

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teoritis

#### 2.1.1 Persepsi

Persepsi adalah proses dari seseorang dalam memahami lingkungannya yang melibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologi. Kunci utama memahami persepsi adalah pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran terhadap sesuatu. Persepsi pada hakikatnya proses kognitif yang dialami oleh setiap orang memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (Innayati, 2024). Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak di dalamnya sehingga terjadi proses berpikir, dan pada akhirnya akan terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang kurang lebih disebut persepsi. Sebelum terjadi persepsi pada manusia diperlukan sebuah stimulus yang harus ditangkap melalui organ tubuh yang bisa digunakan sebagai alat bantunya untuk lingkungannya. Alat bantu itu dinamakan alat indera, indera yang saat ini secara universal diketahui adalah hidung, mata, telinga, lidah, dan kulit (Warsah dan Daheri, 2021).

Terdapat 3 (tiga) komponen utama dalam memahami proses persepsi (Warsah dan Daheri, 2021), yaitu:

1. Seleksi adalah proses ketika indera kita memilih dan menyaring rangsangan dari luar, baik yang jumlahnya banyak maupun sedikit, tergantung pada jenis dan kekuatannya.
2. Interpretasi adalah proses mengolah dan menyusun informasi agar memiliki makna bagi seseorang. Proses ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang diyakini, motivasi, kepribadian, serta tingkat kecerdasan. Selain itu, interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang menyederhanakan informasi yang rumit dengan mengelompokkannya ke dalam kategori tertentu.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

Dalam menentukan sebuah persepsi dipengaruhi 2 (dua) faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal menurut Walgito (2010) dalam Gusnadi *et al.*, (2021) yaitu:

1. Faktor Internal

Persepsi pertama dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu ketika seseorang mengambil keputusan berdasarkan kebutuhan, latar belakang, tingkat pendidikan, kondisi psikologis, kemampuan panca indera, kepribadian, serta pengalaman yang dimiliki dalam kurun waktu tertentu.

2. Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi yang berkaitan dengan orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan yang menentukan persepsi seseorang dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi antara lain :

- a) Faktor ukuran dan penempatan sebuah objek atau stimulus sangat mempengaruhi persepsi seseorang semakin besar hubungan atau ukuran suatu objek semakin mudah juga untuk dipahami.
- b) Warna objek atau stimulus yang memiliki warna dan cahaya lebih banyak dan terang akan lebih mudah untuk dipahami dibandingkan dengan objek yang memiliki warna atau cahaya yang lebih sedikit.
- c) Keunikan objek atau stimulus yang diluar ekspektasi atau sangkaan individu akan menarik perhatian dan persepsi yang lebih baik.
- d) Intensitas dan kekuatan stimulus dari luar yang terus-menerus akan memberikan nilai dan persepsi lebih, itu juga yang akan menjadi kekuatan dan daya tarik yang dapat mempengaruhi persepsi.
- e) Gerakan atau *motion* akan banyak memberikan persepsi dengan memberikan pandangan atau jangkauan tentang sebuah objek.

Indikator-indikator persepsi ada 3 (tiga) Walgito (2010) dalam Nurdayati *et al.*,(2021) yaitu:

1. Penerimaan

Rangsangan serta objek yang diserap dan diterima oleh panca indera baik penglihatan, pendengaran, peraba, penciuman, dan pengecap secara tersendiri

maupun bersama. Hasil penerimaan dari alat-alat indera tersebut didapatkan gambaran, tanggapan atau kesan pada otak.

## 2. Pemahaman

Setelah terjadi gambaran serta kesan oleh otak, maka gambaran tersebut diproses, sehingga terbentuk pemahaman. Proses terjadinya pemahaman tersebut tergantung pada gambaran sebelumnya yang telah dimiliki oleh individu.

## 3. Penilaian

Penilaian terjadi setelah terbentuk pemahaman oleh individu. Pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dibandingkan dengan kriteria serta norma yang dimiliki individu. Meskipun objeknya sama penilaian setiap individu berbeda-beda, oleh karena itu persepsi bersifat individual.

### 2.1.2 Pekebun

Pekebun adalah orang, perseorangan Warga Negara Indonesia (WNI) yang melakukan usaha perkebunan dengan skala usaha mencapai skala tertentu (Permentan, 2021). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pekebun adalah orang yang melakukan usaha kebun. Kebun adalah lahan atau media tumbuh bagi tanaman perkebunan, diperoleh dari pencadangan lahan pemerintah, perusahaan perkebunan, tanah masyarakat atau lahan milik pekebun yang memperoleh fasilitas oleh perusahaan perkebunan (Permentan, 2021).

