

MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN PETANI PADI ORGANIK DI KABUPATEN BANTUL

Nur Rahmawati¹⁾, Triyono²⁾, Sriyadi³⁾

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email : rahma_wati_mf@yahoo.com

Abstract : *The improvement of farmers' welfare, especially rice farmers require efforts to improve the ability of farmers to produce quality products and which is competitive. An effort that can be done is to increase the motivation of entrepreneur communities through organic farming which can be expected to ensure the preservation of the environment for sustainable production, achieve food security at the same time improving the welfare of people that having quality. This research aims to identify the motivation of entrepreneur farmers and the individual factors and the influence of environments. The study was conducted by interview survey method on organic rice farmers, then it was analyzed by descriptive and regression analysis. The results showed that the general motivation of entrepreneur farmers is strong enough. Factors that influence entrepreneur motivation is the business environment; access to credit, market orientation, a network of cooperation and support from the government as well as individual factors, namely education.*

Keywords : *motivation, entrepreneur, organic rice farming*

Abstrak : Peningkatan kesejahteraan petani khususnya petani padi memerlukan usaha peningkatan kemampuan petani dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah peningkatan motivasi kewirausahaan masyarakat melalui pertanian organik yang dapat diharapkan mampu menjamin kelestarian lingkungan bagi produksi yang berkelanjutan, mewujudkan ketahanan pangan sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat yang berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi motivasi kewirausahaan petani serta faktor-faktor individu dan lingkungan yang berpengaruh. Penelitian dilakukan dengan metode survei wawancara pada petani padi organik, kemudian dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara umum motivasi kewirausahaan petani sudah cukup kuat. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kewirausahaan adalah lingkungan usaha yaitu akses kredit, orientasi pasar, jaringan kerjasama dan dukungan pemerintah serta faktor individu yaitu pendidikan.

Kata Kunci : *motivation, entrepreneur, organic rice farming*

PENDAHULUAN

Produk organik, termasuk beras organik merupakan pangan yang dihasilkan oleh pertanian organik (Biao, 2003). Pangan organik diyakini lebih aman (Canavari et al 2002) karena merupakan pangan alami yang dihasilkan tanpa menggunakan bahan kimia dan pupuk buatan (Connor dan Douglas, 2002). Produk pangan organik dihasilkan dari

pertanian organik, suatu sistem produksi yang mempertahankan kesehatan tanah, ekosistem dan manusia (USDA 2010).

Tren preferensi konsumen terhadap produk organik ditunjukkan oleh permintaan produk organik khususnya beras yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Sejak tahun 2006 produksi beras organik belum mampu memenuhi kebutuhan pasar. Bahkan pada tahun 2009 produksi beras organik hanya mampu

memenuhi kebutuhan sekitar 50% dari permintaan pasar. Hal ini disebabkan karena laju permintaan beras organik belum bisa diimbangi oleh laju produksinya.

Tabel 1. Produksi dan Kebutuhan Pasar Beras Organik di Indonesia

Tahun	Produksi (kg)	Kebutuhan Pasar (kg)
2005	550.300	550.300
2006	557.179	660.360
2007	563.865	792.432
2008	570.519	950.918
2009	577.080	1.141.102

Sumber : Pertanian Sehat Indonesia.com

Pada Tahun 2009, sebanyak tiga persen dari total 58.000 hektar lahan sawah di Daerah Istimewa Yogyakarta menerapkan sistem organik. Sedangkan di Kabupaten Bantul, dari 16.000 hektar lahan padi, baru lima persen diantaranya tersertifikasi organik (<http://ibutani.blogspot.com>). Dengan demikian, berdasarkan luas yang telah diusahakan masih menunjukkan bahwa baru sebagian kecil potensi lahan yang dikembangkan dalam menangkap peluang pasar padi organik yang masih cukup terbuka.

Pemanfaatan potensi sumberdaya alam pertanian, dalam hal ini adalah lahan tergantung pada potensi sumberdaya manusia khususnya petani. Selama ini peran petani sebagai pelaku utama yang memiliki kemampuan kreativitas dan daya cipta kurang dimaksimalkan potensinya. Berdasarkan realitanya keberhasilan petani mencapai kinerja usahatani yang tinggi tidak hanya ditentukan oleh kegiatan teknik budidaya sernata tetapi juga ditentukan oleh kemampuan petani baik sikap, pengetahuan dan ketrampilan yang diaktualisasikan dalam menjalankan usahatani mulai dari persiapan tanam sampai pemasaran produk yang dihasilkan.

