apakah orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar merupakan faktor determinan yang mempengaruhi proses penanganan pascapanen. Metode penelitian menggunakan metode survei dengan melibatkan 60 petani. Analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM), menggunakan Smart Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penanganan pascapanen dipengaruhi secara signifikan oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, namun pengaruh orientasi kewirausahaan lebih besar daripada orientasi pasar. Petani melakukan penanganan pascapanen Lada Muntok dalam dua tahap. 50% petani melakukan proses perontokan, perendaman dan pengeringan. 50% petani tidak melakukan proses sortasi, grading, dan milling. Keputusan petani dalam penanganan pascapanen lebih banyak dipengaruhi oleh pengaruh orientasi kewirausahaan petani. Petani yang termotivasi untuk unggul, berani mengambil risiko, dan mau berinovasi dengan menggunakan metode produksi baru cenderung melakukan proses penanganan pascapanen yang baik, tidak hanya perontokan, perendaman, dan pengeringan tetapi juga pemilahan dan pengolahan produk turunan lada.

Dikirim: 6 November, 2020;

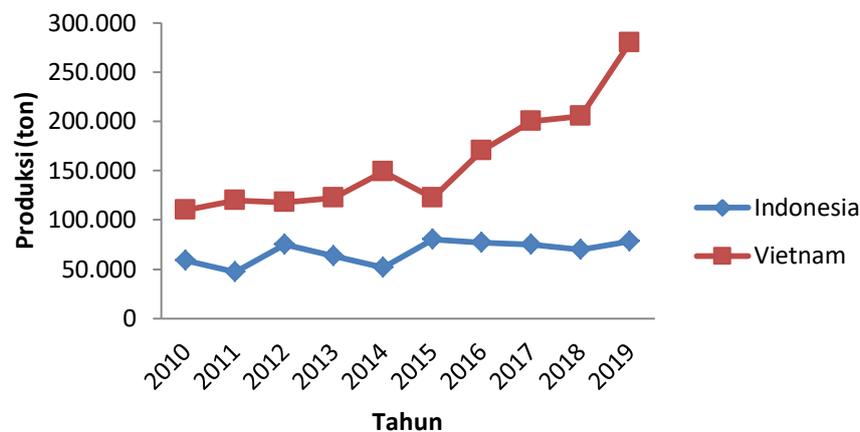
Diterima: 11 Januari, 2021;

Dipublikasi: 30 Juni, 2021;

Kata Kunci: Lada Muntok; Orientasi Kewirausahaan;
Orientasi Pasar; Pascapanen

1. Pendahuluan

Lada merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia. Lada juga merupakan komoditas primadona dalam komoditas perkebunan. Kontribusi Indonesia sebagai negara penghasil lada pernah menduduki peringkat pertama secara global, namun pada tahun 2017 Indonesia hanya memberikan kontribusi 19%, jauh di bawah kontribusi Vietnam sebesar 27% (Sulaiman & Darwis, 2019). Masalah penurunan kontribusi tidak lepas dari masalah penurunan produksi lada. Produksi lada Vietnam hingga tahun 2019 terus meningkat jauh di atas nilai produksi lada Indonesia (Gambar 1).



Gambar 1. Produksi lada Indonesia dan Vietnam

Sumber: IPC (2020)

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan salah satu daerah sentra penghasil komoditas Lada Muntok dan pemasok pasokan ekspor di Indonesia. Lada yang dibudidayakan di hampir semua kecamatan memiliki keunikan. Usahatani lada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sepenuhnya dikuasai oleh masyarakat (Heryanto & Nugraha 2018). Petani lada merupakan salah satu mata pencaharian utama masyarakat. Namun fenomena yang terjadi saat ini adalah pergeseran pilihan mata pencaharian dari petani lada menjadi petani kelapa sawit, karet atau bahkan kembali menjadi penambang timah. Pasalnya, kinerja usaha lada saat ini sedang menurun dan tidak berdampak nyata bagi kesejahteraan petani.

Salah satu kendala kinerja usaha Lada Muntok yang mengalami penurunan adalah ketidakmampuan petani dalam menentukan harga dalam memasarkan produknya. Kondisi ini menunjukkan bahwa petani belum mampu bersaing dalam menghadapi iklim usaha yang berubah dengan cepat. Ketidakmampuan petani untuk bersaing di pasar dapat disebabkan oleh masalah pada kemampuan petani untuk mengenali dan memahami kondisi pasar serta kemampuan dan keberanian untuk mengambil peluang yang belum mendapat perhatian. Hal ini karena hanya petani wirausaha yang dapat bersaing dan menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Artinya untuk mengatasi masalah ketidakmampuan petani bersaing adalah dengan menempa wirausahawan petani yang berorientasi pasar, berani mengambil resiko, terus berinovasi, dan memperhatikan kegiatan pascapanen berusaha memberikan kepuasan konsumen.

