

PERAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFISIENSI USAHATANI HIDROPONIK DAN KONVENSIONAL DI LOMBOK

THE ROLE OF USING SOCIAL MEDIA ON THE EFFICIENCY OF HYDROPONIC AND CONVENTIONAL FARMING IN LOMBOK

Gracia Mariati Gunawan¹, I Ketut Budastra², dan Bambang Dipokusumo³

Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

ABSTRAK

Dengan adanya pembudidaya sayuran hidroponik dan konvensional diharapkan mampu untuk menyediakan kebutuhan sayuran segar, peran pengembangan media sosial digunakan sebagai sumber informasi pertanian hingga pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengidentifikasi pemanfaatan media sosial oleh petani hidroponik dan konvensional. (2) Menganalisis peran pemanfaatan media sosial terhadap efisiensi usahatani sayuran Hidroponik dan konvensional di Lombok. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan penentuan daerah sampel secara *purposive sampling* dengan alasan bahwa Kota Mataram dan Lombok Timur terdapat paling banyak komunitas petani sayuran hidroponik dan konvensional. kemudian Teknik penentuan responden Hidroponik pada penelitian ini yaitu menggunakan “*Proportional Sampling*” yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu yang dimana anggota sampel bersifat homogen dengan jumlah 8 di Kota Mataram, 7 di Kecamatan Cakranegara dan 5 di Kecamatan Selaparang dan pada penentuan responden Konvensional, peneliti menggunakan “*Accidental Sampling*” yaitu peneliti bertemu secara kebetulan yang dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang petani tersebut cocok sebagai sumber data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran Media Sosial terhadap usahatani Hidroponik dengan analisis hasil uji t oleh responden yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.002 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t test* dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada perbedaan antara petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial. Peran Media Sosial terhadap Konvensional dengan analisis hasil uji t oleh responden yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.001 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t test* dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada perbedaan antara petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial.

Kata Kunci : Media Sosial, Efisiensi, Hidroponik, Konvensional

ABSTRACT

With the existence of hydroponic and conventional vegetable cultivators expected to be able to provide fresh vegetable needs, the role of social media development is used as a source of agricultural information to product marketing by utilizing social media. This research aims to: (1) Identify the utilization of social media by hydroponic and conventional farmers. (2) Analyzing the role of social media utilization on the efficiency of hydroponic and conventional vegetable farming in Lombok. The method used is descriptive with the determination of the sample area by purposive sampling on the grounds that Mataram City and East Lombok have the most hydroponic and conventional vegetable farming communities. Then the technique of determining Hydroponic respondents in this study is to use "Proportional Sampling", namely taking sample members from the population randomly without regard to the strata in the population where sample members are homogeneous with a total of 8 in Mataram City, 7 in Cakranegara District and 5 in Selaparang District and in determining Conventional respondents, researchers use "Accidental Sampling", namely researchers meet by chance who can be used as a sample if the farmer is deemed suitable as a source of data.

The results of this study indicate that the role of social media on hydroponic farming with the analysis of t test results by respondents who use social media and do not use social media has a Sig value. (2-tailed) of 0.002 <0.05, then as the basis for decision making in the independent sample t test it can be concluded that H₀ is rejected and H_a is accepted which means there is a difference between hydroponic farmers who use social media and do not use social media. The role of Social Media on Conventional with the analysis of t test results by respondents who use social media and do not use social media has a Sig. (2-tailed) of 0.001 <0.05, then as the basis for decision making in the independent sample t test it can be concluded that H₀ is rejected and H_a is accepted which means there is a difference between hydroponic farmers who use social media and do not use social media.

