

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era pandemi Covid-19, setiap individu secara tidak langsung dipaksa untuk melakukan lompatan ke arah digitalisasi dengan menggunakan media baru. Menurut Nazzal, dkk (2022) saat ini, kemajuan teknologi ini mendorong berbelanja melalui internet dan lebih terintegrasi ke dalam kehidupan individu. Menurut Firmansyah & Helmy (2023), digitalisasi di Indonesia sudah banyak diterapkan oleh beberapa perusahaan yang saat ini telah berjalan. Namun, digitalisasi yang telah dilakukan ini belum bisa dibandingkan dengan Negara maju. Revolusi digital saat ini dapat memberikan berbagai kemudahan dalam banyak aspek, salah satunya pada bidang ekonomi. Seiring dengan perkembangan digital yang telah banyak mengubah perilaku masyarakat salah satunya dalam proses pembelian sebuah barang.

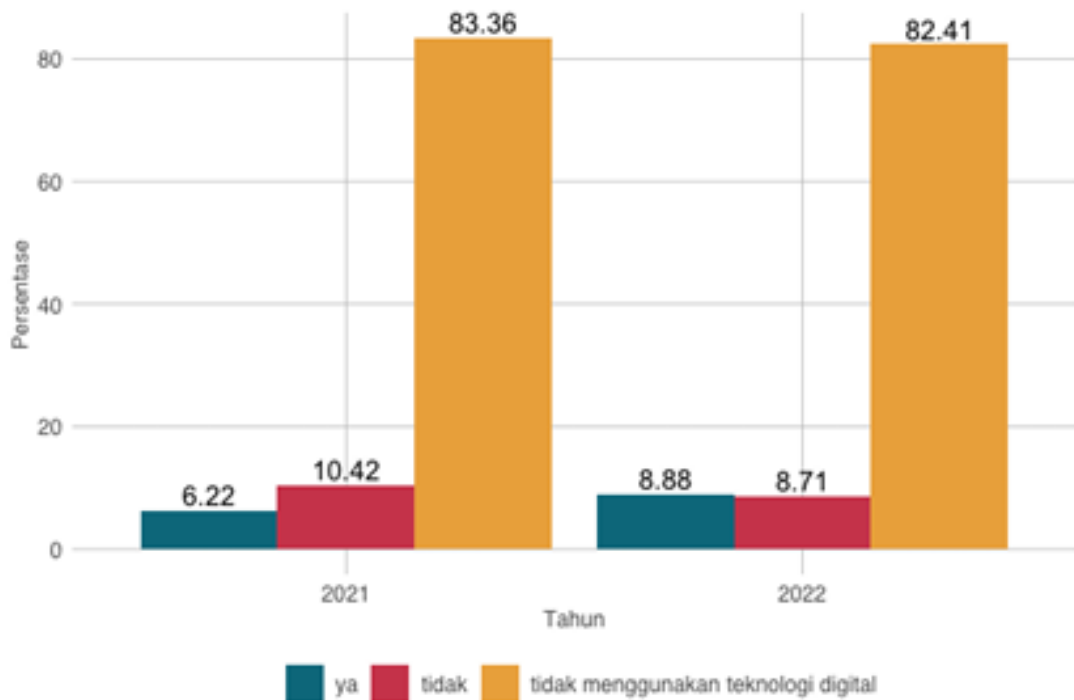
E-commerce merupakan teknologi berbasis internet yang salah satunya berfungsi untuk mempercepat proses manajemen bisnis secara umum yang dimana model perdagangan baru yang meliputi pembelian, penjualan, pertukaran barang maupun jasa dengan menggunakan perangkat komputer dan internet (Nurhati, 2021). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Februari 2024, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 atau sekitar 79,8%. Hal ini beriringan dengan tingkat pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2024 sebanyak 30,5% (databoks, 2024). Perkembangan ini juga berlaku pada bidang pertanian, sistem konvensional seperti barter mulai menghilang dan bergeser kepada sistem digital. Perkembangan perilaku masyarakat ini perlu disikapi dengan cepat oleh para pelaku bisnis (Pertanian Indonesia, 2022).

