

## II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Gabah

Kebutuhan konsumsi di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya terutama bahan pangan pokok yang dibutuhkan seperti gabah yang akan diolah menjadi beras. Gabah merupakan butir dari padi yang telah rontok dari malainya. Sebutir gabah terdiri atas bagian yang tidak dapat dimakan (sekam) dan bagian yang dapat dimakan (kariopsis/butiran beras tanpa sekam). Gabah yang telah dihilangkan sekamnya melalui proses penggilingan disebut beras pecah kulit (*brown rice*). Beras pecah kulit ini lah yang disebut beras utuh (*whole rice*) (Astawan dan Febrinda, 2016).

Gabah sendiri dalam KBBI diartikan sebagai butir padi yang sudah lepas dari tangkainya dan masih berkulit (KBBI, 2018). Gabah merupakan cikal bakal yang akan menjadi beras setelah melalui proses pengeringan dan penggilingan gabah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kualitas gabah dibedakan ke dalam 2 (dua) kelompok, yaitu Gabah Kering Giling (GKG). Gabah yang mengandung kadar air maksimum sebesar 14,0 persen, hampa atau kotoran maksimum 3,0 persen dan Gabah Kering Panen (GKP) Gabah yang mengandung kadar air maksimum sebesar 25,0 persen dan hampa atau kotoran maksimum 10,0 persen.

#### 2. Pemasaran

Pemasaran dalam istilah bahasa *inggris* dikenal dengan nama *marketing* dan berasal dari kata (market). Dalam pemasaran yang dapat dipasarkan adalah barang dan jasa. Memasarkan barang tidak hanya mencakup menawarkan barang atau

menjual barang saja, tetapi juga termasuk didalamnya meliputi berbagai kegiatan seperti membeli, menjual segala macam barang yang termasuk menyimpan, menyortir, dan sebagainya. (Rahim dan Hastuti, 2007)

Pemasaran pertanian merupakan suatu sistem yang terdiri dari sub-sub sistem dari fungsi-fungsi pemasaran (fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas) dan merupakan kegiatan produktif yang pelaksanaan fungsi tersebut dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran. Rangkaian fungsi-fungsi tersebut merupakan aliran produk atau jasa pertanian dalam saluran pemasaran (*marketing channel*) yang juga merupakan aktivitas bisnis dan kegiatan produktif karena proses meningkatkan atau menciptakan nilai (*value-added process*). Nilai tersebut yaitu nilai guna bentuk (*form utility*), tempat (*place utility*), waktu (*time utility*) dan kepemilikan (*possession utility*) yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran atau perusahaan-perusahaan (Asmarataka, 2017).

### 3. Pemasaran produk pertanian

Menurut Destriany (2015), fungsi pemasaran merupakan kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran pada prinsipnya terdapat tiga tipe, yaitu fungsi pertukaran (*exchange function*), fungsi penyediaan fisik (*physical function*), dan fungsi penunjang (*facilitating function*). Kegiatan penjualan harus dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara memasarkan produknya baik berupa barang ataupun jasa.

Fungsi-fungsi pemasaran dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

- a. Fungsi pertukaran mencakup semua kegiatan yang berhubungan dengan pemindahan hak milik suatu barang atau jasa melalui proses pertukaran. Fungsi

pertukaran terdiri dari dua fungsi, yaitu fungsi penjualan meliputi serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam proses pemindahan hak milik produk dari mulai produsen atau lembaga perantara pemasaran yang mempunyai hak kepemilikan kepada pemakai atau konsumen termasuk didalamnya terdapat kegiatan promosi serta periklanan.

- b. Fungsi fisik merupakan semua aktivitas untuk menangani, pergerakan, dan mengubah produk-produk secara fisik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Fungsi-fungsi fisik meliputi fungsi penyimpanan, pengangkutan, dan pengolahan.
- c. Fungsi fasilitas adalah kegiatan yang dapat membantu system pemasaran agar mampu beroperasi lebih lancar. Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standarisasi dan *grading*, fungsi pembiayaan, fungsi penanggungungan resiko dan fungsi informasi pasar.