Kajian menyeluruh terhadap kinerja pemasaran Lada Muntok, baik dari segi produk maupun sumber daya manusia, masih diperlukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaku usaha dalam menghadapi dan menyikapi lingkungan bisnis yang dinamis. Kinerja pemasaran dipengaruhi oleh banyak faktor internal dan eksternal, antara lain kemampuan menciptakan keunggulan bersaing, inovasi penanganan pascapanen, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan (Witjaksono, 2014; Zebua & Priyanto, 2017). Kinerja pemasaran dinilai berdasarkan status orientasi petani terhadap pasar dan kewirausahaan. Diharapkan hasil yang diperoleh tidak hanya memberikan informasi apakah petani Lada Muntok berwirausaha tetapi juga memberikan gambaran tentang kondisi orientasi pasar di tingkat petani, bagaimana orientasi pasar terbentuk, dan apakah kondisi tersebut mempengaruhi pasca- kegiatan penanganan panen yang dilakukan oleh petani. Orientasi pasar juga berperan dalam mempengaruhi bentuk penanganan pascapanen. Menurut Kristono & Nadapdap. (2019) dan Zebua & Priyanto (2017), proses penanganan pascapanen bunga krisan oleh petani di Kecamatan Bandungan dipengaruhi oleh orientasi pasar.

Penelitian ini menduga bahwa ketidakmampuan petani untuk bersaing disebabkan oleh masalah kualitas produk dan tidak adanya upaya untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Penanganan pascapanen di tingkat petani bervariasi dan diduga dipengaruhi oleh sikap petani yang tidak berorientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji apakah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap proses penanganan pascapanen oleh petani Lada Muntok.

2. Tinjauan Pustaka

Orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) adalah orientasi perusahaan dengan prinsip pada upaya untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang (Lee & Chu, 2011). Orientasi kewirausahaan juga diartikan sebagai upaya untuk mengambil risiko yang inovatif, proaktif, otonom, dan agresif sebagai strategi untuk mengalahkan pesaing. Orientasi kewirausahaan dapat dilihat dari otonomi, inovasi, pengambilan risiko, pro-aktivitas, dan agresivitas kompetitif dapat bervariasi secara independen, tergantung pada konteks lingkungan dan organisasi (Lumpkin *et al.*, 2010). Selain itu, tindakan para pelaku usaha untuk mencari peluang baru secara inovatif, berani mengambil risiko dan proaktif memiliki hubungan yang erat dengan konsep Orientasi Kewirausahaan. Ahimbisibwe & Abaho (2013) menyatakan bahwa perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat akan lebih berani mengambil risiko dan tidak hanya terpaku pada strategi masa lalu. Selain kemampuan mengambil risiko, dimensi utama orientasi kewirausahaan adalah inovasi, yaitu kemauan dan kemampuan perusahaan untuk berpartisipasi dan mendukung ide-ide baru dan proses kreatif, yang menghasilkan proses, layanan, dan produk teknologi baru (Witjaksono, 2014). Menurut Witjaksono (2014), orientasi kewirausahaan terdiri dari indikator inovasi, pro-aktivitas, dan pengambilan risiko. Kumalaningrum (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi kewirausahaan dapat mencapai target pasar dan posisi pasarnya dengan lebih baik daripada pesaing. Perusahaan yang berorientasi pada kewirausahaan terus-menerus mengamati perubahan pasar dan merespons dengan cepat terhadap perubahan. Orientasi kewirausahaan perusahaan menciptakan kemampuan perusahaan untuk proaktif dan lebih berani mengambil risiko sehingga memiliki kemampuan lebih untuk berinovasi daripada pesaing dan memiliki keunggulan kompetitif melalui nilai kepuasan pelanggan yang diciptakan.

Proses penanganan pascapanen memiliki peran dalam menentukan kualitas produk. Bentuk penanganan pascapanen yang dilakukan oleh petani meliputi proses sortasi, grading dan pengemasan (Zebua & Priyanto, 2017; Kristono & Nadapdap, 2019). Struktur penanganan

pascapanen yang berbasis budaya berorientasi pasar pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan pembelian produk oleh pelanggan (Zebua & Priyanto, 2017). Banyak faktor yang mempengaruhi proses penanganan pascapanen. Menurut Kristono & Nadapdap (2019) dan Zebua & Priyanto (2017), proses penanganan pascapanen bunga krisan oleh petani di Kecamatan Bandungan dipengaruhi oleh orientasi pasar, terutama karena kemampuan berorientasi pada pelanggan.

Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Dewi & Ekawati (2017) menunjukkan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran diperoleh melalui variabel keunggulan bersaing yang dapat memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap proses penanganan pascapanen bunga krisan. Hubungan kausal antara variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan proses penanganan pascapanen dalam penelitian ini dianalisis dengan melihat bagaimana orientasi pasar mempengaruhi proses penanganan pascapanen secara langsung dan bagaimana orientasi kewirausahaan secara langsung mempengaruhi proses pascapanen. Penelitian ini juga mencoba menganalisis apakah ada pengaruh orientasi pasar terhadap proses pascapanen melalui orientasi kewirausahaan.