Menurut Badan Pusat Statistik pada bulan Agustus 2022, jumlah penduduk yang bekerja pada sektor pertanian mencapai 38 juta jiwa, sehingga menduduki posisi pertama dalam memberikan lapangan pekerjaan terbesar (Kusnadar, 2023). Hal ini selaras dengan sektor pertanian yang menempati posisi ketiga Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar di Indonesia. Kementerian Pertanian pada tahun 2020 menargetkan produksi pangan meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Menurut liputan 6, sektor pertanian menyumbang 11,8% terbesar terhadap PDB di Indonesia (Nasution, 2023).

Uraian	Jumlah
(1)	(2)
1. Petani Milenial Umur 19-39 Tahun	6.183.009
- Menggunakan Teknologi Digital	2.603.609
- Tidak Menggunakan Teknologi Digital	3.579.400
2. Petani Umur lebih dari 39 Tahun dan Menggunakan Teknologi Digital	10.595.434
3. Petani Umur kurang dari 19 Tahun dan Menggunakan Teknologi Digital	5.612

Gambar 1.1 Jumlah Petani berdasarkan umur yang atau tidak menggunakan teknologi digital
Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menjelaskan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2023, terdapat 20.240.000 penduduk berusia 15 tahun ke atas dengan mata pencaharian sebagai petani. Pekerjaan ini tergolong cukup banyak karena 1 dari 10 penduduk di Indonesia berprofesi sebagai petani. Dan pada tahun 2023, jumlah petani mengalami peningkatan menjadi 28.192.693 orang. Di tahun 2023 jumlah petani yang berumur 39 tahun keatas yang menggunakan teknologi digital sebanyak 10.595.434 orang atau sebanyak 37,58%, petani milenial yang berusia 19-39 tahun menggunakan teknologi digital maupun tidak sebanyak 6.183.009 orang atau sebanyak 21,93%, dan yang terakhir petani yang berusia 19 tahun kebawah dan menggunakan teknologi digital sebanyak 5.612 orang atau sebanyak 0.02%.



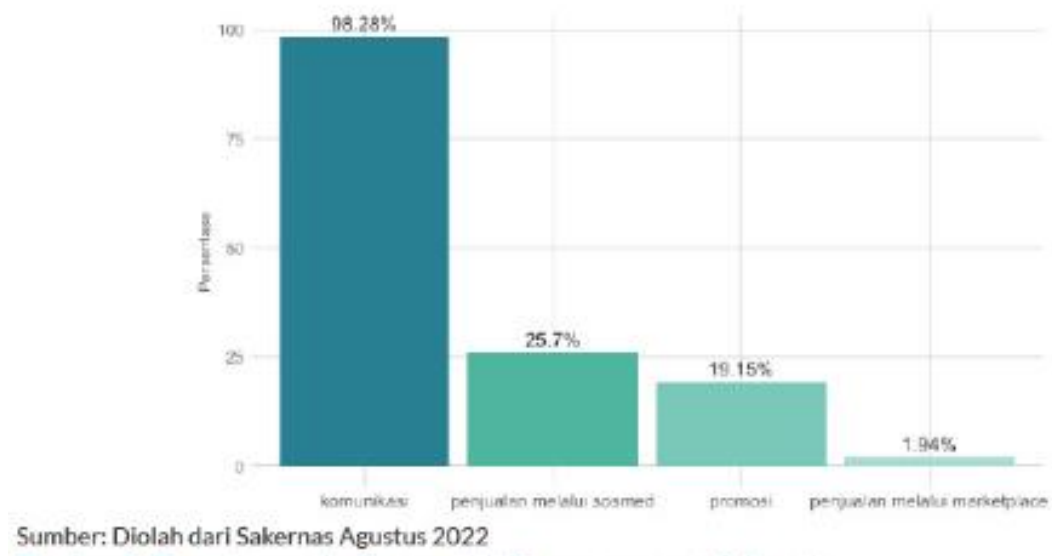
Gambar 1.2 Grafik Perbandingan Penggunaan Internet Petani di Indonesia pada tahun 2021 dan 2022