#### 4. Motivasi

Motivasi adalah dorongan hati atau orang yang menjadi dasar atau alasan untuk melakukan suatu kegiatan pekerjaan. Motivasi bisa diartikan sebagai upaya-upaya yang dikeluarkan untuk mencapai apa yang diinginkan. Perilaku seseorang dipengaruhi dan dirangsang oleh keinginan, untuk pemenuhan kebutuhan serta tujuan dan kepuasannya. Rangsangan ini akan menciptakan dorongan pada seseorang untuk melakukan aktivitas, hal ini sesuai dengan sifat alami manusia yang selalu merasa tidak pernah puas dengan apa yang dipunya sehingga memunculkan motivasi. Menurut Restutiningsih, Diarta dan Sudarta (2016), motivasi dibedakan atas 2 jenis yaitu:

a. Motivasi intrinsik

motivasi intrinsik adalah motivasi yang bersumber dari dalam diri sendiri

b. Motivasi ekstrinsik

motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang bersumber dari luar diri sendiri.

Abraham Harold Maslow mengungkapkan bahwa manusia dapat dimotivasi oleh berbagai kebutuhan dan keinginan dan ini muncul dalam urutan hirarki (Mayasari, Sente dan Ammatilah, 2015). Menurut Maslow ada lima jenjang kebutuhan individu. Adapun kelima jenjang tersebut adalah:

- a. Kebutuhan Fisik ( *Physiological Needs*) merupakan kekuatan motivasi yang bersifat primitif dan fundamental. Misalnya kebutuhan terhadap makan, minum, tidur dan lain-lain.
- b. Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan (*Safety & Security Needs*) Kebutuhan jenjang berikut ini member rasa aman dan selamat bagi individu, seperti adanya perlindungan dan kepastian dari pihak organisasi yang menjamin kehidupannya. Kebutuhan ini dapat dibedakan berdasarkan wujud, yaitu: Material: misalnya pakaian, tempat tinggal/rumah yang menjamin kesehatan dan melindungi dari cuaca dan alam sekitarnya.
- c. Kebutuhan Untuk Berkelompok (*Affection Needs/Love Needs/Social Needs/Belonging Needs*) Apabila kita melihat secara mendasar, kebutuhan ini memang sudah merupakan kodrat manusia, yaitu bahwa manusia itu adalah makhluk sosial. Oleh karena itu setiap individu membutuhkan waktu untuk bisa

berkumpul, bergaul, membina persahabatan, saling memperhatikan/mencintai, untuk berkembang bersama di dalam kelompok.

- d. *Kebutuhan Akan Harga Diri/Penghormatan (Esteem Needs/Egoistic Needs)*  
Kebutuhan ini lebih bersifat individual atau mencirikan pribadi ingin dirinya dihargai atau dihormati sesuai dengan kapasitasnya (kedudukannya). Sebaliknya setiap pribadi tidak ingin dirinya dianggap lebih rendah dari yang lain, mungkin secara jabatan lebih rendah tetapi secara manusiawi setiap individu (pria maupun wanita) tidak ingin direndahkan.
- e. *Kebutuhan Akan Pengakuan Diri dan Pengembangan Diri (Self Actualization Needs/Self Realization Needs/Self Fulfilment Needs/Self Expression Needs)*  
Kebutuhan akan pengakuan diri dan pengembangan diri, di sini adalah keinginan setiap individu untuk diakui bahwa dirinya mempunyai kemampuan (khususnya dalam bekerja) dan ia akan puas apabila keinginan untuk mengembangkan kemampuan diri terpenuhi sesuai dengan potensinya.

Teori *Existence, Relatedness and Growth* (ERG) dikemukakan oleh Clayton Alderfer . Teori ini merupakan simplifikasi dan pengembangan lebih lanjut dari teori hirarki kebutuhan Abraham Maslow (Tulus dan Sihombing, 2014). Teori ini mengatakan bahwa ada tiga kelompok kebutuhan manusia, yaitu:

- a. *Existence* atau keberadaan yaitu menyangkut keperluan material yang harus ada (termasuk *physiological need* and *security need* dari Maslow)
- b. *Relatedness* atau hubungan mencakup kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain. Kebutuhan ini sesuai dengan *social and esteem need* dari Maslow.