3. Metodologi Penelitian

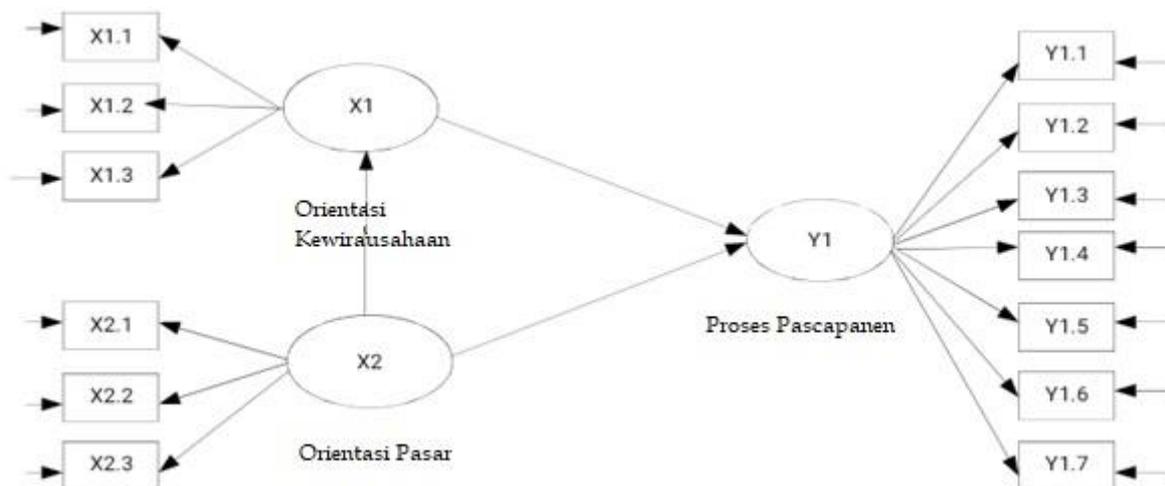
Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bangka Selatan, Kabupaten Bangka, dan Kabupaten Bangka Tengah. Penelitian dilakukan pada bulan April 2020 sampai dengan September 2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari sumber informasi melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan berpedoman pada kuesioner. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan studi literatur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan melibatkan 60 petani sebagai responden. Peneliti menggunakan metode *simple random sampling* dalam menentukan sampel penelitian. Data yang telah diperoleh selanjutnya diolah dan dianalisis secara deskriptif, baik kualitatif maupun kuantitatif. Data kuantitatif diolah dengan bantuan program Microsoft Excel 2010 dan dianalisis dengan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *smart Partial Least Squares* (PLS). Proses analisis data dilakukan melalui 2 tahap, yaitu analisis model atau analisis *Outer Model* (model pengukuran) dan analisis *Inner Model* (model struktural). Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *Loading Factor* (λ). Valid jika memiliki nilai *Loading Factor* (λ) lebih besar dari 0,5. Uji signifikansi dalam mengevaluasi model struktural didasarkan pada estimasi nilai koefisien parameter jalur, dan nilai t lebih dari 1,96. Uji signifikansi koefisien parameter jalur yang diestimasi dilakukan dengan menggunakan metode *resampling* yaitu *bootstrap*. Variabel penelitian yang diamati secara rinci dapat dilihat pada (Tabel 1).

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Variabel Laten	Variabel Manifes
1	Orientasi Kewirausahaan (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Kemauan/kemampuan petani menciptakan/menggunakan ide, produk atau cara yang baru (X1.1); - Keberanian/kemampuan petani menghadapi risiko dalam menjalankan usaha dengan perhitungan cermat dan memiliki antisipasi penyelesaian (X1.2); - Dorongan/keinginan petani Lada Muntok untuk mencapai kesuksesan (X1.3);

No	Variabel Laten	Variabel Manifes
2	Orientasi Pasar (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Upaya yang dilakukan petani untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan (X2.1); - Upaya petani untuk memahami kekuatan dan kelemahan produk maupun strategi dari pesaingnya (X2.2); - Upaya petani untuk mencari informasi tentang kondisi pasar(X2.3)
3	Proses Pascapanen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Menyortir produk yang layak dan tidak layak (lada menir,lada abu, lada enteng (Y1.1); - Pengelompokan produk berdasarkan kualitas (Y1.2); - Perlakuan petani dalam pengepakan lada berdasarkan kesesuaian ukuran dan jenis wadah kemasan (Y1.3); - Memberikan informasi produk pada kemasan(Y1.4); - Teknologi dan cara petani dalam Proses menghilangkan kulit daribuah lada melalui perendaman dan dampaknya pada mutu lada(Y.5); - Teknologi yang digunakan dan cara petani dalam proses perontokan dan dampaknya pada mutu lada(Y1.6); - Teknologi yang digunakan dan cara petani dalam proses penjemuran dan dampaknya pada mutu lada (Y1.7)

Model penelitian dibangun dengan dua variabel laten eksogen yaitu (X1) orientasi kewirausahaan dan (X2) orientasi pasar, satu variabel laten eksogen (Y1) proses pascapanen. Model penelitian yang dibangun juga melibatkan tiga belas variabel manifes (**Tabel 1**).



Gambar 2. Diagram Lintas Model Penelitian orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar sebagai determinan faktor yang mempengaruhi proses pascapanen oleh petani Lada Muntok

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Proses penanganan pascapanen memiliki peran dalam menentukan kualitas produk. Penelitian ini melibatkan petani yang tergabung dalam kelompok tani di Kabupaten Bangka dan Kabupaten Bangka Selatan. Proses penanganan pascapanen, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar diukur berdasarkan penilaian persepsi petani. Hasil pengukuran secara rinci terdapat pada **Tabel 2**. Berdasarkan data pada **Tabel 2**, terlihat bahwa persentase persepsi petani terhadap ketiga variabel secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Empat puluh sembilan petani, atau 81,67%, menilai kategori tinggi, dan sepuluh petani, atau 16,67%, memberi peringkat sangat tinggi. Artinya penilaian petani terhadap indikator orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan proses penanganan pascapanen didominasi oleh pernyataan setuju sampai sangat setuju.