Sumber : Sakernas (2022)

Pada gambar 1.2 diatas menunjukkan data yang diolah oleh Sakernas (2022) pada bulan Agustus 2021 dan 2022 berupa grafik perbandingan pengguna internet petani di Indonesia mengalami peningkatan. Petani yang menggunakan internet di Indonesia pada tahun 2021 petani sebanyak 6,22% dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan, sejumlah 8.88%. Tidak hanya itu, petani yang tidak menggunakan internet mengalami penurunan. Di tahun 2021 jumlah petani yang tidak menggunakan internet sebanyak 10.42% dan di Tahun 2022 jumlah petani yang tidak menggunakan internet sebanyak 8.71%.

Berdasarkan data Sakernas (2022) pada gambar 1.3 dibawah menjelaskan tentang presentase penggunaan internet para petani. Petani yang paling banyak menggunakan internet berada pada pulau Kalimantan dan disusul dengan pulau Jawa dan yang terakhir di pulau Sumatera. Meskipun mengalami peningkatan,

namun masih banyak petani yang tidak menggunakan teknologi digital. Pada Agustus 2022, petani yang menggunakan internet paling banyak untuk berkomunikasi dengan presentase 98.28%, dilanjutkan dengan penggunaan internet untuk melakukan promosi produk dari hasil pertanian sebanyak 19.15%, dan yang terakhir petani memanfaatkan internet untuk berjualan pada *e-commerce* sebanyak 1.94%.

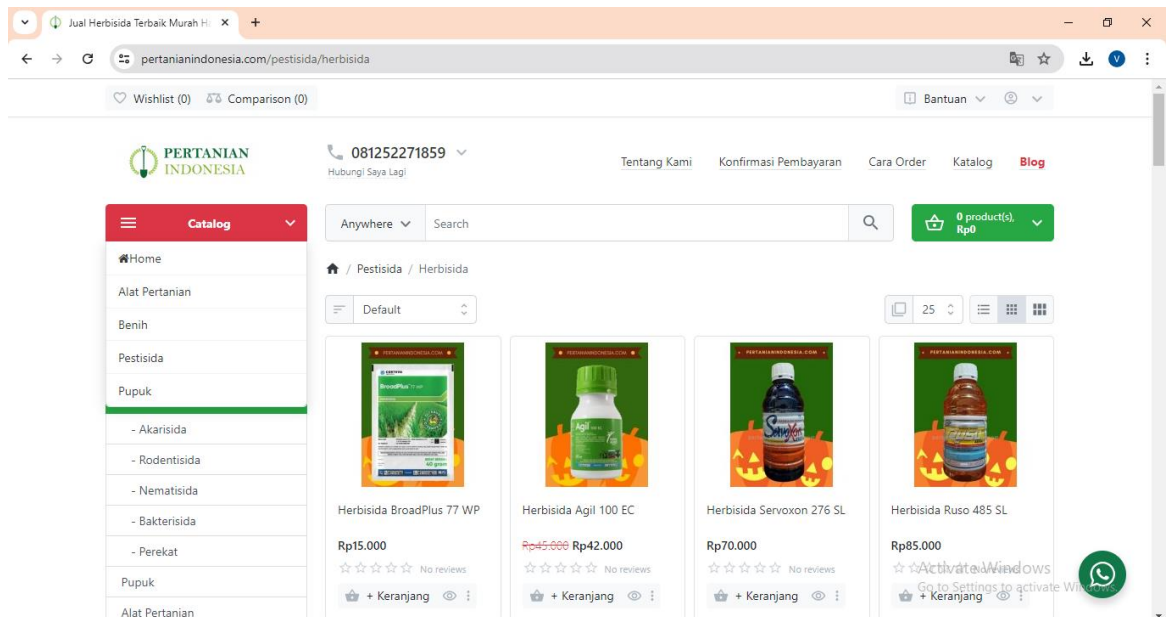


Gambar 1.3 Persentase penggunaan internet petani
Sumber : Sakernas (2022)