### 2.1.3 Kopi Arabika (*Coffea arabica*. L)

Kopi arabika merupakan jenis kopi yang paling disukai karena rasanya dinilai paling baik. Jenis kopi ini disarankan untuk ditanam pada ketinggian 1.000 s.d. 2.100 m dpl, namun masih bisa tumbuh baik pada ketinggian di atas 800 m dpl (Rizwan, 2022). Kopi arabika merupakan jenis kopi yang paling besar produksi dan pangsa pasarnya di seluruh dunia, yaitu berkisar 70%. Pasalnya, arabika dianggap sebagai jenis kopi dengan cita rasa terbaik diantara jenis kopi lainnya. Selain itu, arabika mengandung kafein yang lebih rendah dibandingkan dengan jenis kopi lainnya, sehingga relatif aman bagi penderita asam lambung. Kopi arabika juga mudah menyerap aroma atau bau-bauan di sekitarnya, sehingga banyak penikmat kopi yang merasakan cita rasa aneka buah-buahan atau tanaman lain saat menikmati secangkir kopi arabika. Lokasi penanaman yang berbeda akan menghasilkan cita rasa kopi arabika yang berbeda, bahkan pada radius penanaman yang tidak terlalu

jauh, misalkan hanya berbeda jarak sejauh 5 km, tanaman kopi yang sama dapat menghasilkan cita rasa kopi yang berbeda sesuai dengan karakter tanah, pH, dan vegetasi yang ada di sekitarnya (Hamdan dan Sontani, 2018)

Adapun klasifikasi tanaman kopi arabika (*Coffea arabica*. L) menurut Rahardjo, (2021) adalah sebagai berikut.

Kingdom : *Plantae*  
Subkingdom : *Tracheobionta*  
Super Divisi : *Spermatophyta*  
Divisi : *Magnoliophyta*  
Kelas : *Magnoliopsida*  
Sub Kelas : *Asteridae*  
Ordo : *Rubiales*  
Famili : *Rubiaceae*  
Genus : *Coffea*  
Spesies : *Coffea arabica* L.

#### **2.1.4 Pengolahan Kulit Kopi Menjadi Minuman *Cascara***

Kopi digemari oleh berbagai kalangan. Salah satu produk dari kopi yang digemari yaitu minuman yang dihasilkan dari biji kopi. Sebelum menjadi kopi siap seduh, biji kopi perlu melalui beberapa proses pengolahan (Maharani *et al.*, 2024). Dalam proses pengolahan kopi, kulit kopi merupakan hasil sampingan dari 40 s.d. 45% yang belum dimanfaatkan. Perkembangan saat ini kulit kopi yang sudah dikeringkan dapat dimanfaatkan untuk pembuatan minuman *cascara* yang diseduh seperti minuman teh (Muzaiifa *et al.*, 2023). *Cascara* berasal dari bahasa Spanyol yang berarti kulit. Kandungan yang ada di dalam *cascara* yaitu polifenol, asam klorogenat 2,5g dan kafein 1s.d. 1,3g (Mangku *et al.*, 2021). Manfaat dari *cascara* diantaranya dapat mencegah radikal bebas, melindungi lambung, serta bagus untuk kulit agar terlihat kencang, dengan kemampuan menangkal radikal bebas *cascara* sangat cocok untuk mencegah tumbuhnya sel kanker, dan meningkatkan daya tahan tubuh (Setiyono *et al.*, 2023). Oleh karena itu, memilih buah kopi adalah langkah pertama dalam memperoleh kulit kopi yang berkualitas tinggi. Proses ini dimulai ketika kopi dipanen harus benar-benar berwarna merah cerah. Setelah itu, buah kopi dipisahkan antara kulit dan bijinya, kulit kopi dicuci untuk menghilangkan kotoran

yang menempel selama pemanenan. Selanjutnya adalah proses pengeringan, pengeringan dilakukan dengan menjemur kulit buah kopi. Langkah penting dalam pembuatan *cascara* adalah pengeringan, lamanya pengeringan, dan suhu yang digunakan berpengaruh pada kualitas *cascara* yang dibuat (Wulandari *et al.*, (2024).