Keywords: Social Media, Efficiency, Hydroponics, Conventional

PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi sebuah fenomena yang berkembang dalam dunia pemasaran. Pemasar mulai memahami penggunaan media sosial sebagai komponen dalam strategi pemasaran mereka. Media sosial, yang mencakup saluran online untuk berbagi dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan, merupakan cara yang semakin penting untuk berkomunikasi secara interaktif dengan konsumennya (Pane, 2014). Memanfaatkan media sosial yang secara finansial lebih efisien dan praktis, Mempromosikan menggunakan media sosial selain tidak berbayar juga dapat menjaring pelanggan baru pengguna media sosial. Tren gaya hidup dengan mengonsumsi sayuran segar dan sehat mulai merambah di dunia digital semenjak meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat. Sebelumnya, konsumen hanya mengandalkan toko, ritel modern dan pasar sayuran. Hal tersebut sesuai dengan (Harimurti et al., 2017) yang menyatakan bahwa saat ini konsumen lebih selektif dalam memilih produk makanan dan membutuhkan makanan dengan kualitas yang lebih tinggi, hal ini terjadi terutama di kota besar dimana konsumen sudah memiliki gaya hidup yang lebih modern.

Kemajuan sosial media Seperti yang digunakan yaitu *Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp* dan *Youtube* saat ini sedang ramai diperbincangkan. Manfaat yang diberikan berupa kemudahan mengakses informasi dan isu-isu yang sedang berkembang. Salah satu bidang yang memperoleh manfaat dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi semakin memudahkan kelayakan untuk berinteraksi adalah bidang pertanian. Melalui media sosial, informasi terkait pertanian modern akan mudah diperoleh. Hal tersebut memberikan petani untuk memperoleh informasi teknis dan ekonomis dengan cepat dan menggunakannya secara efektif dan efisien untuk pengambilan keputusan (Destrian et al., 2018).

Berdasarkan hasil survey yang didapatkan, Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah yang pengembangan ekonominya bergerak di sektor pertanian tanaman pangan dan sektor hortikultura, kedua sektor ini bergerak dalam memenuhi kebutuhan pangan daerah dan peningkatan pendapatan melalui penyerapan tenaga kerja disektor masing-masing. Kota Mataram dan Kabupaten Lombok Timur, memiliki komunitas yang memproduksi sayuran hidroponik dan konvensional, baik sebagian dari hobi/pembudidaya maupun sebagai usaha yang diusahakan secara pokok. Dengan adanya pembudidaya sayuran hidroponik dan konvensional diharapkan mampu untuk menyediakan kebutuhan sayuran segar, juga penduduk petani bisa berswasembada pangan di bidang sayuran serta memaparkan hasil usahatani sayuran, peran pengembangan media sosial digunakan sebagai sumber informasi pertanian, menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan pertanian hingga pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial.

Permasalahan pada penelitian ini yaitu bagaimana mengidentifikasi pemanfaatan media sosial oleh petani hidroponik dan konvensional serta peran pemanfaatan media sosial terhadap efisiensi usahatani sayuran hidroponik dan konvensional. Adapun tujuan dari penelitian yaitu: (1) mengidentifikasi pemanfaatan media sosial oleh petani hidroponik dan konvensional. (2) Menganalisis peran pemanfaatan media sosial terhadap efisiensi usahatani sayuran hidroponik dan konvensional di Lombok.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram dan Kabupaten Lombok Timur. Daerah penelitian dipilih secara *purposive sampling* dengan alasan bahwa Kota Mataram dan Kabupaten Lombok Timur terdapat paling banyak komunitas petani sayuran hidroponik dan konvensional. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu petani sayuran hidroponik dan sayuran konvensional yang memanfaatkan media sosial dan tidak memanfaatkan media sosial di Nusa Tenggara Barat khususnya pulau lombok. Penentuan Jumlah responden pada penelitian menggunakan rumus *Slovin* maka jumlah sampel pada petani hidroponik yang ditentukan sebanyak 20 orang responden hidroponik dan sebanyak 22 orang responden konvensional, jadi jumlah keseluruhan responden yaitu 42 orang. Teknik penentuan responden Hidroponik pada penelitian ini yaitu menggunakan "*Proportional Sampling*" yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu yang dimana anggota sampel bersifat homogen (Sugiyono, 2020). Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini yaitu Pemanfaatan media sosial diukur dengan cara menanyakan langsung kepada responden dengan menggunakan pernyataan iya/tidak (\surd) dan Efisiensi Usahatani yaitu perbandingan antara total penerimaan yang diperoleh dengan total biaya yang dikeluarkan (R/C ratio), jika R/C ratio >1 maka usahatani tersebut efisien dan sebaliknya jika R/C ratio <1 maka usahatani tersebut tidak efisien.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: Pada penelitian ini menggunakan *independent sample test* dengan bantuan *SPSS 26 for windows*. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara yang menggunakan media sosial (Iya) dan tidak menggunakan media sosial (Tidak) terhadap efisiensi usahatani sayuran selada hidroponik di Kota Mataram dengan daerah penelitian Mataram, Cakranegara dan Selaparang dan konvensional di Kabupaten Lombok Timur dengan daerah penelitian di Desa Sembalun Lawang.