Saragih (1996) menyatakan bahwa kewirausahaan petani merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha yang berorientasi pasar. Demikian pula menurut beberapa pendapat yang lain Hartono, (2003) mengatakan bahwa melalui pengembangan bisnis untuk petani kecil diharapkan mampu menumbuhkan dan mengembangkan petani-petani inovator dan motivator yang berjiwa *entrepreneur*.

Kewirausahaan penting untuk pengembangan agribisnis, oleh karena kewirausahaan petani perlu ditumbuhkan menghadapi tekanan lingkungan pasar yang tidak kondusif (Wibowo dan Subiyono, 2005; Priyanto, 2008).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui motivasi kewirausahaan petani pada usahatani padi organik dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kewirausahaan petani pada usahatani padi organik.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi

Motivasi dipandang sebagai segala sesuatu yang menginspirasi tindakan manusia termasuk didalamnya aspirasi atau niat dalam perilakunya (Mansor dan Mat 2010). Motivasi seseorang untuk menjadi *entrepreneur* cukup beragam.

Dari kebanyakan survey yang dilakukan di negara industri disebutkan bahwa motivasi yang mendorong laki-laki dan perempuan dalam melakukan usaha hampir sama, dimana kebebasan dan kebutuhan untuk pencapaian diri (*need of self achievement*) selalu berada di urutan teratas (Hisrich et al. 2001).

Orhan dan Scott dalam Kasali et al (2011) menjelaskan ada tujuh motif untuk menjadi seorang pengusaha. Pertama *dynastic compliance* (turunan) dimana usaha tersebut memiliki sejarah panjang dalam keluarga. Kedua *no other choice* (tidak ada pilihan). Ketiga *entrepreneur by change* yaitu mereka yang menjalankan *entrepreneur* karena menerima bukan mencari peran tersebut. Keempat *natural succession* yaitu suksesi yang memang telah dipersiapkan dalam menjalankan bisnis keluarga setelah mendapatkan pendidikan. Kelima *forced entrepreneur* yaitu karena adanya tekanan. Keenam *informed entrepreneur* yaitu melakukan usaha karena dipengaruhi lingkungan terdekatnya. Ketujuh *pure entrepreneur* yaitu menjalankan bisnis sendiri secara alami berdasarkan pengalaman.

Motivasi dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*). Faktor pendorong adalah faktor faktor yang berasal dari dalam diri petani. Sedangkan faktor penarik adalah faktor yang berasal dari luar petani (Kasali, 2011).

Dari kebanyakan survey yang dilakukan di negara industri disebutkan bahwa motivasi

yang mendorong laki-laki dan perempuan dalam melakukan usaha hampir sama, dimana kebebasan dan kebutuhan untuk pencapaian diri (*need of self achievement*) selalu berada di urutan teratas (Hisrich et al. 2001).

Faktor Penentu Motivasi Kewirausahaan

1. Faktor Individu

- a. *Pendidikan*. Agar usaha dapat bersaing di pasar global, peran pendidikan bagi *entrepreneur* menjadi semakin penting. Selain dapat membantu meningkatkan kemampuan usahanya, mengidentifikasi pilihan dan membuat keputusan juga dapat menambah informasi yang akan digunakan saat menjalankan usahanya, menentukan kedalaman lokus perencanaan dan memiliki dampak yang signifikan pengembalian aset (Gathey et.al, 2011).
- b. *Umur*. Ainin et al (2010) melaporkan bahwa umur dan gender *entrepreneur* signifikan mempengaruhi kinerja bisnis.
- c. *Umur Usaha dan Pengalaman*. Stam et al. dalam Minniti dan Naude (2010) mengatakan bila seseorang memulai suatu usaha baru setelah sebelumnya mengalami kegagalan tergantung pada kapasitasnya belajar dari pengalaman. Inilah yang disebut sebagai *habitual entrepreneurship*.

2. Lingkungan Usaha

- a. *Akses Modal dan Kredit*. Diantara faktor-faktor lingkungan yang paling penting dalam aktivitas *entrepreneur* diantaranya adalah bantuan finansial atau aksesibilitas kredit (Mat dan Razak, 2011). Permasalahan ini lebih sering terdengar di

negara berkembang terkait dengan pengangguran dan diskriminasi gender (Carter dan Shaw, 2006).