### **2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pekebun dalam Pengolahan Kulit Kopi Arabika Menjadi Minuman *Cascara***

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pekebun kopi arabika dalam pengolahan kulit kopi menjadi minuman *cascara* di Kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

#### **1. Lingkungan Sosial**

Lingkungan sosial petani dilihat dari segala sesuatu yang berada di sekitar kegiatan petani dalam melaksanakan kegiatannya seperti pengaruh dari petani lain dalam mengikuti kegiatan, hubungan kerjasama antara petani dengan penyuluh serta peningkatan interaksi antara petani dengan petani yang lainnya (Arman *et al.*, 2024). Lingkungan sosial merupakan salah satu tempat dimana setiap orang melakukan aktivitas dan kegiatan dalam beradaptasi yang akan mempengaruhi perubahan tingkah laku setiap individu maupun kelompok. Aktivitas dan kegiatan dalam lingkungan sosial umumnya terjadi di tempat tinggal, sekolah, atau tempat lain yang memiliki kedekatan dengan kehidupan seseorang. Lingkungan sosial yang baik akan memberikan dampak positif bagi individu yang terlibat di dalamnya. Sebaliknya, lingkungan sosial yang kurang baik dapat memberikan dampak negatif terhadap individu tersebut (Riska *et al.*, 2024). Didukung dengan pernyataan Arifuddin *et al.*, (2024) bahwa lingkungan sosial mempengaruhi persepsi pekebun terhadap suatu kegiatan.

#### **2. Peran Penyuluh**

Penyuluh adalah orang yang telah memberikan arahan atau masukan dan pembelajaran mengenai hal yang baru kepada masyarakat untuk melakukan atau melaksanakan pertaniannya, sehingga masyarakat dapat berkembang dan mendapatkan banyak pengalaman. Penyuluh dapat mengumpulkan masyarakat untuk membentuk sebuah kelompok tani sebagai sarana melakukan penyuluhan (Sadik dan Syafruddin, 2024). Selain itu menurut Sofia *et al.*, (2022) dinyatakan

bahwa peran penyuluh pertanian sangat penting dalam meningkatkan pengetahuan dan mengubah perilaku petani untuk mengadopsi inovasi agar berdaya dan dapat meningkatkan kesejahteraan petani. Sebuah inovasi tidak akan tersampaikan tanpa penyaluran informasi secara aktif melalui kegiatan penyuluhan pertanian, sehingga perlunya meningkatkan kegiatan penyuluhan dan partisipasi petani untuk mau diberikan inovasi dalam bidang pertanian. Hal ini didukung juga dengan pernyataan Sitorus *et al.*, (2024) bahwa semakin sering penyuluh berkunjung ke lapangan memberikan informasi, maka persepsi pekebun semakin baik. Diketahui bahwa peran penyuluh pertanian dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, yaitu sebagai edukator, motivator, komunikator, organisator, fasilitator, dinamisator, dan inovator (Dea *et al.*, 2024). Peran-peran penyuluh dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Peran Penyuluh Sebagai Edukator

Penyuluh memberikan penyuluhan kepada petani sesuai dengan kebutuhan petani dan memberikan pelatihan langsung saat kegiatan penyuluhan, serta petani memiliki dan mendapatkan keterampilan dan pengetahuan baru setelah dilakukannya kegiatan penyuluhan. Menurut Ainulia *et al.*, (2024) bahwa penyuluh sebagai edukator lebih memberikan informasi tertulis (brosur, pamflet, materi edukasi) kepada kelompok tani untuk meningkatkan kemampuan kelompok tani. Penyuluh sebagai edukator juga seharusnya lebih mendampingi kelompok tani secara langsung dalam praktik pertanian serta memberikan solusi dan saran untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.

b) Peran Penyuluh Sebagai Motivator

Penyuluh pertanian diharapkan selalu membuat petani tahu, mau dan mampu menerapkan informasi inovasi yang dianjurkan. Penyuluhan sebagai proses pembelajaran yang ditujukan untuk petani, sehingga dirasa perlu penyuluh hadir memberikan motivasi dan dorongan bagi petani untuk tercapainya tujuan pembangunan bidang pertanian. Menurut Nurida *et al.*, (2024) bahwa peran penyuluh sebagai motivator diterapkan dengan menjadi sosok penyuluh mandiri yang mampu menjadi sumber motivasi bagi petani untuk mengembangkan usahanya dan juga mampu mengubah sikap, pengetahuan, dan keterampilan petani.