Kriteria dalam uji independent sample test (uji t) dengan taraf nyata 5 yaitu :

1. H_0 = Tidak ada perbedaan signifikan antara yang menggunakan media sosial (Iya) dan tidak menggunakan media sosial (Tidak) terhadap efisiensi usahatani sayuran selada keriting.
2. H_a = Ada perbedaan signifikan antara yang menggunakan media sosial (Iya) dan tidak menggunakan media sosial (Tidak) terhadap efisiensi usahatani sayuran selada keriting.

Kriteria hipotesis :

1. Jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada perbedaan antara responden yang menggunakan media sosial dan responden yang tidak menggunakan media sosial.
2. Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada perbedaan antara responden yang menggunakan media sosial dan responden yang tidak menggunakan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani hidroponik di Kota Mataram berjumlah 20 responden, dan petani konvensional berjumlah 22 responden. Karakteristik responden yang dibahas dalam penelitian ini meliputi usia, tingkat pendidikan, pengalaman dalam usahatani dan luas lahan garapan.

Pada tabel dapat dilihat bahwa rata – rata umur petani hidroponik yaitu pada petani hidroponik yang berada pada kisaran 21 – 30 tahun sebanyak 2 orang (10%), petani hidroponik yang berada pada kisaran umur 31 – 40 tahun sebanyak 7 orang (35%), umur 41 – 50 tahun sebanyak 9 orang (45%), dan umur >50 tahun sebanyak 2 orang (10%). Dengan demikian dapat dikatakan umur petani hidroponik termasuk dalam usia produktif. Dan petani konvensional yaitu pada kisaran umur 31- 40 sebanyak 10 orang (45,45%), petani konvensional yang berada pada kisaran umur 21 - 30 tahun yaitu 5 orang (22,72%), petani konvensional yang berada pada kisaran umur 41 – 50 tahun yaitu 6 orang (27,27%), dan umur >50 tahun yaitu 1 orang (4,54%). Dengan demikian dapat dikatakan umur petani konvensional termasuk dalam usia produktif.

Tingkat pendidikan petani hidroponik terbanyak adalah tingkat Perguruan Tinggi sebanyak 10 orang (50%). Kemudian disusul oleh tingkat SMA Sederajat yaitu 9 orang (45%). Adapun responden dengan jumlah persentase terkecil didapatkan dari responden dengan tingkat SMP yaitu 1 orang (5%) dan pada penelitian ini tidak ada responden dengan tamat SD atau tidak tamat sekolah. Dan Tingkat pendidikan petani konvensional adalah tingkat SMA sebanyak 11 orang (50,00%), kemudian disusul oleh tingkat Perguruan Tinggi yaitu 6 orang (27,27%). Adapun responden dengan jumlah persentase terkecil didapatkan dari responden dengan tingkat SD yaitu 2 orang (9,09%) dan tamat SMP yaitu 3 orang (13,63%).

pengalaman usahatani hidroponik paling lama pada kisaran 1-3 tahun dengan jumlah responden 16 orang (80%), disusul dengan jumlah pengalaman kisaran 4-6 tahun dengan jumlah responden 4 orang (20%). Dan pengalaman berusaha sayuran konvensional paling lama kisaran 1-3 tahun dengan responden 13 orang (59,09%), pada kisaran 4-6 tahun sebanyak 8 orang (36,36%), pada kisaran ≥ 8 hanya 1 orang (4,54%).

