

Riset Agen Lapangan PRISMA

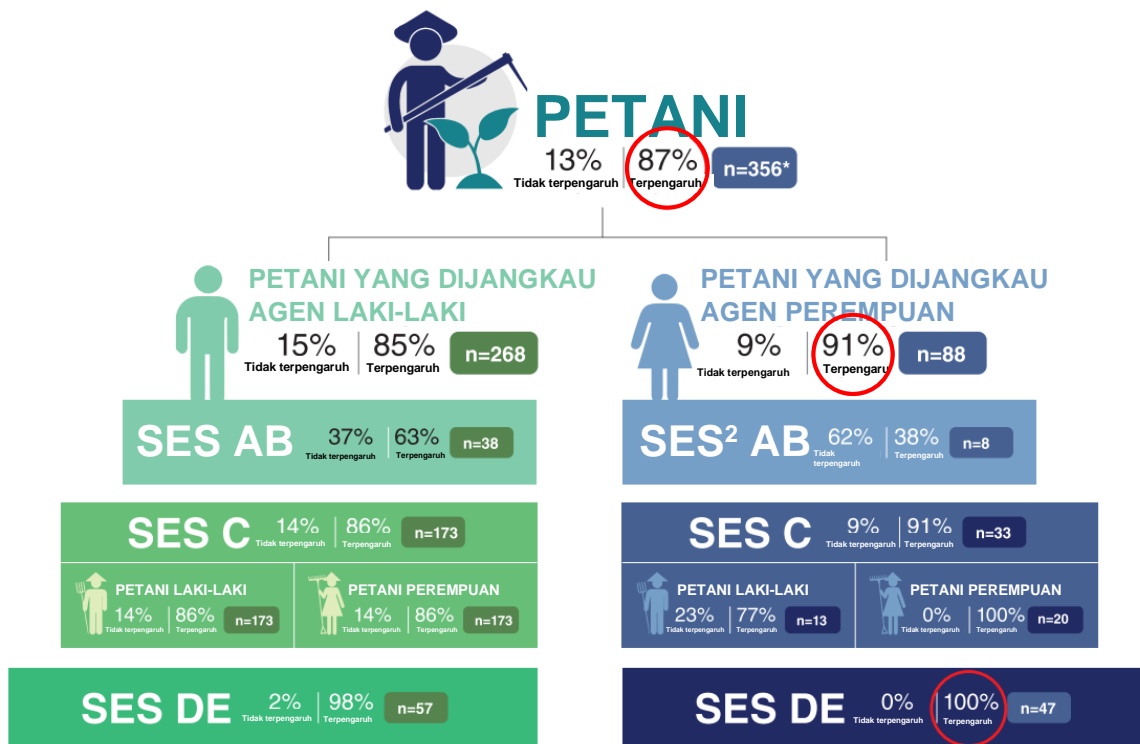
Hasil Analitis No. 1

Gender & Pengaruh Agen Lapangan

Holly Krueger, Khairunnisa Usman, dan Mediane Nurul Fuadah

Peran perempuan Indonesia di sektor pertanian cenderung kurang terlihat dan sering diabaikan oleh perusahaan input pertanian, penyuluh pemerintah, dan bahkan program pembangunan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pertimbangan berbasis gender belum banyak diterapkan dalam kegiatan pemasaran pertanian dan skema penjualan melalui agen (*direct sales agent* atau DSA). Untuk lebih memahami hal ini, PRISMA melakukan riset terhadap 10 mitra di sektor pertanian dan program DSA mereka. Studi ini dilakukan di 3 provinsi dan melibatkan 500 responden dengan tujuan untuk mengevaluasi beberapa aspek, termasuk tingkat adopsi dan preferensi petani. Hasil riset ini dirangkum dalam dua ringkasan dan tiga deskripsi analitis singkat.

PENGARUH AGEN LAPANGAN¹



*Basis responden: dijangkau oleh agen lapangan laki-laki atau perempuan

Gambar 1: "Pengaruh" Agen Lapangan

¹ Seorang petani dianggap 'terpengaruh' jika mereka menerapkan pengetahuan pertanian yang mereka peroleh dari kegiatan pemasaran, sehingga menghasilkan pendapatan/produktivitas yang lebih tinggi.

² Klasifikasi status sosial ekonomi (SES) ditentukan oleh pengeluaran bulanan responden, sumber air, dan sumber tenaga listrik. SES A adalah tingkat status sosial ekonomi tertinggi, sedangkan SES E adalah yang terendah.

Kemampuan agen lapangan dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan petani merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan keuntungan melalui produk pertanian yang dijual agen. Meskipun model DSA pertanian yang menguntungkan bergantung pada pembelian berulang dari pelanggan setia, masih sedikit yang mempertimbangkan apakah gender seorang agen dapat memengaruhi petani secara positif atau negatif.

PRISMA mengidentifikasi bagaimana kegiatan pemasaran DSA memengaruhi petani perempuan dan laki-laki (gambar 1) dengan menggunakan dua indikator, yaitu penerapan pengetahuan pertanian dan pertumbuhan pendapatan/produktivitas. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa:

91% 

Dalam memengaruhi petani perempuan dan laki-laki, **tingkat keberhasilan agen lapangan dalam kegiatan pemasaran mencapai 91%**, sedangkan agen lapangan laki-laki sebanyak 85%.

SES 

Status sosial-ekonomi tampaknya juga menjadi faktor; petani berpenghasilan rendah (SES C dan SES DE), baik perempuan maupun laki-laki, **melaporkan dampak positif yang lebih besar dari DSA** dibandingkan petani berpenghasilan tinggi (SES AB).

100% 

Jika petani di kategori SES C dipilah berdasarkan gender, **100% petani perempuan dan 77% petani laki-laki mengatakan bahwa agen lapangan perempuan memberi dampak positif**, sedangkan 95% petani perempuan dan 81% petani laki-laki mengatakan bahwa agen laki-laki memberikan dampak positif.

Temuan ini penting karena faktor-faktor seperti gender (agen dan petani) serta status sosial ekonomi (petani) ternyata dapat memberi dampak positif agen terhadap petani. Faktor-faktor ini juga harus dimasukkan dalam strategi pemasaran pertanian serta pengembangan dan implementasi jaringan agen lapangan.

Ingin mengetahui lebih lanjut tentang cara merancang dan menerapkan model agen lapangan yang sukses dan inklusif? Lihat ringkasan lainnya dalam seri ini yang tersedia di situs web PRISMA: **Agan Lapangan Perempuan: Hasil dan Rekomendasi**
Info Terkini COVID-19: Agen Lapangan Perempuan