

Riset Agen Lapangan PRISMA



Hasil Analitis No. 3

Gender & Tingkat Kepuasan Petani dengan Pemasaran

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.

TINGKAT KEPUASAN PETANI TERHADAP PEMASARAN

	Total	GENDER PETANI	
		 LAKI-LAKI	 PEREMPUAN
Basis	511	302	209
Kepuasan	4,18	4,07	4,33
Relevansi	4,28	4,20	4,40
Kemudahan untuk Dipahami	4,28	4,19	4,41
Kemudahan untuk Dipraktikkan	4,28	4,21	4,40
Signifikansi	4,39	4,32	4,48

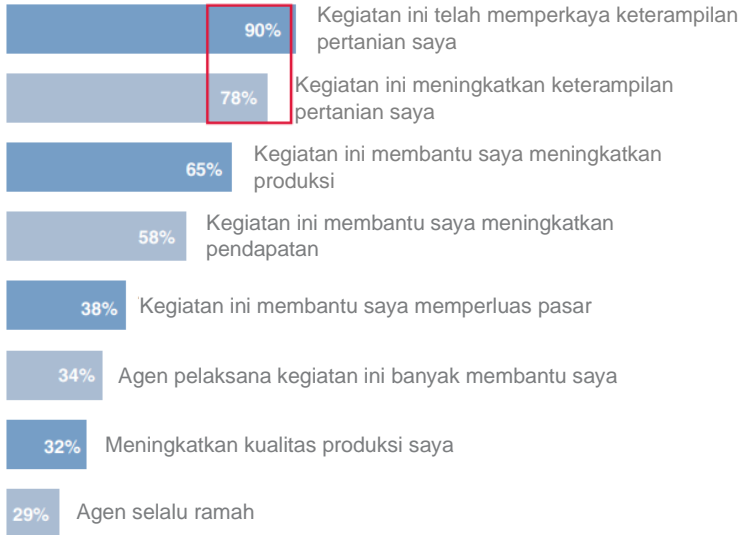
Penilaian nol hingga lima, di mana nol mewakili skor terendah dan lima mewakili skor tertinggi

Setiap pertemuan yang diselenggarakan oleh DSA merupakan kesempatan mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada petani selain untuk mempromosikan dan menjual hasil pertanian. Memastikan materi pemasaran selaras dengan audiens sasaran adalah faktor kunci untuk konversi penjualan. Untuk lebih memahami tingkat kepuasan petani terhadap kegiatan pemasaran, penelitian ini mengeksplorasi kepuasan petani perempuan dan laki-laki terhadap kegiatan pemasaran DSA. Secara keseluruhan, para petani melaporkan tingkat kepuasan yang tinggi di berbagai bidang termasuk relevansi, kemudahan dipahami, kemudahan aplikasi dan tingkat kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun menilai kesesuaian konten pemasaran adalah penting, para pelaku usaha pertanian ini tidak perlu membuat perubahan substantif pada materi pemasaran mereka.

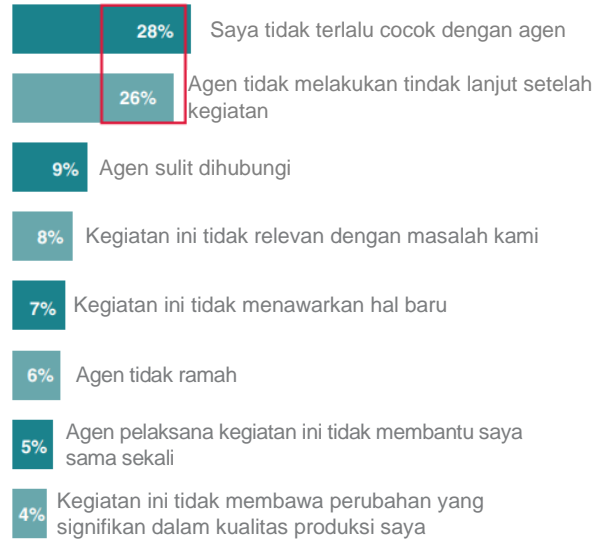
Identifikasi lebih lanjut terhadap tanggapan 'suka' dan 'tidak suka' tertentu dari petani¹ dapat mengonfirmasi temuan awal mengenai isi kegiatan pemasaran. Petani lebih menghargai materi pembelajaran yang dapat diterapkan dan memberikan hasil. Meskipun lebih dari 40% petani tidak mengungkapkan ketidakpuasan terhadap kegiatan pemasaran, hasil riset ini menunjukkan peluang bagi para pelaku usaha pertanian untuk meningkatkan upaya tindak lanjut dan keramahan agen lapangan perempuan dan laki-laki.

¹ Data terpilah berdasarkan gender tidak tersedia

MENYUKAI n=88



TIDAK MENYUKAI n=511 tidak menjawab: 41%



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: Agen Lapangan Perempuan: Hasil dan Rekomendasi Info Terkini COVID-19: Agen Lapangan Perempuan**