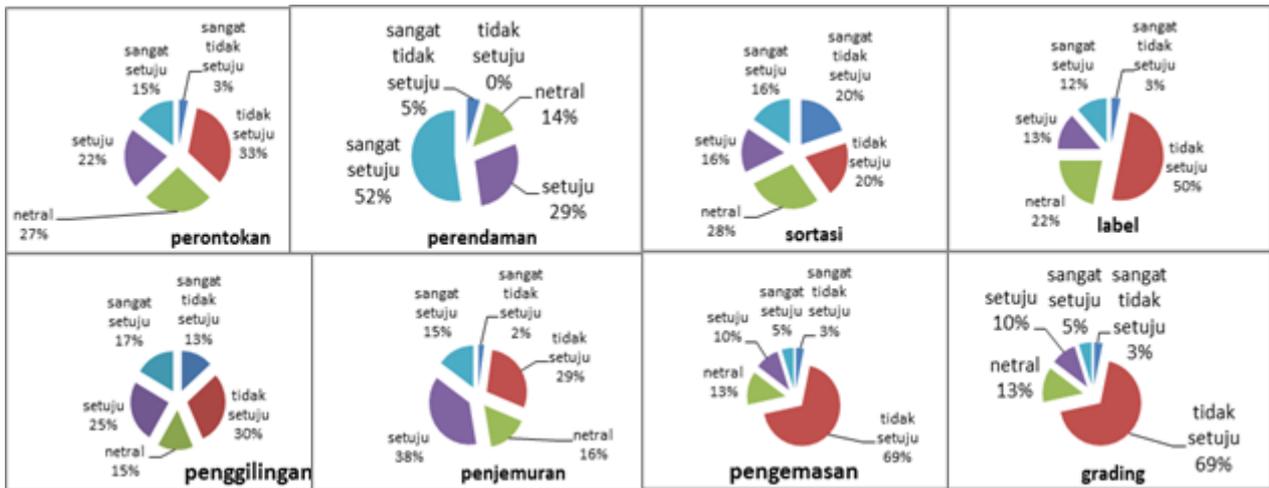
Tabel 2. Persentase penilaian persepsi petani terhadap orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan proses pascapanen berdasarkan skala kategori penilaian persepsi

Kategori Persepsi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Sangat tinggi	10	16,67
Tinggi	49	81,67
Rendah	1	1,67
Sangat rendah	0	0
Total	60	100

4.1. Proses Pascapanen Lada Muntok

Proses penanganan pascapanen Lada Muntok oleh petani dilakukan dalam dua tahap; yaitu, tahap pertama terdiri dari perontokan, perendaman, penggilingan, dan pengeringan buah, sedangkan tahap kedua terdiri dari proses sortasi, *grading*, pelabelan, dan pengemasan. Proses penanganan pascapanen dinilai berdasarkan cara pandang atau persepsi petani. Hasil pengukuran secara detail terdapat pada **Gambar 3**. Kajian ini menemukan bahwa petani lada melakukan semua proses pascapanen yaitu perontokan, perendaman, penggilingan, penjemuran, sortasi, *grading*, pelabelan dan pengemasan. Berdasarkan data pada **Gambar 3** terlihat bahwa pada tahap pertama sebagian besar petani atau lebih dari 50% petani melakukan proses perendaman dan penjemuran.

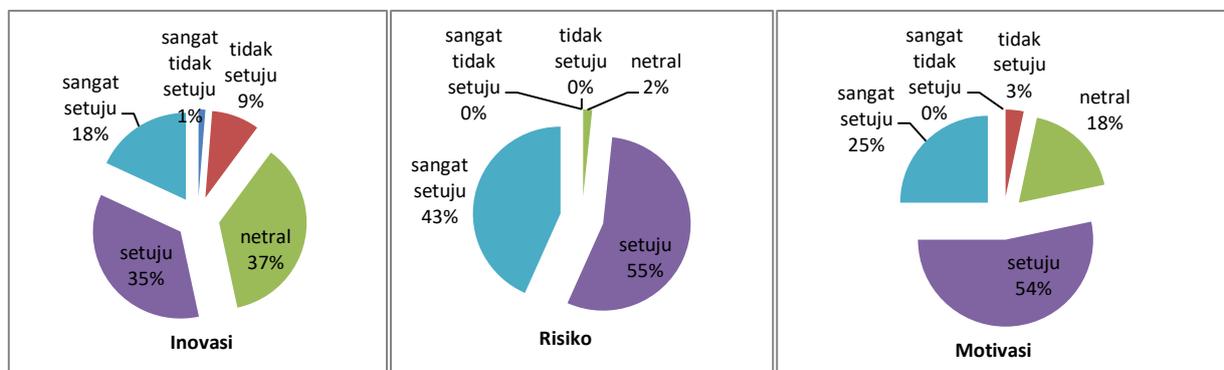
Sebaliknya, proses perontokan dan penggilingan hanya dilakukan oleh sebagian petani yang berdomisili di Kabupaten Bangka. Berdasarkan data pada **Gambar 3** juga terlihat bahwa pada tahap kedua ini lebih dari 50% atau sebagian besar petani tidak melakukan proses *grading*, labeling, dan packaging. Sebaliknya, sebagian petani masih melakukan proses sortasi. Proses sortasi, *grading*, pelabelan, dan pengemasan terutama dilakukan oleh petani yang berdomisili di Kabupaten Bangka Selatan. Menurut **Arwati (2018)**, petani di Desa Tellu Boccoe dapat menghasilkan lada putih yang berkualitas karena memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam kegiatan pengolahan pascapanen.