lahan garapan petani sayuran selada keriting pada kisaran 0 – 0,2 are sebanyak 17 orang (85%) dan luas lahan 0,2 - 0,3 are sebanyak 3 orang (15%). Hal ini menunjukkan bahwa tujuan petani responden bertanam sayuran hidroponik dengan memanfaatkan lahan sempit yang dimilikinya. Dan lahan garapan petani sayuran selada keriting kisaran 0,10 – 0,15 are dengan jumlah responden 17 orang (77,27%) dan luas lahan garapan kisaran 0,15 – 0,20 are dengan jumlah responden 5 orang (22,72%). Dapat dilihat pada Tabel 1. Karakteristik Petani Hidroponik dan Konvensional Tahun 2023 berikut :

Tabel 1. Karakteristik Petani Hidroponik dan Konvensional Tahun 2023

No.	Uraian	Responden		Persentase (%)	
		Hidroponik	Konvensional	Hidroponik	Konvensional
1	Jumlah Responden (Orang)	20	22	100	100
2	Umur (Tahun)				
	21-30	2	5	10	22.72
	31-40	7	10	35	45.45
	41-50	9	6	45	27.27
	>50	2	1	10	4.54
3	Tingkat Pendidikan				
	SD	0	2	0	9.09
	SMP	1	3	5	13.63
	SMA Sederajat	9	11	45	50.00
	Perguruan Tinggi	10	6	50	27.27
4	Pengalaman Berusahatani (Tahun)				
	1-3	16	13	80	59.09
	4-6	4	8	20	36.36
	>8	0	1	0	4.54
5	Luas Lahan Garapan (Are)				
	0 – 0.2	17	0	85	0
	0.2 - 0.3	3	0	15	0
	0.10 – 0.15	0	17	0	77.27
	0.16 – 0.20	0	5	0	22.72

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

b. Pemanfaatan Media Sosial Oleh Petani Hidroponik dan Petani Konvensional

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pemanfaatan media sosial oleh petani hidroponik dan petani konvensional selada keriting. Pemanfaatan media sosial oleh petani hidroponik dan petani konvensional diperoleh melalui instrument dengan pernyataan-pernyataan tipe perbandingan Iya menggunakan media social dan tidak menggunakan media social, hasil penelitian tentang pemanfaatan media sosial diringkaskan pada Tabel 2. berikut :
Tabel 2. Pemanfaatan Media Sosial Petani Hidroponik dan Petani Konvensional Selada Keriting Tahun 2023

	Hidroponik		Konvensional	
	Responden	Persentase	Responden	Persentase
Menggunakan media sosial	11	55	12	55
Tidak menggunakan media social	9	45	10	45
Jumlah	20	100	22	100
Rata-rata	10	50	11	50

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 4.10. bahwa petani hidroponik yang menggunakan media sosial sebanyak 11 orang dengan persentase 55% dan petani hidroponik yang tidak menggunakan media sosial sebanyak 9 orang dengan persentase 45%. Adapun petani konvensional yang menggunakan media sosial sebanyak 12 orang dengan persentase 55% dan petani yang tidak menggunakan media sosial sebanyak 10 orang dengan persentase 45%.

Untuk melihat pernyataan - pernyataan pemanfaatan media sosial terhadap objek tertentu oleh petani hidroponik dan petani konvensional pada penelitian ini tipe pernyataan yang diperoleh berupa input pembelian, teknologi produksi dan penjualan output. Dapat dilihat pada Tabel 3. berikut :