- b. *Pelatihan*. Bagi *entrepreneur* kesenjangan akses terhadap pelatihan dan konsultasi merupakan alasan utama yang selalu digunakan untuk menjelaskan kinerja mereka yang rendah (Roomi dan Harrison, 2008).Pelatihan lebih dipandang sebagai suatu biaya dan bersifat reaktif dibandingkan sebagai suatu investasi dan bagian dari strategi perencanaan bisnis.
- c. *Orientasi Pasar*. Studi orientasi pasar hanya dilakukan pada pabrik, jasa dan perusahaan ritel besar di Amerika Serikat dan Eropa Barat dan sangat sedikit dilaporkan dalam literatur tentang perilaku pemasaran bisnis di negara sedang berkembang maupun negara belum berkembang, terlebih lagi tentang perilaku pemasaran usaha kecil yang dikelola perempuan (Afza, Hasan dan Rashid, 2010).
- d. *Skala Usaha*. Banyak studi melaporkan bahwa skala usaha merupakan salah satu faktor penting bagi proses organisasi dan kinerja (Baum et al. 2001).
- e. *Jaringan (network)*. Kurangnya jaringan merupakan hal yang banyak ditemukan dalam *entrepreneurship*, (Itani et al. 2009).Miskinnya keragaman dalam jaringan yang dimiliki *entrepreneur* sebagai akibat dari kurangnya hubungan dengan orang-orang yang menjadi faktor kunci dan pemasok inti dalam kegiatan mereka selama ini.

Tabel 2. Skor Jawaban Petani Padi Organik terhadap Indikator Motivasi Petani

Indikator/ skor	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Faktor Pendorong										
Pendapatan Kurang	1	0,86	10	8,62	5	4,31	82	70,69	18	15,52
Tidak puas dengan pendapatan	1	0,86	22	18,97	3	2,59	84	72,41	6	5,17
Kesulitan mendapat pekerjaan	7	6,03	71	61,21	8	6,90	27	23,28	2	1,72
Waktu yang fleksibel	1	0,86	23	19,83	0	-	76	65,52	14	12,07
Faktor Penarik										
Kebebasan bisnis padi organik	0	-	0	-	4	3,45	96	82,76	16	13,79
Pemenuhan keinginan diri	0	-	1	0,86	1	0,86	99	85,34	15	12,93
Padi Organik menjanjikan	0	-	13	11,21	25	21,55	65	56,03	13	11,21
Padi Organik diakui masyarakat	0	-	5	4,31	31	26,72	75	64,66	5	4,31

f. *Dukungan Pemerintah*. Tambunan (2005) melaporkan bahwa dalam beberapa kasus kebijakan pengembangan kelompok (*cluster development policies*) di Indonesia belum berjalan dengan sukses. Hal ini disebabkan masih diabaikannya keterkaitan antara kelompok usaha dengan pasar, semakin berkurangnya potensi UKM dalam mengorganisasi diri sendiri dan terbatasnya dukungan dari pemerintah lokal dan organisasi lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode penelitian survei pada petani padi organik di Kabupaten Bantul sebagai obyek penelitian. Sentra pengembangan padi organik di Kabupaten Bantul meliputi: Kecamatan Bambanglipuro, Kecamatan Pandak, Kecamatan Imogiri, Kecamatan Pundong. Dari 4 kecamatan tersebut ada 6 kelompok tani yang masih aktif dalam usahatani padi organik, masing-masing kelompok tani terpilih diambil sampel petani secara *nonproporsional random sampling* sebanyak 20 sampel petani tiap kelompok, sehingga ada 120 responden.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik kewirausahaan petani dan pengaruh faktor individu dan lingkungan usaha terhadap karakteristik kewirausahaan. Kemudian dilakukan analisis regresi.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_9 X_9$$

Y= Skor Faktor Pendorong/Faktor Penarik

β_0 = Konstanta

$\beta_1 - \beta_9$ = Koefisien Regresi

X_1 = Akses mendapatkan kredit (Skor)

X_2 = Pelatihan (Skor)

X_3 = Orientasi pemasaran (Skor)

X_4 = Jaringan kerjasama (Skore)

X_5 = Dukungan Pemerintah (Skore)

X_6 = Umur (tahun)

X_7 = Pendidikan (tahun)

X_8 = Tanggungan Keluarga (orang)

X_9 = Pengalaman (tahun)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi kewirausahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kewirausahaan petani padi organik di kabupaten Bantul. Penelitian dilakukan pada 116 responden petani padi organik di kabupaten Bantul karena ada 4 responden yang tidak memenuhi syarat sebagai responden.