- c. *Growth* atau pertumbuhan adalah kebutuhan yang mendorong seseorang untuk memiliki pengaruh yang kreatif dan produktif terhadap diri sendiri atau lingkungan, termasuk *self actualization* and *esteem* dari Maslow.

Dalam usaha apapun dan dimanapun jika kita mengusahakan suatu komoditi maka harus menguntungkan secara ekonomi, karena jika tidak menguntungkan kemungkinan tidak akan dapat terus berkembang. Pembangunan pertanian yang berhasil dapat diartikan jika terjadi pertumbuhan sektor pertanian seperti produksi padi sawah yang meningkat sekaligus terjadi perubahan kearah yang lebih baik. Keberhasilan sebuah pembangunan pertanian diperlukan beberapa syarat seperti yang telah disebutkan oleh AT Mosher (1966) dalam bukunya "*Getting agricultural moving*" atau pra-kondisi meliputi bidang teknis, ekonomis, sosial budaya dan lain lain. Pertanian berkelanjutan atau lestari secara teknologi harus tidak mencemari lingkungan, secara ekonomis menguntungkan, secara sosial dapat diterima oleh masyarakat tetapi juga adil didalam pelaksanaan.

a. Teknis

Teknis adalah struktur sosial formal yang stabil yang memiliki sumber-sumber berasal dari lingkungan untuk diproses sehingga menghasilkan output. Tingkat kemampuan petani berpengaruh paling kuat terhadap tingkat motivasi petani untuk menjemur gabah kering panen, dimana salah satu aspek yang mempengaruhi tingkat motivasi petani untuk menjemur gabah kering panen adalah kemampuan teknis. Kemampuan teknis petani dalam melakukan penjemuran padi berasal dari modal pengetahuan dan keterampilan serta sikap yang positif petani dalam menjemur

gabah kering panen. Munculnya faktor kendala teknis dari proses penjemuran gabah mengakibatkan munculnya motivasi teknis petani untuk menjual gabah kering giling.

b. Ekonomi

Didalam teori Maslow, setiap orang memiliki berbagai kebutuhan yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Adanya motivasi ekonomi disebabkan tuntutan dalam memenuhi kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Manusia dapat dipengaruhi oleh motivasi tertentu salah satunya adalah motivasi ekonomi. Motivasi ekonomi adalah alasan atau tujuan seseorang sehingga ia melakukan tindakan ekonomi (Indri, 2015).

Sarwoto (1981), mengklasifikasikan kebutuhan manusia menjadi dua kategori:

- 1) Kebutuhan material adalah kebutuhan yang langsung berhubungan dengan eksistensi manusia. Kebutuhan ini masih dapat digolongkan menjadi dua bagian:
  - a) Bersifat ekonomis, meliputi kebutuhan-kebutuhan akan masakan, pakaian dan rumah. Kebutuhan material yang sifatnya ini eksistensinya sangat relatif dan subyektif dalam arti batas-batas terpenuhinya bergantung pada aspirasi masing-masing individu.
  - b) Bersifat biologis, meliputi kebutuhan akan perkembangan dan pertumbuhan jasmani.
- 2) Kebutuhan non material, yaitu kebutuhan yang secara tidak langsung berhubungan dengan kelangsungan hidup seseorang. Kebutuhan non material ini dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan yaitu:

- a) Bercorak Psikologis, meliputi berbagai macam kebutuhan keorangan antara lain kebutuhan aka kasih sayang, perhatian, kekuasaan, kedudukan sosial, kebebasan pribadi, keadilan, kemajuan dan lainnya.
- b) Bercorak Sosiologis, meliputi berbagai macam kebutuhan antara lain kebutuhan akan adanya jaminan keamanan, persahabatan, kerjasama, rasa menjadi bagian dari suatu kelompok dan lainnya.

c. Sosial

Motivasi sosial merupakan motivasi yang didasari oleh kegiatan seseorang terhadap orang lain melalui sebuah reaksi dan dalam membuat pilihan selalu mempertimbangkan akibatnya terhadap orang lain (Martameh, 2012). Motivasi sosial dapat dikatakan juga sebagai dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu perbuatan yang memiliki nilai sosial serta untuk mendapatkan pengakuan maupun penghargaan dari lingkungan seseorang tersebut berada. Motivasi sosial adalah motivasi yang dipengaruhi terutama oleh sifat hubungan kemitraan dan pekerjaan (Soenarno, 2006). Motivasi sosial terdiri dari :