c) Penyuluh Sebagai Komunikator

Penyuluh hadir meski dengan komunikasi yang baik, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh petani, sehingga tujuan pembangunan pertanian dapat terlaksana serta mampu meningkatkan produksi usaha taninya (Dea *et al.*, 2024). Sedangkan menurut Arif *et al.*, (2024) penyuluh sebagai komunikator adalah individu yang berperan dalam menyampaikan informasi, pengetahuan atau pesan tertentu kepada kelompok sasaran atau masyarakat untuk mengubah sikap, perilaku atau meningkatkan pengetahuan petani. Sebagai komunikator, penyuluh memiliki tugas untuk menyampaikan pesan secara efektif, memfasilitasi pemahaman, serta memotivasi dan membimbing audiens agar terjadi perubahan positif sesuai dengan tujuan penyuluhan. Peran penyuluh sebagai komunikator sangat penting untuk memastikan informasi yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan dimengerti Arif *et al.*, (2024).

d) Peran Penyuluh Sebagai Organisator

Peran penyuluh sebagai organisator sangat penting karena berhubungan dengan kelembagaan petani. Jika kelompok tani kuat, maka penerapan praktik pertanian berkelanjutan akan lebih mudah meningkat. Tugas penyuluh sebagai organisator antara lain mengatur dan mengoordinasikan kegiatan usahatani agar lebih terarah, mulai dari penggunaan sarana produksi pertanian hingga proses panen. Selain itu, penyuluh juga menumbuhkan wahana kerjasama petani dalam kelompok tani dan mengarahkan petani dalam memilih usahatani yang beresiko kecil mengalami gagal panen dan yang lebih menguntungkan (Khairunnisa *et al.*, 2021).

e) Peran Penyuluh Sebagai Fasilitator

Peran penyuluh sebagai fasilitator yakni menyediakan sarana dan prasarana pertanian dan memberikan informasi terkait inovasi baru kepada petani. Sedangkan menurut Latif *et al.*, (2022) peran penyuluh pertanian sebagai fasilitator adalah memberikan pelayanan. Sebagai fasilitator, penyuluh berperan untuk memfasilitasi atau melayani kebutuhan petani dalam melaksanakan usahatani dan untuk meningkatkan produktivitas usaha taninya. Menurut Arif *et al.*, (2024) bahwa peran penyuluh sebagai fasilitator adalah peran di mana penyuluh membantu masyarakat atau kelompok sasaran dalam proses belajar, pemecahan masalah, dan pengambilan

keputusan. Sebagai fasilitator, penyuluh tidak hanya sekedar menyampaikan informasi atau pengetahuan, tetapi juga menciptakan kondisi yang mendukung partisipasi aktif, dialog, dan interaksi di antara anggota masyarakat atau kelompok.

f) Peran Penyuluh Sebagai Dinamisator

Peran sebagai dinamisator merupakan upaya untuk mengembangkan kegiatan kelompok tani melalui pelaksanaan berbagai ide dari kelompok tani itu sendiri, penyuluh maupun masyarakat sekitar serta kebijakan terkhususnya pengembangan pertanian berkelanjutan. Sebagai dinamisator penyuluh pertanian harus mampu berperan sebagai jembatan dalam penghubung inovasi baru petani, menggerakkan petani dalam berusaha tani lebih maju, serta senantiasa memberikan pembaruan kepada petani dalam pengelolaan usahatani. Sedangkan menurut Nur azizah dan Hendrita, (2024) bahwa peran penyuluhan sebagai dinamisator atau penggerak adalah kemampuan penyuluh untuk menghubungkan kelompok petani dengan organisasi pemerintah dan non pemerintah dalam memberikan nasihat teknis. Penyuluh pertanian berperan sebagai jembatan penyelesaian perselisihan yang timbul baik di dalam kelompok tani maupun dengan pihak luar.

g) Peran Penyuluh Sebagai Inovator

Peran ini merupakan tugas yang diharapkan dapat dijalankan dalam menggali ide baru serta memanfaatkan sarana yang ada, memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat membantu petani dalam meningkatkan pendapatan dari produksi (Dea *et al.*, 2024). Peran penyuluh sebagai inovator adalah menjadi agen perubahan yang memperkenalkan inovasi-inovasi baru kepada masyarakat atau kelompok sasaran. Penyuluh tidak hanya memberikan informasi atau edukasi, tetapi juga mendorong masyarakat untuk menerima dan menerapkan ide, teknologi, atau praktik baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan efisiensi dalam kehidupan petani.