Motivasi Kewirausahaan

Motivasi adalah suatu proses untuk membuat banyak motif- motif dari perbuatan atau tingkah laku untuk memenuhi kebutuhan dalam mencapai tujuan. Dengan tujuan yang diinginkan ini tentunya harus dibarengi dengan kesiapan dari dalam diri untuk mendorong tingkah laku untuk berbuat sesuatu mencapai tujuan. Ada 2 faktor dalam mengukur motivasi pada usahatani organik yaitu faktor pendorong dan faktor penarik.

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar petani pada faktor pendorong yaitu lebih dari 65% menjawab dengan skor 4 kecuali pada indikator petani termotivasi untuk berusahatani padi organik karena kesulitan mendapat pekerjaan. Hal ini disebabkan karena petani merupakan pekerjaan pokok, sehingga usahatani padi organik bukan satu satunya jenis usahatani yang dilakukan petani.

Dilihat dari faktor penarik dalam indikator motivasi petani untuk berusahatani padi organik, lebih dari 80 % petani memberikan jawaban skor 4 yaitu berusahatani padi organik adalah bebas dan `menjanjikan hanya 56 % yang memberikan jawaban dengan skor 4 dan 21 % yang memberikan jawaban dengan skor 3. Demikian pula indikator bahwa padi organik diakui masyarakat skor jawaban petani masih berkisar pada skor 3 dan 4.

Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kewirausahaan

Faktor yang mempengaruhi karakter wirausaha terdiri dari faktor individu petani dan faktor lingkungan Bisnis

1. Faktor Individu

Faktor individu yang berpengaruh terhadap kewirausahaan adalah faktor dari dalam diri

petani padi organik yaitu umur petani, pengalaman berusaha padi organik dan pendidikan petani. Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa lebih dari 50 % petani berumur lebih dari 47 tahun, komposisi umur yang terbanyak adalah umur antara 47 tahun sampai dengan 60 tahun. Ini merupakan umur produktif petani padi organik. Rata-rata umur petani padi organik adalah 55 tahun.

Pengalaman petani padi organik dalam mengelola usahatani padi antara 8 sampai 10 tahun yaitu sebesar 42 % dengan rata-rata pengalaman petani 15 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa dalam mengelola usahatani padi terutama padi organik sudah tidak diragukan lagi.

Komposisi tingkat pendidikan petani padi organik sangat bervariasi antara yang berpendidikan SD, SMP dan SMA. Jumlah petani yang berpendidikan SMA yang paling banyak sedangkan yang berpendidikan PT yang terendah yaitu hanya 2,59 %. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani sudah sangat baik sehingga memudahkan petani dalam menerima transfer teknologi baru dalam rangka meningkatkan pendapatan petani.

2. Faktor Lingkungan Bisnis

Faktor lingkungan bisnis merupakan faktor di luar yang berpengaruh terhadap karakter kewirausahaan. Faktor lingkungan bisnis terdiri dari akses untuk mendapatkan modal, syarat mendapatkan modal, frekuensi pelatihan, Orientasi pemasaran, *Network* (kerjasama) dan dukungan pemerintah.

Akses untuk mendapatkan modal yang terdiri dari jarak dan waktu tempuh untuk mendapatkan kredit/ modal menunjukkan skor 1 dan 2 yang artinya jarak untuk mendapatkan kredit cukup dekat yaitu kurang dari 1 km dengan waktu tempuh kurang dari 15 menit.

Syarat untuk mendapatkan kredit juga mudah bagi yang mempunyai pinjaman modal yang ditunjukkan dengan skor 4 dengan nilai skor sebesar 34 %. Skor 1 menunjukkan bahwa petani tidak memanfaatkan kredit. Sedangkan jawaban kesesuaian kredit yang diambil sebesar 44 % menunjukkan skor 3.

Frekuensi mengikuti pelatihan bagi petani organik sangat bervariasi antara 1 sampai dengan 10 kali untuk pelatihan tentang pertanian organik secara umum dan 1 sampai 6 kali untuk pelatihan padi organik, membuat pupuk organik dan membuat obat/pestisida organik. Frekuensi rata-rata untuk pelatihan pertanian organik sebanyak 4 kali, untuk pelatihan padi organik sebanyak 3 kali, pelatihan pembuatan pupuk organik dan pestisida organik masing-masing 2 kali.

Orientasi pemasaran bagi petani padi organik sudah cukup baik artinya petani sudah berani membuka terobosan baru dalam pemasaran yaitu menjual padi sudah dalam bentuk beras sehingga harganya bisa lebih tinggi dibanding dijual dalam bentuk gabah kering atau basah apalagi ditebas. Seperti ditunjukkan dalam tabel 4, jawaban skor petani yang menjual beras adalah 60 % untuk skor 4 dan 30 % untuk skor 5.