Gambar 3. Proses penanganan pascapanen lada

4.2. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini dilihat dari tiga indikator yaitu inovasi petani, kemauan mengambil resiko dan motivasi berprestasi. Kumalaningrum (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada kewirausahaan, memiliki kemampuan lebih untuk berinovasi, lebih proaktif dalam memahami kondisi pasar, dan berani mengambil risiko. Petani yang berorientasi wirausaha dalam mengelola usahatani dinilai memiliki kemampuan berinovasi dan mengambil risiko yang lebih baik, serta lebih proaktif. Orientasi kewirausahaan dinilai berdasarkan cara pandang dan persepsi petani, detail hasil pengukuran ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Inovasi, Risiko, dan Motivasi

Inovasi dalam penelitian ini dinilai berdasarkan sikap petani terhadap kemauan berinovasi, tingkat penggunaan teknologi, dan penggunaan metode baru dalam produksi, pengolahan pascapanen, dan pemasaran. Petani Lada Muntok berorientasi pada kewirausahaan dalam mengelola lahan pertaniannya. Lebih dari 50% petani setuju bahwa petani saat ini bisa berinovasi. Hasil penilaian persepsi petani pada Gambar 4 memberikan informasi bahwa sebanyak 35% petani setuju dan 18% sangat setuju petani dapat berinovasi. Kesiapan berinovasi menentukan kemampuan petani dalam berinovasi produk. Hasil penelitian sebelumnya oleh Parkman *et al.* (2012), Hafeez *et al.* (2012), Wang *et al.* (2015), dan Suyanto &

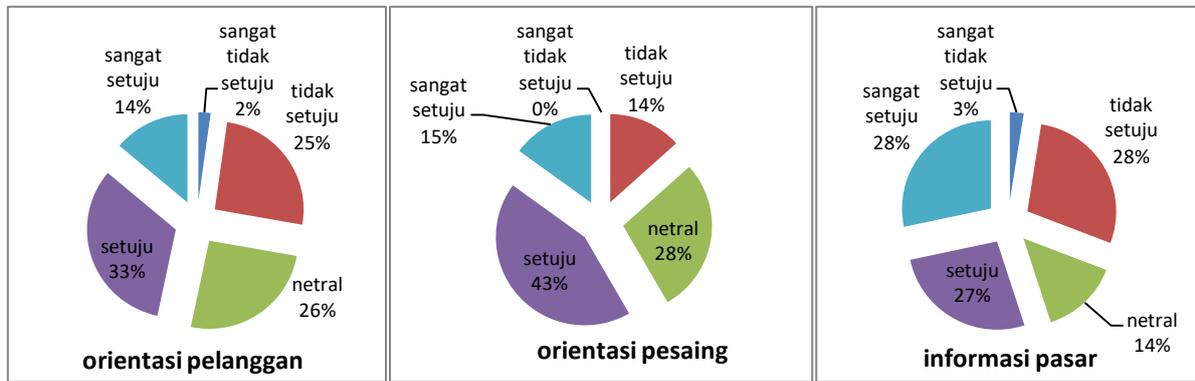
Pratono (2014) menemukan hubungan positif dan signifikan antara kemampuan berinovasi dengan kemampuan berorientasi kewirausahaan. Dalam hal ini variabel orientasi kewirausahaan ditunjukkan dengan indikator fleksibilitas,antisipasi, proaktif, inovasi, dan keberanian mengambil risiko. Semakin tinggi kemampuan orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi pula kemampuan berinovasi. Data pada **Gambar 4** juga memberikan informasi bahwa tidak semua petani memiliki kemampuan berinovasi. 37% petani memberikan pernyataan netral yang artinya masih ada petani yang belum mengetahui perkembangan inovasi dalam mengelola usahatani, dan masih menggunakan cara produksi, pengolahan pascapanen, dan pemasaran hasil, sejak awal usaha sampai saat dilakukannya penelitian.

Risiko dalam penelitian ini dinilai berdasarkan pengetahuan petani tentang jenis risiko, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan merespon dampak risiko. Petani Lada Muntok memiliki orientasi kewirausahaan dalam mengelola lahan pertaniannya. 98% petani setuju bahwa mereka berani mengambil risiko, menanggapi risiko, dan mengetahui risiko dalam pekerjaan, keuangan, produksi, dan investasi mereka. Penilaian persepsi petani pada **Gambar 4** memberikan informasi bahwa sebanyak 55% petani setuju, 43% menyatakan sangat setuju pada penilaian variabel risiko. Artinya pengelolaan usahatani Lada Muntok masih memerlukan perhatian pemerintah karena usaha ini masih mengandung resiko yang tinggi terutama dari segi produksi dan keuangan.

Motivasi dalam penelitian ini ditempatkan sebagai indikator untuk menilai orientasi kewirausahaan petani. Motivasi diukur berdasarkan keinginan petani untuk berprestasi, keinginan mempertahankan sebagai sumber pendapatan, dan keinginan petani untuk terus belajar dan memahami produk yang diinginkan konsumen. Menurut Bertnus (2009), sebagaimana dikutip dalam Arwati (2018), motivasi ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengambil tindakan. Petani Lada Muntok memiliki orientasi kewirausahaan dalam mengelola usahatannya, dan petani memiliki motivasi yang tinggi. Sebanyak 79% petani setuju bahwa meskipun memiliki risiko tinggi dalam bertani, namun petani memiliki dorongan yang kuat untuk terus menjaga keberlangsungan usaha, memperoleh keuntungan yang maksimal, dan mempelajari pasar, serta menghasilkan produk yang diinginkan konsumen.