- a. motivasi pencapaian. Manusia punya kebutuhan untuk pencapaian yang tinggi sehingga mereka selalu memperbaiki kinerja nya. Mereka akan membandingkan kinerja dirinya dengan rekanya.
- b. Motivasi kekuasaan adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi emosi serta tingkah laku orang sesuai yang dia inginkan (secara sadar atau tidak sadar).

## 5. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi

Menurut Rukka dan Wahab (2013), terdapat dua faktor yang mempengaruhi motivasi petani dalam pelaksanaan kegiatan Program Peningkatan Produksi Beras Nasional (P2BN) yaitu faktor internal petani yang meliputi umur, pengalaman berusahatani dan luas lahan garapan serta faktor eksternal petani berupa ketersediaan sarana dan prasarana, ketersediaan modal dan juga kebutuhan teknologi yang akan mempengaruhi motivasi petani.

Nuhung (2016) mengungkapkan bahwa terdapat banyak faktor yang memotivasi petani menjual lahan yang diukur dengan tinggi rendahnya motivasi (sebagai variabel dependen) seperti usia petani (yang diukur dalam tahun). Faktor pendidikan yang diukur dengan lamanya mencicipi pendidikan formal (jumlah tahun) diperkirakan juga menjadi penyebab pengambilan keputusan bagi petani untuk menjual lahan. Faktor beban atau jumlah tanggungan keluarga dalam rumah tangga petani juga menjadi salah satu variabel yang menjadi pertimbangan untuk menjual lahan. Pendapatan keluarga petani yang terdiri dari pendapatan kepala keluarga, anggota keluarga, dan sewa atau nilai jasa barang yang dimiliki memengaruhi kehidupan sosial, ekonomi dan kehidupan bermasyarakat bagi petani. Demikian pula kebutuhan mendesak bagi keluarga petani, misalnya hajatan, kematian, naik haji/umroh, atau keperluan lainnya mendorong petani untuk melepas aset yang dimiliki.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Ruhimat (2015) mengungkapkan dalam penelitiannya yang berjudul Tingkat Motivasi Petani Dalam Penerapan Sistem Agroforestry (*Farmers Motivation Level In*

*Application Of Agroforestry System*) bahwa petani melakukan penerapan sistem agroforestry lebih didasarkan kepada pertimbangan motivasi ekonomi daripada pertimbangan motivasi sosial dan motivasi ekologi. Hal ini ditunjukkan oleh pemilihan jenis tanaman penyusun agroforestry yang hasilnya dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga petani, baik jangka pendek, menengah maupun panjang.

Wijayanti, Subejo , Harsoyo (2015) mengungkapkan dalam penelitiannya yang berjudul Respons Petani Terhadap Inovasi Budidaya Dan Pemanfaatan Sorgum Di Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul, bahwa terdapat Kelompok Tani Bismo yang merupakan kelompok Tani yang secara terpadu membudidayakan tanaman sorgum. Pada tahun 2011 muncul inovasi di Kelompok Tani Bismo yaitu budidaya sorgum dan pemanfaatannya. Sifat tanaman sorgum yang secara teknis budidaya mudah, tidak membutuhkan banyak air, dan dapat dikembangkan secara optimal hasilnya membuat kelompok tani bismo membudidayakan tanaman sorgum. Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi teknis menjadi alasan petani melakukan budidaya sorgum.

Widiyanti, Baga dan Suwarsinah (2016) penelitian Kinerja Usaha Tani dan Motivasi dalam Penerapan Inovasi Varietas Jagung Hibrida Pada Lahan Kering di Kabupaten Lombok Timur, diketahui terdapat perbedaan tingkat motivasi antara petani hibrida mayoritas awal dan mayoritas akhir. Motivasi petani hibrida mayoritas akhir lebih tinggi dibandingkan mayoritas awal. Faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi petani dalam penerapan inovasi varietas jagung hibrida yaitu, pengalaman berusaha tani, jumlah tanggungan keluarga, luas lahan garapan, sifat kosmopolit, dan ketersediaan modal.