Tabel 3. Faktor Individu Petani Padi Organik

No	Komponen	Kategori	Jumlah	Persen (%)
1	Umur(th)	19-32	2	1,72
		33-46	25	21,55
		47-60	61	52,59
		61-74	25	21,55
		>74	3	2,59
2	Pengalaman(th)	8-10	49	42,24
		11-19	18	15,52
		20-28	22	18,97
		29-37	13	11,21
		>37	14	12,07
3	Pendidikan	SD	40	34,48
		SMP	25	21,55
		SMA	48	41,38
		PT	3	2,59

Tabel 4. Skor Jawaban Petani Padi Organik terhadap Indikator Lingkungan Bisnis

No	Indikator / Skore	1		2		3		4		5	
		Frek	%								
1	Akses terhadap modal dan kredit										
	Jarak mendapatkan kredit	30	25,86	66	56,90	7	6,03	5	4,31	7	6,03
	Waktu tempuh	43	37,07	55	47,41	6	5,17	8	6,90	4	3,45
2	Syarat mendapatkan modal										
	Tingkat kemudahan	42	36,21	2	1,72	32	27,59	40	34,48	1	0,86
	Kesesuaian kredit yang diambil	49	42,24	5	4,31	51	43,97	11	9,48	0	-
3	Frek mengikuti Pelatihan										
	Pelatihan Pertanian Organik	44	37,93	33	28,45	23	19,83	3	2,59	13	11,21
	Pelatihan Padi Organik	50	43,10	33	28,45	21	18,10	3	2,59	9	7,76
	Pelatihan membuat pupuk Organik	21	18,10	41	35,34	12	10,34	37	31,90	5	4,31
	Pelatihan membuat obat Organik	32	27,59	43	37,07	29	25,00	8	6,90	4	3,45
4	Orientasi Pemasaran										
	Ditebas di lahan	51	43,97	59	50,86	3	2,59	3	2,59	0	-
	Dijual bentuk gabah basah	33	28,45	64	55,17	3	2,59	15	12,93	1	0,86
	Dijual bentuk gabah kering	18	15,52	54	46,55	6	5,17	30	25,86	7	6,03
	Dijual bentuk beras	14	12,07	7	6,03	1	0,86	64	55,17	30	25,86
	Dijual bentuk benih	25	21,55	37	31,90	15	12,93	26	22,41	7	6,03
5	Network/Kerja Sama										
	Frek ketemu dengan peyedia input	50	43,10	17	14,66	24	20,69	7	6,03	18	15,52
	Frek ketemu dengan kelompok tani	67	57,76	17	14,66	12	10,34	4	3,45	15	12,93
	Frek ketemu dengan produsen	70	60,34	6	5,17	12	10,34	10	8,62	18	15,52
	Ada kedekatan emosional dengan kelompok tani	4	3,45	4	3,45	6	5,17	88	75,86	13	11,21
	Ada kehangatan dan komitmen terhadapkelompok tani	6	5,17	9	7,76	18	15,52	71	61,21	12	10,34
6	Dukungan pemerintah										
	Adanya bantuan modal	87	75,00		-		-		-	29	25,00
	Adanya pelatihan per tahun	100	86,21	8	6,90	2	1,72	2	1,72	4	3,45
	Infrastuktur										
	a. Perbaikan jalan	6	5,17	6	5,17	4	3,45	69	59,48	31	26,72
	b. Irigasi	3	2,59	11	9,48	2	1,72	61	52,59	39	33,62
	c. Penyediaan Pasar	11	9,48	30	25,86	10	8,62	28	24,14	37	31,90
	d. Sarana Transportasi	12	10,34	28	24,14	6	5,17	36	31,03	34	29,31

Sedangkan indikator yang lain hasil panen ditebas, dijual bentuk gabah basah dan gabah kering seperti jawaban skore yang tinggi ada pada skore 1 dan 2.

Indikator lingkungan bisnis yang lain adalah Network / kerjasama. Tabel 4 menunjukkan bahwa frekuensi ketemuan antara petani dengan penyedia input, kelompok tani dan produsen sebagian besar atau lebih dari 70 % pada skore 1 artinya frekuensi ketemuanya hanya 1 kali saja, namun secara non formal ada kedekatan emosional, kehangatan dan komitmen yang kuat terhadap kelompok tani yang ditunjukan dengan jawaban skore 4 sebanyak 76 % untuk kedekatan emosional dan 61% untuk adanya kehangatan dan komitmen dengan kelompok tani.