### 3. Karakteristik Inovasi

Salah satu karakteristik utama dari inovasi adalah sifatnya yang kreatif. Kreativitas merupakan pondasi dari inovasi, dimana ide-ide baru muncul melalui pemikiran yang berbeda dari yang sudah ada. Selain sifat kreatifnya, inovasi juga memiliki karakteristik dinamis yang berarti inovasi selalu berkembang seiring dengan waktu dan kemajuan teknologi. Inovasi tidak pernah statis, melainkan terus

berubah dan beradaptasi sesuai dengan kondisi lingkungan. Sebagai contoh, inovasi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah berubah drastis selama beberapa dekade terakhir dengan munculnya internet, teknologi nirkabel, hingga kecerdasan buatan. Perubahan-perubahan ini menunjukkan bahwa inovasi adalah proses yang berkelanjutan dan terus berkembang (Notosudjono dan Hammad, 2024). Sedangkan menurut Harahap *et al.*, (2023) istilah "karakteristik" memiliki hubungan erat dengan kata "karakter," yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk merujuk kepada sifat khusus suatu makhluk hidup atau objek mati. Didukung dengan pengkajian yang dilakukan Kelana, (2020) bahwa karakteristik inovasi berpengaruh terhadap persepsi petani. Menurut Roger, (2003) dalam Harahap *et al.*, (2023) terdapat beberapa faktor karakteristik inovasi yang harus ada agar inovasi tersebut mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat sekitarnya. Faktor-faktor tersebut mencakup keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), triabilitas (*triability*), dan observabilitas (*observability*).

a) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Suatu konsep baru atau inovasi perlu memberikan manfaat yang jelas agar diterima dengan sepenuhnya, dan hal ini tercermin dalam karakteristik inovasi yang dikenal sebagai keuntungan relatif. Keuntungan relatif adalah dimana sebuah inovasi dianggap lebih baik daripada ide yang digantikannya yang terpenting bukanlah seberapa besar keunggulan objektif suatu inovasi, tetapi sejauh mana individu menganggap inovasi tersebut menguntungkan. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan dari suatu inovasi, semakin cepat tingkat adopsi untuk menerapkan inovasi tersebut (Roger, 2003 dalam Harahap *et al.*, 2023).

b) Kesesuaian (*Compatibility*)

Inovasi yang berhasil memerlukan kesesuaian dengan sistem yang ada, nilai-nilai, norma, pengalaman, dan lingkungan sekitar. Kesesuaian ini mencakup sejauh mana inovasi konsisten dengan nilai-nilai yang telah ada, pengalaman masa lalu, dan tingkat kebutuhan akan inovasi tersebut. Inovasi yang tidak sejalan dengan nilai-nilai, norma sosial atau kondisi lingkungan sulit atau bahkan tidak dapat diterapkan dengan efektif. Oleh karena itu, kesesuaian inovasi dengan kondisi sebelumnya dan konteks lapangan, termasuk subjek dan objek dari target inovasi,

harus dipertimbangkan secara hati-hati. Seorang inovator harus memiliki pemahaman yang mendalam terhadap kondisi dimana inovasi tersebut akan diimplementasikan sebelum mencoba membuat dan menerapkannya. Kegiatan menilai kecocokan dengan nilai dan lingkungan sosial akan memastikan bahwa inovasi dapat diterima dan berhasil diadopsi oleh masyarakat atau organisasi.

c) Kerumitan (*Complexity*)

Tingkat kerumitan suatu inovasi memiliki dampak signifikan pada kecepatan adopsi inovasi tersebut. Ketika inovasi terlalu rumit, individu atau organisasi yang menjadi subjek inovasi mungkin cenderung kembali ke sistem sebelumnya, dan penolakan terhadap inovasi dapat muncul. Tingkat kerumitan inovasi mencerminkan sejauh mana inovasi tersebut sulit atau rumit digunakan. Meskipun tingkat kerumitan tidak selalu mengakibatkan penolakan, tingkat kerumitan yang tinggi dapat memperlambat proses adopsi inovasi. Ketika suatu inovasi memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi, subjek inovasi perlu menyesuaikan diri terlebih dahulu, dan tingkat daya serapnya mungkin rendah. Oleh karena itu, penting untuk merancang inovasi dengan tingkat kerumitan yang dapat diterima oleh penggunanya.

d) Kemampuan Uji Coba (*Trialability*)