Pada tahun 2017, pestisida memegang pangsa pasar terbesar dan diperkirakan akan terus berlanjut. Pestisida pertanian global meningkat hampir 5% selama periode 2018 hingga 2022 (Technavio, 2018). Dan dari tahun 2022 hingga 2023, diperkirakan pasar pestisida pertanian global akan tumbuh sebesar 3,75%. Di Indonesia, tercatat pengguna pestisida pada tahun 2021 sebanyak 283 kiloton. Dan membuat Indonesia menjadi salah satu dari tiga Negara yang menggunakan pestisida terbesar di Dunia (The Conversation, 2023). Dan menurut Anugrah, M (2022) 96% petani di Indonesia menggunakan pestisida dalam mengendalikan hama. Hal ini dianggap efektif, mudah, dan menguntungkan secara ekonomi.

Target-target produksi pangan yang awalnya sudah di optimalkan, sering kali terhambat dikarenakan beberapa faktor. Faktor utama yang mendorong pertumbuhan ini karena meningkatnya pengguna pestisida di kalangan petani untuk mengurangi kerusakan tanaman akibat serangan Organisme Pengganggu Tumbuhan (OPT) menyebabkan penurunan produksi pertanian. Serangan hama cenderung semakin meningkat dari tahun ke tahun. Banyak penyebab dari perkembangan hama dan penyakit tanaman, mulai dari El-Nino, La-Nina, iklim ekstrim dan lain sebagainya. Oleh karena itu petani sering kali menggunakan pengendalian hama dengan pestisida (Soleh, 2020). Tidak hanya itu, berkurangnya lahan subur di banyak Negara juga menjadi salah satu faktor dari permintaan pestisida yang meningkat. Inovasi terhadap herbisida baru yang efektif dan ramah lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir segmentasi herbisida telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan diperkirakan akan terus mendominasi pasar global (Technavio, 2022).

Melihat pentingnya pestisida bagi para petani dan digitalisasi, maka beberapa perusahaan kimia mulai melakukan digitalisasi dengan tujuan untuk menjangkau petani di daerah-daerah yang belum terjangkau toko-toko pestisida (Republika, 2022). Menurut machine vision (2021), perusahaan kimia saat ini sedang dalam proses perjalanan digitalisasi. Sebanyak 30% perusahaan kimia yang saat ini berada tahap perencanaan, 30% perusahaan kimia yang berada pada masa uji coba, dan 35% perusahaan kimia yang telah mulai mengimplementasikannya. Dalam proses digitalisasi ini, perusahaan kimia memiliki hambatan dalam mengimplementasikannya. Hambatan terbesar yang dialami oleh perusahaan secara global adalah 40% sumber daya yang tidak sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan kimia ini untuk melakukan transformasi dan 30% perusahaan kimia lainnya kurang yakin dengan digitalisasi ini dapat membantu kelangsungan bisnis mereka.



Gambar 1.4 Website Pertanian Indonesia

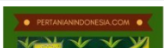
Sumber : Pertanian Indonesia (2024)

Pada Gambar 1.4 di atas merupakan salah satu *website* dari Pertanian Indonesia yang menjual berbagai jenis pestisida seperti: fungisida, insektisida, herbisida, perekat, dan lain sebagainya. Didalam nya juga menjual benih, pupuk, dan alat pertanian lainnya. Dan di setiap produk yang dijual diberikan penjelasan yang lengkap seperti bahan aktif, fungsi, dan lain sebagai nya seperti pada gambar 1.5