A. Pengaruh Faktor Individu dan Lingkungan Usaha terhadap Motivasi Kewirausahaan

Motivasi adalah segala sesuatu yang menginspirasi tindakan manusia termasuk didalamnya aspirasi atau niat dalam perilaku. Motivasi yang diamati ada dua, yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*).

1. Faktor Pendorong

Faktor pendorong merupakan faktor yang mendorong petani untuk melakukan usahatani padi secara organik. Parameternya adalah 1. pendapatan kurang, 2. Tidak puas terhadap pendapatan sekarang, 3. kesulitan mendapatkan kerja, 4. waktu kerja yang fleksibel karena adanya tanggung jawab terhadap urusan keluarga. Faktor pendorong motivasi petani padi organik dipengaruhi oleh lingkungan usaha dan kondisi individu petani.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) hasil analisis menunjukkan bahwa 50% variabel yang digunakan dapat menjelaskan skor faktor pendorong dalam motivasi

sedangkan 50 % yang lain dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai F_{hitung} sebesar 4 dan signifikan pada tingkat kesalahan 1 % artinya bahwa faktor Akses mendapatkan kredit, dukungan pemerintah, pelatihan, pendidikan, orientasi pasar, tanggungan keluarga jaringan kerjasama dan pengalaman secara bersama-sama berpengaruh terhadap faktor pendorong dalam motivasi.

Besarnya elastisitas faktor pendorong karena pengaruh lingkungan usaha dan kondisi individu dapat dilihat dari koefisien estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi faktor pendorong motivasi petani padi organik disajikan dalam tabel 5.

Faktor pendorong motivasi petani padi organik dipengaruhi secara signifikan oleh lingkungan usaha berupa akses terhadap kredit dan jaringan kerjasama, sedangkan faktor individu tidak ada yang berpengaruh secara signifikan. Kedua faktor lingkungan usaha tersebut berpengaruh negatif terhadap faktor pendorong motivasi petani dalam berusaha petani padi organik. Hal ini bisa dimaknai bahwa jika akses terhadap kredit sulit dan jaringan kerjasama masih minim maka dorongan petani untuk melakukan usahatani padi organik akan makin kuat, dengan harapan mampu meningkatkan pendapatan dan kepuasan terhadap pendapatan yang telah diperolehnya. Namun demikian petani kurang memahami pentingnya kredit bagi pengembangan usahatannya. Akses terhadap kredit yang ada biasa digunakan untuk kebutuhan non pertanian. Hal ini bisa dipahami karena petani

berpikir rasional dalam memanfaatkan kredit untuk usaha yang lebih cepat menghasilkan dibanding pertanian agar bisa melakukan pengembalian angsuran kredit yang diajukan. Apabila kredit digunakan untuk usahatani padi maka petani baru bisa melakukan pengembalian angsuran setelah panen atau paling cepat 3-4 bulan kemudian. Oleh karena itu skema pinjaman modal bagi petani perlu ditinjau lagi dengan berbagai alternatif sistem pengembalian. Sistem bagi hasil modal usaha juga bisa menjadi salah satu alternatif bagi petani dalam mengakses modal yang ada sehingga tidak terbebani angsuran bulanan, tetapi cukup menyeteror bagi hasil kepada lembaga permodalan.

Jaringan kerjasama baik dalam hal penyediaan input produksi maupun pemasaran hasil panen padi selama ini belum memberikan keuntungan yang memadai bagi petani. Petani enggan menjalin kerjasama dalam mendapatkan sarana produksi padi jika belum mendapat kepercayaan dari mitra karena harga sarana produksi yang relatif mahal dan belum tersedianya sarana produksi organik sehingga petani cenderung membuat sendiri sarana produksi organik. Hal inilah yang menyebabkan petani kurang bekerja sama dengan mitra penyedia input produksi padi. Selain itu petani kurang berminat bermitra dengan pedagang beras karena beras organik hasil panennya dihargai sama dengan beras non organik, sehingga beras hasil panen dikonsumsi sendiri atau dijual sendiri ke konsumen

Tabel 52. Koefisien estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi faktor pendorong motivasi petani padi organik

Variabel	Koefisien	Probabilitas	Variabel	Koefisien	Probabilitas
(Constant)	2,979***	0,000	DuPmt	-0,013	0,744
AksKrd	-0,072***	0,004	Umur	0,018	0,641
Plth	0,009	0,822	Pddk	0,037	0,466
OrPsr	0,011	0,689	TgKlg	-0,022	0,443
JrKjasm	-0,149**	0,011	Pglm	0,003	0,896

$R^2 = 0,508$

$F_{hitung} = 4,088***$

)Signifikan pada $\alpha = 5\%$; *)Signifikan pada $\alpha 1\%$

Keterangan :

AksKrd= Akses mendapatkan kredit

Plth = Pelatihan

OrPsr = Orientasi Pasar

JrKjasm = Jaringan kerjasama

DuPmt = Dukungan Pemerintah

Pddk = Pendidikan

TgKlg = Tanggungan Keluarga

Pglm = Pengalaman

yang mau membayar dengan harga yang lebih tinggi dibanding beras non organik. Dengan demikian petani padi organik berharap memperoleh pendapatan yang lebih baik.