Suatu inovasi dapat diujicobakan secara terbatas, ide-ide terbatas yang dapat dicoba pada rencana anggaran umumnya akan diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang tidak dapat dibagi. Suatu inovasi yang tidak dapat diuji coba memiliki tingkat ketidakpastian yang lebih rendah bagi individu yang sedang mempertimbangkan untuk mengadopsinya. Hal ini karena inovasi tersebut dapat dipelajari secara langsung melalui pengalaman dan praktik.

e) Kemudahan Diamati (*Observability*)

*Observability* mencakup sejauh mana manfaat atau hasil inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Ini menjadi relevan karena tidak semua inovasi dapat segera diimplementasikan di lapangan, dan waktu seringkali diperlukan untuk adopsi. Inovasi yang tidak dipersiapkan dengan baik dapat mengalami penolakan langsung. Inovasi dengan tingkat *observability* yang tinggi memiliki peluang untuk terus beradaptasi berdasarkan masukan atau kekurangan yang muncul melalui observasi. Pada jenis inovasi yang dapat diimplementasikan tanpa hambatan, orang-orang di

sekitarnya akan melihat manfaat inovasi tersebut dan mungkin bersedia bergabung serta mengadopsinya.

#### **4. Pemasaran**

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, pertukaran, dan penyediaan produk serta jasa yang bernilai. Tujuan utama pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan dan kebutuhan mereka, menawarkan keunggulan kompetitif, menetapkan harga, mendistribusikan produk dengan mudah, serta mempromosikannya secara efektif. Selain itu, pemasaran juga bertujuan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memastikan kepuasan mereka tetap terjaga (Rachmad *et al.*, 2022). Sejalan dengan pernyataan Rohma *et al.*, (2023) menyatakan bahwa kemudahan dalam pemasaran hasil usahatani mempengaruhi persepsi petani, dan jika pemasaran sulit, persepsi petani juga cenderung kurang baik.

#### **5. Akses Informasi**

Akses informasi merupakan proses mencari informasi, kemudahan mengakses informasi, dan kemanfaatan informasi. Petani memiliki hak untuk memperoleh informasi yang utuh, akurat, dan mutakhir untuk kepentingannya. Informasi yang diperoleh petani bersumber dari media-media seperti tv, radio, internet, koran, *leaflet*, penyuluh, petani lain dan keluarga. Akses informasi paling tinggi berasal dari penyuluh, petani lain, dan keluarga. Sedangkan, media lain seperti tv, radio, internet, koran, *leaflet* merupakan media informasi yang jarang diakses (Syifa *et al.* 2020). Sedangkan pernyataan Tinendung, (2023) mengatakan bahwa akses informasi yang diperoleh petani baik dari media massa, media elektronik, media komunikasi atau sesama petani dan keluarga petani sangat mempengaruhi persepsi petani

#### **6. Peran Kelompok Tani**

Kelompok tani berperan menjadi sebuah wadah bagi petani untuk bisa mendapatkan berbagai informasi mengenai berbagai hal diantaranya, sistem usaha tani modern, pemecahan masalah dalam bidang pertanian, dan sebagai ruang belajar (Lestari *et al.*, 2023). Sedangkan menurut Riani *et al.*, (2021) bahwa kelompok tani

merupakan salah satu contoh program pemerintah untuk mengaplikasikan pertanian secara tidak langsung dapat dipergunakan sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan produktivitas melalui pengolahan usaha tani secara bersama. Kelompok tani berperan sebagai media belajar organisasi dan kerja sama antar petani, dengan adanya kelompok tani, para petani dapat bersama-sama memecahkan permasalahan yang antara lain berupa pemenuhan sarana produksi, teknis produksi, dan pemasaran hasil. Kelompok tani sebagai wadah organisasi dan kerja sama antar anggota mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat tani, sebab segala kegiatan dan permasalahan dalam berusaha tani dilaksanakan oleh kelompok secara bersamaan. Didukung dengan pengkajian Sihombing, (2022) bahwa peran kelompok tani berpengaruh terhadap persepsi petani.