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Benih	Deskripsi
Pestisida	<p>Herbisida Benfuron 12/18 WP merupakan herbisida unggulan produksi PT MULTI SARANA INDO TANI / PT Indotani. Herbisida Benfuron tergolong kategori herbisida sistemik selektif pra tumbuh dan purna tumbuh. Benfuron Herbisida berbentuk tepung yang dapat disuspensikan.</p> <p>Benfuron merupakan jenis herbisida yang mengandung bahan aktif metil bensulfuron sebesar 12 % dan sodium bispiribak sebesar 18 %. Benfuron Multi Sarana Indotani termasuk produk yang terkenal di pasaran sehingga tidak perlu diragukan kualitasnya. Rev. 6 / 03 / 21.</p> <p>Benfuron berfungsi untuk mengendalikan gulma pada tanaman seperti :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Padi Sawah : Rumput teki (Fimbristyllas miliacea) dan gulma berdaun lebar (Monochoria vaginalis, Limnocharis flava, Ludwigia octovalvis, Spenochloa zeylanica). Penyemprotan volume tinggi 90 - 120 g / ha <p>Herbisida Benfuron / obat rumput padi Benfuron Multi Sarana Indotani efektif mengendalikan berbagai jenis gulma, mulai dari tingkat rendah hingga tinggi. Pestisida Benfuron dikenal ramah lingkungan. Keampuhan produk Benfuron Herbisida / Benfuron obat rumput tidak perlu ditanyakan lagi.</p> <p>Kegunaan Benfuron / keunggulan dari herbisida Benfuron / obat rumput padi Benfuron yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bersifat sistemik pada tanaman sehingga persistensinya cukup lama 2. Selektif (tidak membunuh musuh alami tanaman yang terserang) 3. Obat rumput padi tidak mati Benfuron / obat rumput padi Benfuron efektif dalam membasmi gulma jahat (noxious weeds), seperti eceng gondok dan rumput teki 4. Benfuron obat rumput cocok diaplikasikan sebagai herbisida padi sawah unggulan petani, sehingga tak salah jika termasuk dalam produk herbisida untuk tanaman padi dengan kualitas terbaik <p>Catatan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baca petunjuk penggunaan dosis aplikasi Benfuron / do ↑ nfuron / cara menggunakan herbisida Benfuron produk PT Indotani yang ada pada kemasan terlebih dahulu sebelum mengaplikasikannya pada tanaman, sehingga dosis aplikasi Benfuron Multi Sarana Indotani yang diberikan bisa memberikan hasil yang maksimal. • Simpan di tempat yang aman dan jauh dari jangkauan anak-anak
- Fungisida	
- Insektisida	
- Herbisida	
- Akarisida	
- Rodentisida	
- Nematisida	
- Bakterisida	
- Perekat	
Pupuk	
Alat Pertanian	
Promo Hari Ini	
Cara Order	

Produk Terbaru



Gambar 1.5 Deskripsi Produk pada Website Pertanian Indonesia

Sumber : Pertanian Indonesia (2024)

Website Pertanian Indonesia hanya salah satunya, masih ada beberapa website yang juga yang menjual produk pertanian seperti: AsianaChemicalindoLestari.com, Syngenta.com, dan lain sebagainya. Meskipun telah banyaknya kemajuan teknologi dan digitalisasi yang dilakukan, namun masih menjadi tantangan terbesar bagi produsen produk kimia adalah pestisida palsu atau illegal. Menurut Sanjeev (2022) yang dikutip dalam theconvertation.com sebanyak 10% - 12% pestisida yang beredar di pasar Indonesia bersifat illegal atau palsu. Hal ini membuat penurunan pendapatan perusahaan kimia pertanian sehingga perlu adanya aksi untuk meningkatkan kesadaran produk-produk kepada para petani.

Berdasarkan penjelasan diatas terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli. Faktor pertama yang mempengaruhi niat beli adalah *Perceived Ease of Use*. Davis (1989) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai individu yang percaya bahwa usaha yang mereka keluarkan tidak terlalu besar ketika menggunakan suatu sistem tertentu (Meliana,

2022). Menurut Ha (2019) *Perceived Ease of Use* memiliki dampak yang positif mempengaruhi sikap konsumen dalam menggunakan *e-commerce* sehingga muncul niat pembelian. penjual *online* perlu merancang situs yang *user friendly* dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan berbagai target pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi niat beli adalah *Perceived Behavior Control*. Menurut Noor, et al (2020) *Perceived Behaviour Control* terjadi untuk individu, kelompok, dan organisasi yang terlibat dalam sebuah layanan maupun produk dan orang akan selalu mempertimbangkan kapan melakukan pembelian dan kesan apa yang mereka miliki terhadap produk. Kontrol perilaku dipersepsikan pada kemampuan dan upaya individu yang mempengaruhi kemampuan untuk menggunakan teknologi (Patricia, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fuadi, dkk (2022) terhadap produk-produk yang halal menunjukkan jika kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian konsumen muslim. *Perceived Behavior Control* dapat secara langsung mempengaruhi niat seseorang dalam mempengaruhi perilaku konsumen baik melalui toko *offline* maupun toko *online*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi niat beli adalah *Perceived Usefulness*. Ajzen, 1991 yang dikutip dalam Restianto., et al, 2024 *perceived Usefulness* berkaitan dengan keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi dapat menghasilkan nilai yang signifikan bagi pengguna. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gracia (2020) jika *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* jika toko online dapat meningkatkan pengalaman berbelanja maka konsumen mengevaluasi *e-commerce* secara positif pula.

Faktor keempat yang mempengaruhi niat beli adalah *Subjective Norms*. Norma-norma subjektif didasarkan kepada persepsi seseorang atau individu mengenai yang seharusnya dan yang tidak seharusnya dilakukan

sesuai dengan hukum yang berlaku dari perilaku tersebut (Garcia, dkk, 2020). Menurut Fuadi, dkk (2022), dimana norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli seorang muslim terhadap makanan yang berlabel halal.

Faktor kelima yang mempengaruhi niat beli adalah *Digital Literacy*. Menurut Nazzal, dkk (2022) Literasi digital mengacu kepada kemampuan individu untuk menemukan, mengevaluasi, mengelola, dan mengadopsi teknologi baru yang memerlukan keterampilan kognitif dan teknis untuk dapat menggunakan media untuk melakukan komunikasi, pemasaran, dan berbelanja *online* untuk barang maupun jasa. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nezamova (2022) di Krasnoyarsk, Russia bahwa banyak sekali dampak positif pada setiap tahapan kegiatan pertanian mulai dari produksi produk pertanian sampai pada promosi produk hasil pertanian kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian yang berjudul Transformasi Pemasaran Produk Kimia Pertanian dalam Eksploitasi Potensi E-Commerce penting untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Pada era pandemi Covid-19, secara tidak langsung setiap individu dan juga perusahaan dipaksa melakukan lompatan ke arah digitalisasi dengan menggunakan media baru. Menurut Nazzal, dkk (2022) saat ini, kemajuan teknologi ini mendorong berbelanja melalui internet dan lebih terintegrasi ke dalam kehidupan individu. Pengguna internet dan *e-commerce* di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun ke tahun yang dimana hal ini juga berlaku di bidang pertanian yang mulai bergeser kepada sistem digital. Meskipun demikian, petani yang menggunakan internet pada tahun 2022 hanya 8.88%. Walaupun mengalami peningkatan dibanding tahun 2021, namun jumlah petani yang tidak menggunakan internet

masih tergolong cukup banyak. Hal ini pula yang melandasi ketidak yakinan perusahaan kimia dengan digitalisasi ini dapat membantu kelangsungan bisnis mereka. Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*?
2. Apakah *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*?
3. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*?
4. Apakah *Subjective Norms* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*?
5. Apakah *Digital Literacy* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Ease of Use* terhadap *Purchase intention*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Behavior Control* terhadap *Purchase intention*
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Usefulness* terhadap *Purchase intention*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Subjective Norms* terhadap *Purchase intention*
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Digital Literacy* terhadap *Purchase intention*

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka manfaat penelitian ini adalah:

a. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian kuantitatif di masa mendatang, khususnya dalam bidang manajemen.

b. Aspek praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan yang dapat diambil oleh perusahaan bahan kimia dalam penggunaan *e-commerce* untuk kelangsungan bisnisnya. Dan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah ketika membuat kebijakan atau sosialisasi dalam mensosialisasikan teknologi digital kepada para petani.