2. Faktor penarik

Faktor penarik adalah faktor yang menarik petani untuk berusaha yang berasal dari diri sendiri, berhubungan dengan eksistensidiri. Parameternya adalah kebebasan, pemenuhan keinginan diri (*self fulfilment*), dorongan berusaha (*entrepreneurial drive*), keinginan lebih makmur, status sosial dan kekuasaan. Faktor penarik motivasi petani padi organik dipengaruhi oleh lingkungan usaha dan kondisi individu petani.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) hasil analisis menunjukkan bahwa 53% variabel yang digunakan dapat menjelaskan faktor penarik dalam motivasi sedangkan 47 % yang lain, dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai F_{hitung} sebesar 4,638 dan signifikan pada tingkat kesalahan 1 % artinya bahwa faktor Akses mendapatkan kredit, dukungan pemerintah, pelatihan, pendidikan, orientasi pasar, tanggungan keluarga jaringan kerjasama dan pengalaman secara bersama-sama berpengaruh terhadap faktor penarik dalam motivasi.

Besarnya elastisitas faktor penarik karena pengaruh lingkungan usaha dan kondisi individu dapat dilihat dari koefisien estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi faktor

penarik motivasi petani padi organik disajikan dalam tabel 6.

Faktor penarik motivasi petani padi organik dipengaruhi secara signifikan oleh lingkungan usaha yaitu akses terhadap kredit, pelatihan, orientasi pasar dan dukungan pemerintah, sedangkan faktor individu tidak ada yang berpengaruh secara signifikan. Akses terhadap kredit, orientasi pasar dan dukungan pemerintah berpengaruh nyata secara positif terhadap faktor penarik motivasi petani padi organik, sedangkan pelatihan berpengaruh nyata secara negatif terhadap faktor penarik motivasi petani padi organik. Ketersediaan kredit usahatani yang mudah diakses, orientasi pemasaran produk beras organik yang jelas serta dukungan pemerintah dalam bentuk penyediaan sarana prasarana transportasi, komunikasi, irigasi dan pemasaran memberikan daya tarik bagi petani untuk melakukan usahatani padi organik.

Sementara itu pelatihan yang diberikan kepada petani cenderung menurunkan minat petani untuk berusaha padi organik. Petani menilai pelatihan usahatani padi secara organik cenderung rumit dan memerlukan ketekunan petani dalam mengelola usahatannya. Selain itu sarana produksi padi yang memenuhi kaidah organik belum tersedia di pasar dan harus membuat sendiri. Padahal petani selama ini sudah terbiasa dengan teknik budidaya secara konvensional dengan sarana produksi padi yang mudah didapatkan.

Tabel 6. Koefisien estimasi faktor-faktor yang mempengaruhi faktor penarik motivasi petani padi organik

Variabel	Koefisien	Probabilitas	Variabel	Koefisien	Probabilitas
(Constant)	2,831***	0,000	DuPmt	0,041*	0,063
AksKrd	0,043***	0,002	Umur	0,031	0,133
Plth	-0,062***	0,004	Pddk	0,052*	0,056
OrPsr	0,024*	0,099	TgKlg	0,020	0,203
JrKjasm	-0,022	0,488	Pglm	-0,015	0,220

$R^2 = 0.532$

$F_{hitung} = 4,638***$

*)Signifikan pada α 10% ; ***)Signifikan pada α 1%

Keterangan :

AksKrd = Akses mendapatkan kredit

Plth = Pelatihan

OrPsr = Orientasi Pasar

JrKjasm = Jaringan kerjasama

DuPmt = Dukungan Pemerintah

Pddk = Pendidikan

TgKlg = Tanggungan Keluarga

Pglm = Pengalaman

KESIMPULAN

Secara umum motivasi kewirausahaan petani sudah cukup kuat dilihat dari faktor pendorong maupun faktor penarik. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kewirausahaan adalah lingkungan usaha yaitu akses kredit, orientasi pasar, pelatihan, jaringan kerjasama dan dukungan pemerintah serta faktor individu yaitu pendidikan.