Pangestika, Lestari dan Sutarto, (2018) dalam penelitian Hubungan Antar Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Tingkat Motivasi Petani Dalam Alih Fungsi Lahan Sawah Menjadi Kolam Lele, diketahui bahwa hasil analisis menunjukkan Petani memiliki motivasi dalam alih fungsi lahan sawah menjadi kolam ikan yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dan kebutuhan psikologi, serta sangat tinggi dalam memenuhi kebutuhan sosiologi. Terdapat hubungan yang signifikan antara lingkungan ekonomi dan sumber informasi pada taraf kepercayaan 99%, serta lingkungan sosial pada taraf kepercayaan 95%. Terdapat hubungan yang tidak signifikan antara umur, pendidikan formal, luas lahan, dan pendapatan dengan tingkat motivasi petani dalam alih fungsi lahan sawah menjadi kolam ikan

Aprildahani, Hasyim dan Rachmawati (2018) dalam penelitian Motivasi Petani Dalam Mempertahankan Lahan Petanian di wilayah pinggiran, diketahui bahwa Berdasarkan analisis *partial least square* terhadap variabel-variabel yang menurut teori mempengaruhi motivasi petani dalam mempertahankan lahan pertanian, maka dihasilkan faktor kebijakan dan sosial sebagai variabel pertanian yang mempengaruhi motivasi petani dan Motivasi petani untuk mempertahankan lahan akan tinggi jika faktor kebijakan dan sosial dinilai baik.

Kurima, Sayamar dan Kausar (2017). Motivasi Petani dalam Pengelolaan Usahatani Padi Berbasis Kearifan pada Daerah Aliran Sungai (DAS) di ketahui bahwa Motivasi Internal dan Eksternal petani terhadap kearifan yang berkategori “cukup baik” dengan skor 3,02 motivasi Internal dan skor 2,98 untuk motivasi Eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi Internal dan Eksternal memberikan respon yang baik dari petani terhadap indikator-indikator yang digunakan.