## 2.2 Hasil Pengkajian Terdahulu

Adapun pengkajian terdahulu yang sejenis dengan pengkajian ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Pengkajian Terdahulu**

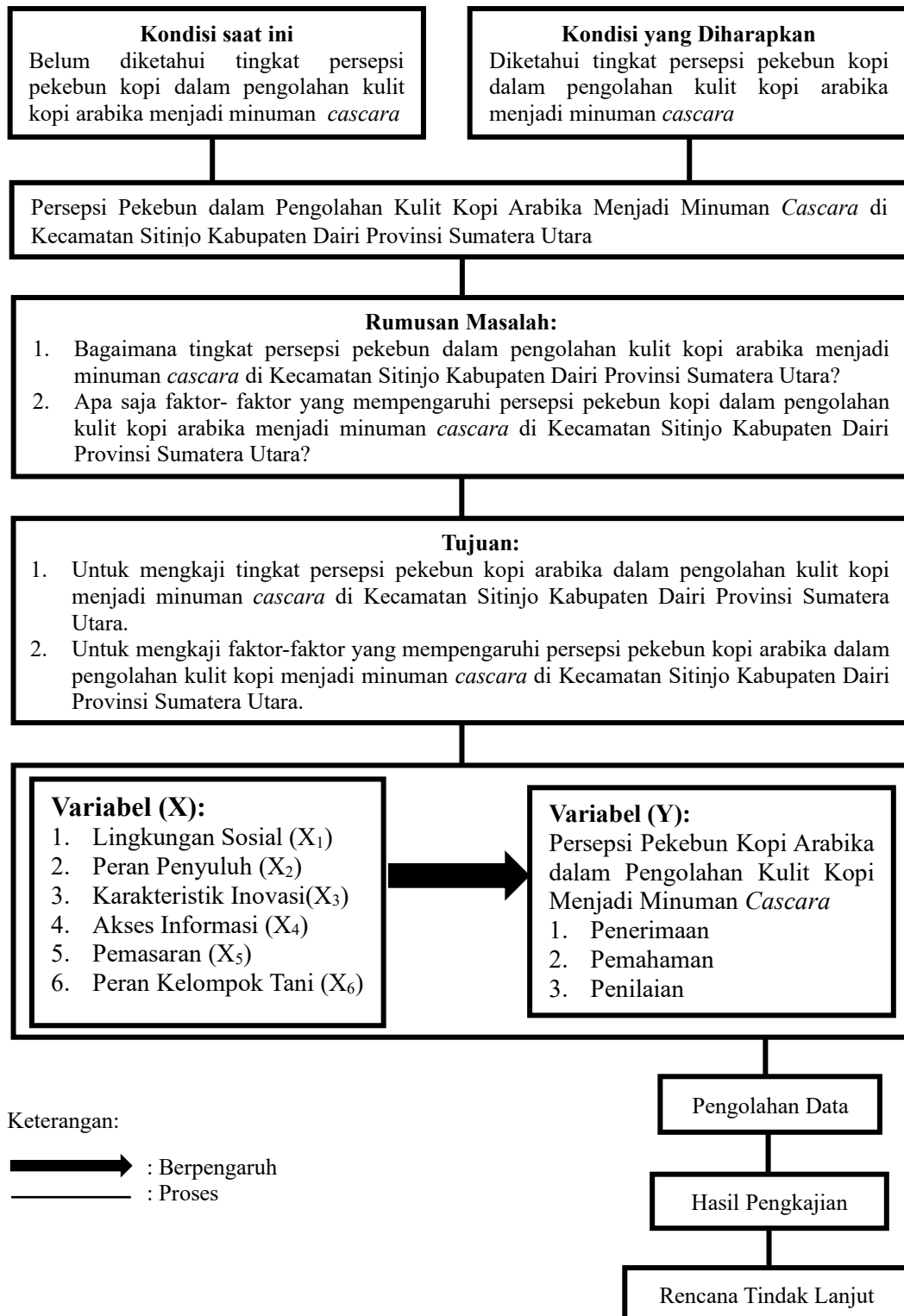
No	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Kesimpulan
1.	Persepsi Petani Terhadap Penggunaan Benih Kakao ( <i>Theobroma Cacao</i> L.) Bersertifikat di Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara (Kelana, 2020).	1. Umur 2. Pendidikan 3. Luas Lahan 4. Pengalaman 5. Pendapatan 6. Akses informasi 7. Peran penyuluh kelompok tani 9. Karakteristik inovasi	Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan analisis data skala Likert dan regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan tingkat persepsi petani terhadap penggunaan benih kakao ( <i>Theobroma Cacao</i> L.) tergolong tinggi yaitu 81%. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi petani terhadap penggunaan benih kakao ( <i>Theobroma Cacao</i> L.) yaitu, pendidikan, pengalaman, akses informasi dan karakteristik inovasi.
2.	Persepsi Petani Terhadap Penggunaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam Meningkatkan Usahatani Kopi di Kecamatan Sibolangit Kabupaten Deli Serdang (Arman <i>et al.</i> , 2024)	1. Umur 2. Pendidikan 3. Lama berusahatani 4. Tingkat pendapatan 5. Luas Lahan 6. Peran penyuluh 7. Lingkungan Sosial 8. Sosialisasi KUR	Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan analisis data skala Likert dan regresi	Hasil penelitian menunjukkan tingkat persepsi petani terhadap penggunaan KUR dalam meningkatkan usahatani kopi adalah 82,42%, yang tergolong tinggi. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap persepsi petani meliputi lama berusahatani, tingkat pendapatan, peran penyuluh, lingkungan sosial, dan sosialisasi KUR