Pemanfaatan	Hidroponik		Konvensional		Keterangan
	Responden	Persentase	Responden	Persentase	
Pembelian input	11	41	9	31	Facebook, Whatsapp
Teknologi produksi	5	18	8	28	Facebook, Youtube
Penjualan output	11	41	12	41	Facebook, Instagram, Whatsapp
Jumlah	27	100	29	100	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11. menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh petani selada keriting Hidroponik dalam pembelian input menggunakan media sosial facebook berjumlah 11 orang dengan persentase pembelian input sebesar 41% hidroponik, pada teknologi produksi petani hidroponik menggunakan Youtube berjumlah 5 orang dengan persentase 18% , pada penjualan output petani hidroponik menggunakan Whatsapp berjumlah 11 orang dengan persentase 41%. Adapun petani konvensional yang menggunakan media sosial dalam pembelian input menggunakan facebook berjumlah 9 orang dengan persentase 31%, pada teknologi produksi menggunakan youtube berjumlah 8 orang dengan persentase 28% dan pada penjualan output menggunakan Whatsapp berjumlah 12 orang dengan persentase 41%.

c. Efisiensi Usahatani Sayuran Hidroponik dan Konvensional

Efisiensi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu R/C yang digunakan untuk melihat pendapatan relatif yang akan diperoleh dalam usahatani hidroponik dan konvensional dilihat pada Tabel 4.12. berikut :

Tabel 4. Efisiensi Usahatani Sayuran Selada Keriting Hidroponik dan Konvensional

No.	LLG (Are)	Penerimaan (Rp)/ Musim	Total Biaya (Rp)/ Musim	R/C Ratio (Penerimaan /Total Biaya)	LLG (Are)	Penerimaan (Rp)/ Musim	Total Biaya (Rp)/ Musim	R/C Ratio (Penerimaan /Total Biaya)
Hidroponik					Konvensional			
	0.1				0.10			
1		2.660.000	1.876.149	1.4		7.500.000	5.378.935	1.4
	0.2				0.17			
2		8.000.000	2.659.028	3.0		8.700.000	6.041.885	1.4
	0.3				0.10			
3		12.920.000	3.024.944	4.3		8.250.000	5.380.324	1.5
	0.1				0.11			
4		4.000.000	1.745.625	2.3		8.250.000	5.636.149	1.5
	0.2				0.12			
5		7.600.000	2.514.750	3.0		7.500.000	5.609.260	1.3
	0.1				0.15			
6		3.800.000	1.968.788	1.9		8.400.000	6.159.285	1.4
	0.2				0.10			
7		8.000.000	2.431.983	3.3		8.000.000	5.148.144	1.6
	0.3				0.20			
8		11.400.000	3.436.608	3.3		9.000.000	7.324.528	1.2
	0.2				0.15			
9		7.600.000	2.780.483	2.7		9.570.000	6.237.972	1.5
	0.2				0.10			
10		8.400.000	1.853.659	4.5		8.000.000	4.903.089	1.6
	0.2				0.15			
11		8.000.000	2.203.389	3.6		9.240.000	6.514.517	1.4
	0.2				0.12			
12		6.000.000	2.674.389	2.2		8.250.000	5.855.860	1.4
	0.1				0.10			
13		2.400.000	1.989.472	1.2		6.250.000	5.041.681	1.2
	0.1				0.14			
14		2.400.000	1.823.475	1.3		6.250.000	5.044.949	1.2
	0.2				0.15			
15		4.500.000	2.256.000	2.0		6.250.000	4.978.035	1.3
	0.2				0.10			
16		6.000.000	2.651.389	2.3		6.750.000	4.768.047	1.4
	0.3				0.21			
17		7.500.000	2.991.201	2.5		8.400.000	7.365.542	1.1
	0.2				0.20			
18		4.500.000	2.664.629	1.7		7.500.000	7.171.667	1.0
	0.2				0.25			
19		4.500.000	2.679.750	1.7		9.520.000	8.482.368	1.1
	0.1				0.10			
20		2.250.000	1.791.625	1.3		6.250.000	4.646.582	1.3
					0.15			
						6.250.000	4.622.093	1.4
					0.22			
						7.800.000	6.707.308	1.2
JML	3.7				3.19			
		122.430.000	48.017.335	49.6		171.880.000	129.018.216	29.6
	0.2				0.15			
		6.121.500	2.400.867	2.5		7.812.727	5.864.464	1.3