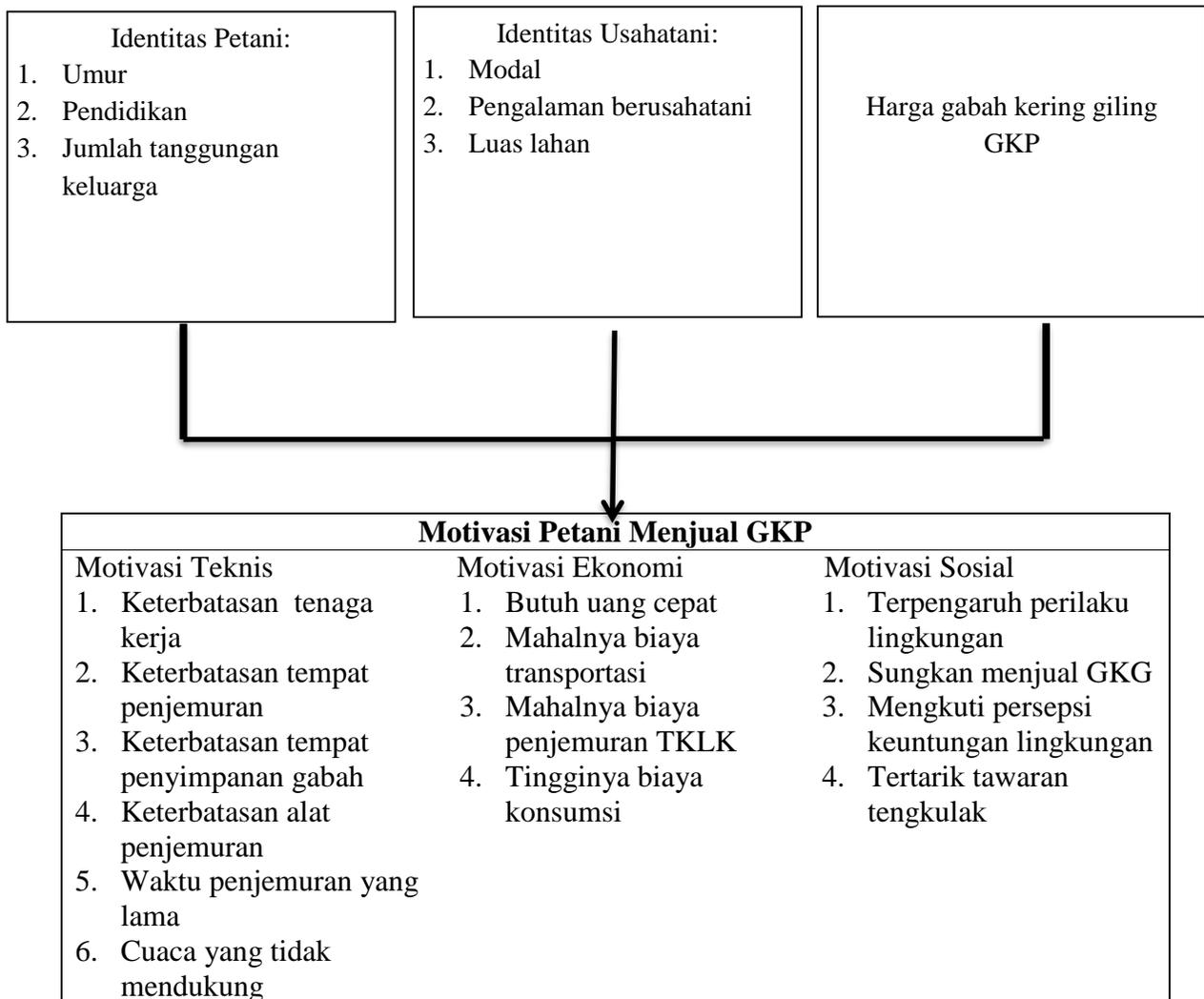
Sukanata, Dukat dan Yuniati (2015) Hubungan Karakteristik dan Motivasi Petani Dengan Kinerja Kelompok Tani, diketahui teknik penelitian yang digunakan adalah metode sensus kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung berbasis pada kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Ada hubungan nyata antara karakteristik kinerja petani dengan kelompok tani (2) Ada yang nyata hubungan antara motivasi petani dengan kinerja kelompok tani.

### **C. Kerangka Pemikiran**

Petani adalah seseorang yang bergerak dalam bisnis pertanian atau perkebunan utamanya dengan cara melakukan pengelolaan lahan atau tanah dengan tujuan untuk menumbuhkan dan memelihara tanaman yang ingin dibudidayakan untuk menghasilkan produk-produk pertanian, dan hasil tanaman tersebut dapat digunakan sendiri ataupun menjualnya kepada orang lain. Salah satu yang dihasilkan adalah padi. Padi merupakan bahan pangan pokok dan kebutuhan dasar masyarakat Indonesia, sehingga padi menjadi tanaman pangan yang sangat penting dan dibutuhkan. Padi akan dapat dijual dalam bentuk gabah baik itu dalam bentuk gabah kering panen (GKP) atau gabah kering giling (GKG). Di Kecamatan Kotagajah mayoritas pekerjaannya adalah petani akan tetapi saat ini masyarakat Kecamatan Kotagajah sudah tidak melakukan proses pengeringan yaitu menjadikan gabah kering panen menjadi gabah kering giling, padahal sarana penjemuran untuk menjemur Gabah Kering Panen sangat mencukupi.

Petani padi adalah petani yang masih aktif dalam berusahatani padi yang ada di Kecamatan Kotagajah. Berdasarkan analisis lapangan, petani tidak melakukan penjemuraan dan lebih memilih untuk menjual padi GKP disebabkan oleh alasan

teknis, ekonomi dan sosial sehingga alasan tersebut menimbulkan adanya motivasi yaitu motivasi teknis, motivasi ekonomi dan motivasi sosial. Dalam motivasi petani menjual gabah kering panen terpengaruh oleh Identitas petani dan identitas usahatani yang meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan petani, jumlah tanggungan keluarga, meliputi pengalaman usaha tani, luas lahan, modal, dan harga gabah



Gambar 1. Kerangka berfikir