Dalam rangka penguatan motivasi kewirausahaan petani padi organik maka pengembangan lingkungan usaha sangat diperlukan terutama penyediaan modal dengan skema pengembalian saat panen atau sistem bagi hasil. Selain itu diperlukan dukungan pemerintah berupa pelatihan dan penyediaan sarana dan prasarana transportasi, komunikasi, irigasi dan pasar serta pendampingan yang terarah secara intensif dan berkelanjutan.

Selain motivasi petani, perlu kajian lebih komprehensif tentang kewirausahaan petani bagi penguatan karakteristik kewirausahaan petani padi organik dalam rangka pengembangan agribisnis padi organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afza, T. Osman, Mohd Hassan Bin Mohd and Rashid, M. A. (2010). Enterprising behavior of enterprise-less rural women entrepreneurs of khyber pukhtan khawa of Pakistan. *European journal of social sciences*, 18, (1), 109-119
- Anonim, 2012. Tren Konsumen Beras Organik. <http://pertaniansehat.com/read/2012/05/28/tabel-padi-organik.htm>. available online 11 April 2013.
- Anonim, 2011. Luas Tanam Padi Organik. <http://ibutani.blogspot.com>. available online Januari April 2010.
- Baum, J. Robert, Edwin A. Locke dan Ken G. Smith, 2001. A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academic Management Journal*. Vol 44 (2), 292-303.
- Biao, Xie., Wang Xiaorong, Ding Zhuhong dan Yang Yaping. 2003. Critical impact assessment of organic agriculture. *Journal of Agricultural and environmental Ethics* Vol. 16, 297-311
- Canavari, M., Guido Maria Gazzani, Roberta Spadoni dan Domenico Regazzi. 2002. Food safety and organic fruit demand in Italy: a survey. *British Food Journal* vol. 104 (3-5) pp. 220-232
- Carter, S. and Shaw, E. (2006) Women's Business Ownership: Recent Research and Policy Developments. Sheffield, UK: Small Business Service.
- Connor, R. dan Lesley Douglas, 2002. Consumer attitudes to organic foods. *Nutrition and Food Science* vol. 31 (4/5), 254-258
- Gatheya, Jane W. et. al. 2011. Interaction between Women Entrepreneurs' Age and Education on Business Dynamic in Small and Medium Enterprises in Kenya. *International Journal of Business and Social Science*. Vol 2 (15), 265-272.
- Hartono, Slamet. 2003. Pengembangan Bisnis Petani Kecil. dalam Widodo (ed). *Peran Agribisnis Usaha Kecil dan Menengah untuk Memperkokoh Ekonomi Nasional*. Liberty.
- Hisrich et al. 2001. Hisrich, Robert D., Michael P. Peters dan Dean A. Shepherd. 2005. *Entrepreneurship*. McGraw-Hill. New York.
- Itani, Hanifa., Yusuf M. Sidani and Imad Baalbaki. 2011. United Arab Emirates Female Entrepreneurs: Motivations and Frustrations. Equality, Diversity and Inclusion: *An International Journal*, Vol. 30 (5).
- Kasali, Rhenald et.al. 2011. Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1. Hikmah. Jakarta.
- Mansor, Norudin dan Azman Che Mat. 2010. The Significance of Psychology and Environment Dimensions for Malaysian Muslim Women Entrepreneurships

Nur Rahmawati, Triyono, Sriyadi : Motivasi Kewirausahaan Petani Padi Organik...

- Venturing. *International Journal of Human Science*. Vol 7 (1), 253-269.
- Mat, Isidore Ekpe Norsiah dan Razli Che Razak. 2011. Attributes, Environment Factors and Women Entrepreneurial Activity: A Literature Review. *Asian Social Science*. Vol. 7 (9), 124 – 130.
- Minniti, Maria dan Wim Naude. 2010. What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries. *European Journal of Development Research* .Vol. 22(3), 277-293.
- Priyanto, Sony Heru. 2006. Structural Model of Business Performance : Empirical Study on Tobacco Farmers. *Gadjah Mada International Journal of Business*, January-April 2006. Vol. No. 1
- Roomi, Muhammad Azam dan Pegram Harrison. 2008. Training Needs for Women-owned SMEs in England. *Education and Training*, Vol. 50 (8/9), 687-696.
- Tambunan, Tulus, 2005. Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting. Salemba Empat. Jakarta.
- Wibowo, Rudi. 2005. State of The Art Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, edisi Khusus Tahun XXXV, Oktober 200