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12. diatas dapat dilihat nilai R/C dari hidroponik lebih Tinggi dari pada konvensional hal ini dikarenakan budidaya hidroponik tidak membutuhkan biaya besar dan tidak memerlukan lahan yang luas karena tanaman sayuran selada hidroponik ini bisa disusun berbeda dengan tanaman selada keriting konvensional yang membutuhkan modal besar dan juga memerlukan lahan yang sangat luas. Tanaman hidroponik selada keiritng ini memiliki kelebihan dan lebih menguntungkan karena hidroponik menggunakan nutrisi yang digunakan sebagai pupuk, alat-alat yang digunakan juga berjangka panjang seperti pipa air, tandon, mesin pompa air, plastik UV dan lain sebagainya sedangkan konvensional membutuhkan lahan yang luas dan tanaman sayuran bergantung pada kesuburan tanah, penggunaan pupuk dan pestisida sintetis yang dapat mencemari lingkungan dan mengancam kesehatan serta kualitas yang dihasilkan tidak sebgus dari hasil tanaman selada keiritng hidroponik. Maka dari itu walaupun penerimaan dan total biaya dari hidroponik lebih rendah dibandingkan konvensional tetapi budidaya hidroponik lebih menguntungkan karena hasil panen lebih berkualitas dan steril sehingga harga jual lebih tinggi daripada konvensional.

Pada penelitian ini untuk untuk melihat perbedaan efisiensi antara petani hidroponik dan konvensional. Dapat dilihat pada Tabel 5. berikut :

Tabel 5. Uji t efisiensi Hidroponik dan Konvensional Tahun 2023

Uji t Efisiensi					
	Group	N	Mean	t	Sig. (2-tailed)
Selada	Hidroponik	20	2.4750	5.398	0.002
	Konvensional	22	1.3364		

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.13. diatas dapat dilihat bahwa nilai uji T pada petani hidroponik yaitu 5.398 pada nilai Sig. (2-tailed) 0.002 < 0.05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sesuai dengan fakta dilapangan terdapat perbedaan antara hidroponik dan konvensional, pada perbedaan ini yang paling menonjol yaitu perbedaan pada penjualan hasil produksi yang dimana harga sayuran hidroponik lebih tinggi dibandingkan konvensional. Sedangkan pada perbedaan lahan hidroponik lebih ramah lingkungan, tidak membutuhkan lahan besar serta alat dan bahan yang digunakan bisa dipakai berulang kali, berbeda dengan tanaman konvensional membutuhkan lahan besar. Tabel lebih lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

d. Peran Media Sosial Terhadap Efisiensi Usahatani Hidroponik dan Konvensional Tahun 2023

Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial pada responden sayuran hidroponik dan Konvensional selada keriting dapat dilihat pada Tabel 6. berikut :

Tabel 6. Group Statistic Hidroponik dan konvensional Tahun 2023

Uji t Hidroponik					
	Group	N	Mean	t	Sig. (2-tailed)
Hidroponik	1.00	11	3.0273	3.551	0.002
	2.00	9	1.8000		
Uji t Konvensional					
	Group	N	Mean	T	Sig. (2-tailed)
Konvensional	1.00	12	1.4333	4.050	0.001
	2.00	10	1.2200		

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 4.14. menunjukkan bahwa nilai uji T pada petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial yaitu 3.551 pada nilai sig. (2-tailed) $0.002 < 0.005$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sesuai dengan fakta dilapangan terdapat perbedaan antara petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan petani yang tidak menggunakan media sosial.

menunjukkan bahwa nilai uji T pada petani konvensional yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial yaitu 4.050 pada nilai sig. (2-tailed) $0.001 < 0.005$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sesuai dengan fakta dilapangan terdapat perbedaan antara petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan petani yang tidak menggunakan media sosial.

Peran media sosial ini sangat berpengaruh terhadap efisiensi karena media sosial dapat memberikan kemudahan kepada petani dalam pembelian input, yang dapat dilakukan dengan jarak jauh dengan harga yang di dapat lebih murah dibandingkan membeli input di toko terdekat. Dan pada penjualan output juga memberikan pengaruh yang sangat berdampak pada pendapatan petani, karena petani bisa menaikkan harga lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang dijual secara langsung. Pada teknologi juga berpengaruh positif karena dapat membantu petani dalam mengolah lahan agar petani dapat memperoleh kualitas sayuran yang segar dan sehat.

Adapun petani yang tidak memanfaatkan media sosial, karena petani ini masih kurang dalam pemahaman tentang media sosial. Petani ini biasa membeli input ditoko terdekat atau berlangganan pada toko pertanian, dalam penjualan output petani ini juga lebih memilih menjual pada tengkulak atau pasar bahkan menjual di pasar modern seperti hypermart, lotte, supermarket, hotel dan lain sebagainya. Petani yang tidak menggunakan media sosial ini kurang memiliki wawasan dan relasi yang luas, hal ini menyebabkan petani kurang mendapatkan informasi dan pengetahuan. Dan pengetahuan tentang teknologi produksinya pun masih melalui petani secara turun temurun yang diberikan kepada petani penerusnya. Maka dari itu peneliti menyarankan petani yang belum menggunakan media sosial beralih menggunakan media sosial sebagai tempat pembelian input yang berkuaitas, sumber informasi dan sebagai media penjualan agar lebih praktis dan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Media sosial memiliki peran penting dalam terhadap efisiensi usahatani hidroponik dan konvensional dalam penjualan, pembelian input serta teknologi produksi yang dimana petani dapat melihat tata cara penanaman sayuran selada keriting hidroponik dan konvensional, media sosial yang paling dominan digunakan oleh petani sayuran hidroponik dan konvensional yaitu Facebook, Instagram dan Whatsapp.
2. Hasil perhitungan Efisiensi Usahatani Hidroponik dan Konvensional untuk melihat perbandingan yang signifikan melalui spss dapat dilihat nilai uji t sebesar pada bagian Equal variances assumed diketahui nilai sig (2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$, maka dalam uji independent sample t test dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara petani hidroponik dan konvensional.
3. Peran Media Sosial terhadap usahatani Hidroponik dengan analisis hasil uji t oleh responden yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.002 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t test* dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada perbedaan antara petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial.
4. Peran Media Sosial terhadap Konvensional dengan analisis hasil uji t oleh responden yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.001 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t test* dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada perbedaan antara petani hidroponik yang menggunakan media sosial dan tidak menggunakan media sosial.

b. Saran

1. Dianjurkan kepada petani untuk meminimalisir biaya dan memanfaatkan sumberdaya sekitar sebagai pengganti beberapa pengeluaran yang membutuhkan biaya besar.
2. Diharapkan kepada petani untuk meningkatkan kualitas sayuran yang dihasilkan agar bisa bersaing dengan sayuran yang didatangkan dari luar dan diharapkan dapat memotong rantai pemasaran produk dari luar daerah. Hal ini bertujuan agar masyarakat lokal mengkonsumsi produk-produk yang dihasilkan di daerahnya sendiri
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian berkaitan dengan kelayakan usahatani sayuran hidroponik agar dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk mendukung penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2010. *Dasar-Dasar Pengolahan Hasil Pertanian dan Perikanan*. Paket Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan. Universitas Sumatera Utara
- Budiono. 1997. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta.
- Destrian, Ope. 2018. *Perilaku Informasi Pertanian Melalui Online pada Kelompok Petani Jahe*. Universitas Padjadjaran.
- Drs. Harnanto, M. Soc. Sc., Akuntan. 2017. *Konsep & Metodologi Penggolongan Biaya Elemen Biaya Produksi Perhitungan Harga Pokok Produk*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Fadila Yuliana. 2020. *Studi Perbandingan Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik dan Sayuran Konvensional*. Kota Palangkaraya.

Palmer, Koenig. 2009. *Pendekatan Berbasis Jaringan Sosial Untuk Pemasaran Langsung*. Jurnal Internasional.

Pungky Syah. 2020. *Manfaat Penggunaan Media Sosial Bagi Petani*. Malang : Manajemen FEB