4.3. Orientasi Pasar

Orientasi pasar dalam penelitian ini diamati dari tiga indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan informasi pasar. Perubahan preferensi konsumen dan meningkatnya persaingan global merupakan dua masalah yang tidak dapat dihindari. Petani yang berorientasi pasar diperlukan untuk menghadapinya. Orientasi pasar dinilai berdasarkan perspektif dan persepsi petani, dan detail hasil pengukuran ada pada Gambar 5.



Gambar 5. Orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan informasi pasar

Data pada **Gambar 5** menunjukkan bahwa petani Lada Muntok berorientasi pasar dalam mengelola usahatannya. Lebih dari 50% petani setuju bahwa mereka telah berusaha untuk berorientasi pada pesaing dan terus menggali informasi pasar. Berdasarkan data pada **Gambar 5** juga dapat dilihat bahwa hanya 47% petani yang menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa mereka juga berorientasi pada pelanggan dalam mengelola usahatannya. Artinya dalam mengelola usahatannya, petani Lada Muntok sudah berorientasi pasar dengan aktif mencari informasi pasar terkait perkembangan harga, mengetahui siapa pesaingnya, mengetahui kelemahan dan kelebihan produk pesaing, teknologi pascapanen, dan strategi pemasaran pesaing. Namun, tidak semua petani berorientasi pada pelanggan. 27% petani menyatakan tidak mengetahui target pasar dan kualitas produk yang dibutuhkan pelanggan. Sebagai perbandingan, 26% petani telah berusaha mengetahui target pasar dan kualitas produk yang dibutuhkan pelanggan tetapi tidak dapat memproduksi sesuai kebutuhan pelanggan.

4.4. Analisis Determinan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Petani Lada Muntok dalam Melakukan Proses Pascapanen

4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran

Tujuan utama mengevaluasi model pengukuran adalah untuk menentukan apakah suatu indikator (variabel manifes) dapat mengukur konstruk (variabel laten). Hasil analisis model pengukuran (*Outer Model*) melalui proses algoritma PLS, tiga variabel indikator pada proses laten pascapanen tidak valid. Setelah dilakukan verifikasi model, semua variabel indikator valid dengan nilai akuisisi *loading factor* lebih besar dari 0,5. Artinya secara keseluruhan indikator yang digunakan dapat mengukur konstruk. Keseluruhan indikator dari variabel yang diukur adalah valid, yang mencerminkan variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan pascapanen. Nilai *loading factor* pada **Tabel 3** menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan laten dan orientasi pasar dominan sangat dicerminkan oleh indikator inovasi (X1.1) dan informasi pasar (X2.3). Sebaliknya, terdapat indikator perendaman (Y1.5) pada proses pascapanen laten yang paling dominan mencerminkan laten secara kuat.

Tabel 3. Kontribusi variabel indikator karakteristik personal berdasarkan nilai *loading factor* dan *t-value*, serta reliabilitas variabel pengamatan

Variabel Laten	Variabel Manifes	Loading Factor	T-value	Cronbach's Alpha	AVE	Validitas	Reliabilitas
Orientasi Kewirausahaan (X1)							
	Inovasi	0,886		0,830	0,533	Valid	Reliable
	Pengambilan Risiko	0,755					
	Motivasi Berprestasi	0,532					
Orientasi Pasar (X2)							
	Orientasi Pelanggan	0,724		0,882	0,741	Valid	Reliable
	Orientasi Pesaing	0,536					
	Informasi Pasar	0,775					
Proses Pascapanen (Y)							
	Sortasi	-0,446		0,780	0,560	Tidak Valid	Reliable
	Grading	0,364				Tidak Valid	
	Pengemasan	0,784				Valid	
	Labelling	0,614				Valid	
	Perendaman	0,804				Valid	
	Perontokan	-0,432				Tidak Valid	
	Penjemuran	0,621				Valid	
	Penggilingan	-0,446				Tidak Valid	

Evaluasi model pengukuran juga dilakukan dengan menilai reliabilitas berdasarkan nilai AVE dan *Composite Reliability* (CR). Hasil analisis data pada model pengukuran juga memberikan informasi bahwa variabel indikator yang digunakan memenuhi persyaratan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa angka lebih besar dari 0,7 dan *Average Extracted Variance* (AVE) lebih besar dari 0,5 (Tabel 3). Artinya semua variabel indikator yang digunakan dapat mengukur konstruk dengan andal.

4.4.2. Evaluasi Model Struktural

Tujuan dari evaluasi model struktural adalah untuk melihat hubungan antar konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter jalur dan tingkat signifikansinya (Ghozali & Latan, 2012). Evaluasi model struktural dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat tiga bentuk hubungan konstruk laten, yaitu pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap proses pascapanen (H1), pengaruh orientasi pasar terhadap proses pascapanen (H2), dan pengaruh orientasi pasar terhadap proses pascapanen (H2), dan pengaruh orientasi pasar terhadap proses pascapanen, melalui orientasi kewirausahaan (H3). Hasil uji signifikansi semua hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai koefisien parameter jalur pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap petani melakukan proses pascapanen

Hipotesis	Original Sample	T-value	Keterangan
Orientasi kewirausahaan > pascapanen	0,460	3,144*	Signifikan
Orientasi pasar > pascapanen	0,320	2,016*	Signifikan
Orientasi pasar > orientasi kewirausahaan > pascapanen	0,267	2,823*	Signifikan

*Signifikansi t ((0,05):1,96)

Hasil analisis evaluasi model struktural pada **Tabel 4** menunjukkan bahwa *T-value* dari ketiga hubungan sebab akibat yang dibangun pada model penelitian lebih besar dari standar yaitu 1,96. Artinya orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan faktor penentu bagi petani untuk melakukan proses penanganan pascapanen. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap proses penanganan pascapanen Lada Muntok. Nilai *Original Sample* pada **Tabel 4** menunjukkan besarnya nilai koefisien parameter jalur dan arah hubungan kedua variabel. Semakin besar nilai koefisiennya, berarti pengaruh variabel yang diestimasi semakin kuat. Dengan kata lain, hubungan kausal adalah yang paling penting dalam model. Nilai koefisien parameter jalur orientasi kewirausahaan terhadap proses pascapanen sebesar 0,460, lebih besar dari pengaruh orientasi pasar sebesar 0,320. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kausal yang paling penting untuk variabel pascapanen adalah variabel orientasi kewirausahaan petani Lada Muntok.

Hasil lain dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dari hubungan sebab akibat yang dibangun. Hasil analisis data juga menunjukkan pengaruh tidak langsung orientasi pasar terhadap proses pascapanen melalui orientasi kewirausahaan dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,267. Artinya upaya petani untuk mencari informasi harga, memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, serta memahami produk yang dibutuhkan pelanggan akan menentukan cara petani dalam proses penanganan pascapanen. Semakin kuat motivasi berprestasi, keberanian petani mengambil resiko, dan kemauan berinovasi, semakin besar kemungkinan petani dapat menghasilkan produk sesuai kebutuhan pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [Kristono & Nadapdap \(2019\)](#) menemukan bahwa orientasi pasar merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi petani untuk pascapanen krisan, yaitu melalui upaya petani untuk memproduksi krisan sesuai kebutuhan pelanggan. Petani memahami bahwa selera konsumen krisan ditentukan oleh jenis bunga, warna, batang, bentuk, dan ukuran bunga. Hal ini menjadi perhatian petani untuk memilih jenis bunga yang akan ditanam dan cara penanganan panennya. Mayoritas pelanggan produk krisan di Kecamatan Bandungan adalah dekorator, dan produk yang dibutuhkan hanya berdasarkan jenis, warna, panjang batang, dan kesegaran bunga. Petani tidak melakukan proses pelabelan, dan inovasi pengemasan hanya menggunakan kotak styrofoam untuk menjaga kesegaran selama pengiriman jarak jauh.

Petani Lada Muntok di Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan meyakini bahwa untuk mendapatkan harga yang menguntungkan, selain perlu kebijakan pemerintah, petani juga harus menghasilkan produk sesuai kebutuhan pelanggan. Pencarian informasi pasar menghasilkan kesadaran petani akan kesenjangan harga di tingkat petani dan di pasar internasional. Petani memahami bahwa produk lada yang dibutuhkan di pasar internasional adalah Lada Muntok *go green* yang memiliki kadar air < 12%, kandungan negatif *Escherichia coli* (*E. coli*), dan terjamin kebersihannya. Namun untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, petani

masih terkendala jumlah produksi yang belum mampu memenuhi target pengiriman 20 ton/bulan. Petani memahami bahwa kekuatan pesaingnya di Bangka Barat telah mampu menghasilkan 20 ton lada *go green* per bulan. Petani desa Delas berinovasi dalam penggunaan benih, penerapan teknologi pengolahan pupuk organik, membangun standar kualitas kolam rendam, membangun rumah UV *dryer*, dan membangun kemitraan petani untuk menghasilkan lada *go green* yang menerapkan kontrol kualitas dalam penanganan pascapanen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka saat ini. Petani juga berusaha meningkatkan nilai tambah produknya melalui pengolahan lada giling. Petani terus berinovasi menggunakan kemasan *double seal* untuk menjaga kualitas produk dan melengkapi atribut produk pada kemasan. Petani di Desa Petaling Banjar belum melakukan hal tersebut. Inovasi yang dilakukan oleh petani di Desa Petaling Banjar ini adalah mengaplikasikan perontok buah dan mesin penggilingan untuk memisahkan kulit buah setelah melalui proses perendaman.

Orientasi pasar merupakan salah satu indikator kewirausahaan petani. Menurut Darmadji (2012), petani cabai dan padi di Kabupaten Sleman berorientasi pasar dengan mencari harga yang menguntungkan dan memahami siapa konsumennya, menerapkan cara atau cara produksi baru sehingga memiliki potensi kewirausahaan yang tinggi. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa petani yang memiliki sikap berorientasi pasar dapat berinovasi, memiliki motivasi berprestasi, dan berani mengambil risiko dalam mengelola usahatannya. Inovasi dan pengambilan risiko merupakan dimensi terkuat dari orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan Witjaksono (2014) bahwa inovasi merupakan dimensi utama dari orientasi kewirausahaan. Inovasi juga dapat dilihat dari keinginan seseorang untuk meninggalkan cara lama, terlibat dalam ide-ide baru. Tidak hanya itu, menurut Pangeran (2012), inovasi juga ditunjukkan dengan mengembangkan produk untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Pangeran (2012) juga menyatakan bahwa kemampuan dan keberanian seseorang untuk mengambil risiko ditunjukkan dari keinginan dan komitmennya untuk mengambil risiko. Dimensi motivasi juga mempengaruhi proses penanganan pascapanen Lada Muntok oleh petani. Hal ini juga mengikuti hasil penelitian Kristono & Nadapdap (2019) yang menemukan adanya pengaruh motivasi terhadap proses penanganan pascapanen. Motivasi diartikan sebagai dorongan untuk mengambil keputusan dan bertindak pascapanen untuk mencapai tujuan. Alasan petani melakukan proses pascapanen sesuai kebutuhan pelanggan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa petani melakukan penanganan pascapanen Lada Muntok melalui dua tahap. 50% petani melakukan proses perontokan, perendaman, dan pengeringan. 50% tidak melakukan proses sortasi, *grading*, dan penggilingan. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar merupakan faktor penentu petani melakukan proses pascapanen, keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pascapanen. Keputusan petani dalam penanganan pascapanen lebih banyak dipengaruhi oleh pengaruh orientasi kewirausahaan petani.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Bangka Belitung atas dana hibah Penelitian Dosen Tingkat Jurusan pada tahun 2020 dan pihak-pihak yang telah berkenan bekerjasama selama penelitian ini.

7. Pernyataan *Conflicts of Interest*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

Daftar Pustaka

- Ahimbisibwe, G., & Abaho, E. (2013). Export Entrepreneurial Orientation and Export Performance of SMEs in Uganda. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 2(1), 056-062. Retrieved from <http://garj.org/garjmbs/1/2013/2/1/export-entrepreneurial-orientation-and-export-performance-of-smes-in-uganda>
- Arwati, S. (2018). Tingkat Keterampilan Petani Terhadap Pengolahan Pasca Panen Lada Di Kecamatan Ponre Kabupaten Bone. *Jurnal Ecosystem*, 18(3), 1263-1270. Retrieved from <https://journal.unibos.ac.id/eco/article/view/778>
- Darmadji, D. (2012). Analisis Kewirausahaan Petani. *Agrika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 6(1), 48 – 64.
- Dewi, N. M. P., & Ekawati, N. W. (2017). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 4947-4977. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/31676>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafeez, M. H., Shariff, N. M., & Mad Lazim, H. (2012). Relationship between Entrepreneurial Orientation, Firm Resources, SME Branding and Firm's Performance: Is Innovation the Missing Link? *American Journal of Industrial and Business Management*, 02(04), 153-159. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2012.24020>
- Heryanto, M. A., & Nugraha, A. (2018). Analisis Sistem Sosial-Ekologi Lada Putih Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 3(2). <https://doi.org/10.24198/agricore.v3i2.20882>
- IPC. (2020). *Pepper Statistical Yearbook 2019*. Jakarta, Indonesia: International Pepper Community.
- Kumalaningrum, M. P. (2012). Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2012.71.83>
- Kristono, R. J., & Nadapdap, H. J. (2019). Karakteristik petani dan orientasi pasar sebagai pengaruh petani krisan melakukan proses pasca panen. *Agriland: Jurnal Ilmu Pertanian*, 7(2), 159-167. Retrieved from <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/agriland/article/view/2024>
- Lee, T. K., & Chu, W. (2011). Entrepreneurial orientation and competitive advantage: The mediation of resource value and rareness. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12797-12809. Retrieved from <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-abstract/659E31B21514>
- Lumpkin, G., Brigham, K. H., & Moss, T. W. (2010). Long-term orientation: Implications for the entrepreneurial orientation and performance of family businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(3-4), 241-264. <https://doi.org/10.1080/08985621003726218>

- Pangeran, P. (2012). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2012.71.80>
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative industries: aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 95–114. <https://doi.org/10.1108/14715201211246823>
- Sulaiman, A. A., & Darwis, V. (2019). Kinerja dan Perspektif Agribisnis Lada dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Petani / Performance and Perspective Agribusiness of Agribusiness In Efforts to Increase Farmer Welfare. *Perspektif*, 17(1), 52. <https://doi.org/10.21082/psp.v17n1.2018.52-66>
- Suyanto, S., & Praton, A. H. (2014). The Impact of Entrepreneurship Orientation, Human Capital, and Social Capital on Innovation Success of Small Firms in East Java. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 117–125. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.2.1>
- Wang, K. Y., Hermens, A., Huang, K. P., & Chelliah, J. (2015). Entrepreneurial orientation and organizational learning on SMEs' innovation. *International Journal of Organizational Innovation*, 7(3), 65-75.
- Witjaksono, H. P. (2014). Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Internal Perusahaan terhadap Kinerja melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 82-110. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14373>
- Zebua, D. D. N., & Priyanto, S. H. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Penanganan Pasca Panen Bunga Potong Krisan Di Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. *Agric*, 29(1), 31. <https://doi.org/10.24246/agric.2017.v29.i1.p31-42>

Tentang Penulis

1. **Evahelda** memperoleh gelar Doktor Ilmu Pertanian dari Universitas Sriwijaya, Indonesia, pada tahun 2017. Penulis adalah dosen pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi, Universitas Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: evaheldaubb@gmail.com
2. **Iwan Setiawan** memperoleh gelar Magister dari Universitas Sriwijaya, Indonesia, pada tahun 2005. Penulis adalah dosen pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi, Universitas Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: binri_fam@yahoo.co.id
3. **Rati Purwasih** memperoleh gelar Magister Ilmu Ekonomi Pertanian dari Institut Pertanian Bogor, Indonesia, pada tahun 2016. Penulis adalah dosen pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi, Universitas Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: ratipurwasih09@gmail.com
4. **Rufti Puji Astuti** memperoleh gelar Magister Sains Agribisnis dari Institut Pertanian Bogor, Indonesia, pada tahun 2016. Penulis adalah dosen pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi, Universitas Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: ruftipuji24@gmail.com