**Lanjutan Tabel 1**

<p>3. Persepsi Petani dalam Memanfaatkan Limbah Kulit Kopi Arabika Menjadi Pupuk Organik di Kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara. (Tinendung, 2023)</p>	<p>1. Pendidikan Formal 2. Luas Lahan 3. Pengalaman 4. Peran penyuluh 5. Akses Informasi</p>	<p>Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan analisis data skala Likert dan regresi linear berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan tingkat persepsi petani dalam pemanfaatan limbah kulit kopi Arabika menjadi pupuk organik di Kecamatan Sitinjo adalah 83,28%, yang masuk dalam kategori tinggi. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap persepsi petani adalah pengalaman, peran penyuluh, dan akses informasi. Analisis regresi linear menunjukkan pengaruh yang signifikan. antara variabel-variabel tersebut dengan persepsi petani.</p>
<p>4. Persepsi Pekebun dalam Pemanfaatan Limbah Pelepah Kelapa Sawit (<i>Elaeis guineensis</i> Jacq.) Menjadi Pakan Ternak di Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang (Ihsan, 2023).</p>	<p>1. Peran penyuluh 2. Pemasaran 3. Umur  Sarana dan prasarana</p>	<p>Metode yang digunakan yaitu kuantitatif pendekatan deskriptif dengan analisis data skala Likert dan regresi linear berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi pekebun dalam pemanfaatan limbah pelepah kelapa sawit (<i>Elaeis guineensis</i> Jack.) menjadi pakan ternak di Kecamatan Galang adalah 83,48% yang masuk dalam kategori tinggi. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan yaitu peran penyuluh, pemasaran, umur, sarana dan prasarana.</p>
<p>5. Persepsi Petani Terhadap Penggunaan Tanaman Penaung Kopi di Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun (Fhillian, 2020).</p>	<p>1. Umur 2. Peran penyuluh 3. Akses informasi 4. Peran kelompok tani</p>	<p>Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan analisis data skala Likert dan regresi linear berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi petani terhadap penggunaan tanaman penaung kopi di Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun tergolong tinggi yaitu 92%. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan adalah umur, peran penyuluh, akses informasi, peran kelompok tani.</p>
<p>6. Persepsi Petani dalam Pemanfaatan Biji Kakao Menjadi Selai Cokelat di Kecamatan Biru-biru Kabupaten Deli Serdang (Sihombing, 2022)</p>	<p>1. Pendidikan Formal 2. Peran Penyuluh 3. Peran Kelompok Tani 4. Pemasaran</p>	<p>Metode yang digunakan yaitu kuantitatif pendekatan deskriptif dengan analisis data skala Likert dan regresi linear berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi petani dalam pemanfaatan biji kakao menjadi selai cokelat tergolong tinggi yaitu 80,8%. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan yaitu pendidikan formal, peran penyuluh, peran kelompok tani, pemasaran berpengaruh nyata pada terhadap Persepsi Pekebun</p>

### 2.3 Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir yang digunakan dalam pengkajian ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Pengkajian

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara untuk rumusan masalah penelitian yang disajikan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dengan demikian, hipotesis dalam kajian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Diduga tingkat persepsi pekebun kopi arabika dalam pengolahan kulit kopi menjadi minuman *cascara* di Kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi rendah.
2. Diduga faktor-faktor (lingkungan sosial, peran penyuluh, karakteristik inovasi, akses informasi, pemasaran, dan peran kelompok tani) berpengaruh signifikan terhadap persepsi pekebun kopi arabika dalam pengolahan kulit kopi menjadi minuman *cascara* di daerah kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi.