KAITAN ANTARA PERSEPSI PESERTA TERHADAP PASAR LELANG DENGAN SIKAP PESERTA PASAR LELANG AGROFORWARD DI PROVINSI JAMBI

Nida Kemala[1]
Siti Abir Wulandari

Abstract

The research was applied in the Agroforward Auction Market that conducted at Jambi Province. It was held in order to find the description of some variables i.e. the perception of the market participants and their attitude toward to this market system.

The snow ball sampling technic was applied to find 25 samples and it is completed by applying the Chi-Square Test as analysis instrument in this research.

The result of the research showed that this market participants has a good perception (76%) and positif attitude toward to Agroforward Auction Market (76%). Beside there were significantly relationship between their perception on this market system and their attitude toward to this agroforward auction market system.

Key word : agroforward, auction.Market.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi selalu ditujukan untuk mempertinggi kesejahteraan dalam arti yang seluas-luasnya. Dalam suatu kegiatan usaha khususnya sektor pertanian maka sub-sektor hilirlah yang sangat memegang peranan agar kegiatan operasional sub-sektor pertanian ini tetap bisa berlangsung. Aspek hilir yang berperan dalam mendukung keberlangsungan kegiatan ekonomi ini adalah proses pemasaran. Aspek hilir ini tidak bisa dipisahkan dengan beberapa aspek lainnya (aspek hulu dan *on-farm*), karena kesemuanya merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan dalam suatu sistem. Pada dasarnya dalam pasar inilah produsen dan konsumen bertemu untuk kemudian bernegosiasi dan diakhiri dengan terbentuknya harga keseimbangan pasar.

Berbagai jenis dan bentuk pasar telah banyak diaplikasikan dalam kegiatan ekonomi khususnya di Indonesia. Salah satu jenis pasar yang mempunyai corak mekanisme yang spesifik adalah pasar lelang. Sejarah pasar lelang di Indonesia dimulai oleh *East India Company* yang menyelenggarakan pasar lelang untuk komoditas teh pada tahun 1750 dan masih bertahan sampai sekarang di London. Pasar lelang komoditas pertanian di Indonesia sendiri telah berdiri sejak 2003 *(*Sunarto. H.2012).

Dalam pasar lelang terjadi proses pembelian dan penjualan barang atau jasa dengan cara menawarkan kepada penawar, menawarkan tawaran harga lebih tinggi, dan kemudian menjual barang kepada penawar harga tertinggi tersebut. Dengan adanya pengembangan sistem pasar lelang ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan daya saing di tingkat global, karena kemampuan bersaing tercermin dari kemampuan pelaku ekonomi dalam mengikuti aturan main sistem dagang yang berlaku. Pasar lelang agrobisnis yang digelar Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Diperindag) Provinsi Jambi jadi salah satu medianya.diProvinsi Jambi berbagai hasil pertanian misalnya pinang, kopi, beras, gaharu, cengkeh, kulit manis perlu ditingkatkan pemasaran dan produksinya. Pasar lelang diharapkan menjadi sarana pembentukan harga yang wajar dan efektif dalam mengefisienkan mata rantai pergadangan. Hal tersebut selaras dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 650/MPP/Kep/10/2004 tentang Ketentuan Penyelenggaraan Pasar Lelang dengan Penyerahan Kemudian (*Forward*) Komoditi Agro yang mampu mengakomodir dinamika perkembangan sektor perdagangan yang semakin pesat. Keberadaannya juga diharapkan bisa diperbaharui sesuai perkembangan sistem perdagangan yang berlaku. Berdasarkan kajian di atas perlu adanya suatu kajian yang berkesinambungan dengan melakukan penelitian dari berbagai sudut pandang sehingga sistem pasar lelang khususnya di Provinsi Jambi dapat berkembang seperti di wilayah lainnya di Indonesia.

Rumusan Masalah

Dalam rangka mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi di bidang industri dan perdagangan komoditi pertaniandan mendukung terciptanya efisiensi perdagangan komoditi pertanian perlu diupayakan usaha untuk mempertahankan iklim usaha yang mendukung terciptanya efisiensi perdagangan komoditi pertanian. Kinerja pasar lelang yang efisien dan efektif perlu diwujudkan. Hal ini dapat dilihat dari indikator sikap para peserta

[1] Dosen Fak. Pertanian Universitas Batanghari

yang terlibat di dalamnya. Berdasarkan uraian di atas maka perlu diketahui gambaran kaitan antara persepsi peserta pasar lelang terhadap kegiatan operasional pasar lelang dengan sikap peserta pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi. Kaitan ini penting diketahui untuk keberlangsungan program tersebut di Provinsi Jambi.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali gambaran persepsi, sikap dan keterkaitan antara persepsi peserta pasar lelang terhadap kegiatan operasional pasar lelang dengan sikap peserta yang berkaitan dengan kegiatan pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kondisi psikologis peserta pasar lelang sehingga dapat dijadikan acuan dasar dalam pengambilan kebijakan dalam rencana perbaikan pelaksanaan program pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi lebih lanjut dalam rangka meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelaksanaannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pasar dan Pasar Lelang

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat.Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian.Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan.Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak.

Pasar didefinisikan sebagai wilayah tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.(Diperindagkop-UMKM.2013).

Pengertian pasar lelang perlu dilihat dari kata lelang terlebih dahulu. Dalam hal ini istilah lelang ditujukan untuk sistem penjualan barang yang terbuka secara umum dengan penawaran harga baik secara tertulis maupun lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi yang didahului dengan pengumuman lelang (Buletin Lelang.2013). Beberapa kelebihan sistem ini antara lain: aspek hukum terjamin, cepat dan ekonomis, terbuka dan obyektif serta pembentukan harga terjadi secara optimum.

Berdasarkan aspek yang berbeda maka terdapat beberapa klasifikasi pasar sebagai berikut (Wikipedia. 2014):

1. Klasifikasi Pasar
   a. Pasar tradisional
   b. Pasar modern
2. Pasar Menurut Luas Jangkauan
   a. Pasar Daerah
   b. Pasar Lokal
   c. Pasar Nasional
   d. Pasar Internasional
3. Pasar Menurut Wujud
   a. Pasar Konkret
   b. Pasar Abstrak
4. Pasar Menurut Barang yang diperjualbelikan
   a. Pasar Barang Konsumsi
   b. Pasar Barang Produksi
5. Pasar Menurut Waktu Penyelenggaraan
   a. Pasar Harian
   b. Pasar Mingguan
   c. Pasar Bulanan
   d. Pasar Tahunan
   e. Pasar Temporer
6. Pasar Menurut Organisasinya
   a. Pasar Persaingan Sempurna
   b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna
   c. Pasar monopoli dan monopsoni
   d. Pasar persaingan monopolistis
   e. Pasar oligopoli dan oligopsoni

Pengertian pasar lelang perlu dilihat dari kata lelang terlebih dahulu. Dalam hal ini istilah lelang ditujukan untuk sistem penjualan barang yang terbuka secara umum dengan penawaran harga baik secara tertulis maupun lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi yang didahului dengan pengumuman lelang (Buletin Lelang.2013). Beberapa kelebihan sistem ini antara lain: aspek hukum terjamin, cepat dan ekonomis, terbuka dan obyektifserta pembentukan harga terjadi secara optimum

Pengertian Persepsi

Manusia memiliki kemampuan kognitif untuk memproses informasi yang diperoleh dari lingkungan di sekelilingnya melalui indera yang dimilikinya, membuat persepsi terhadap apa-apa yang dilihat atau dirabanya, serta berfikir untuk memutuskan aksi apa yang hendak dilakukan untuk mengatasi keadaan yang dihadapinya. Hal-hal yang dapat mempengaruhi kemampuan kognitif pada manusia meliputi tingkat intelejensi,kondisi

fisik, serta kecepatan sistem pemrosesan informasi pada manusia. Bila kecepatan sistem pemrosesan informasi terganggu, maka akan berpengaruh pada reaksi manusia dalam mengatasi berbagai kondisi yang dihadapi. Sejak individu itu dilahirkan, sejak itu pula individu tersebut berhubungan dengan dunia luarnya. Sejak itu pula individu menerima langsung stimuli atau rangsang dari luar dirinya. Dalam rangka individu mengenali stimulus merupakan persoalan yang berkaitan dengan persepsi. Sehubungan dengan persepsi, Kotler, P (2000) menjelaskan istilah persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Mangkunegara dalam Arindita, S.(2003) berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran obyek, penerimaan stimulus (Input), pengorganisasian stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap. Adapun Robbins, S. P. (2003) mendeskripsikan persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu sebagai proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan.mereka.

Persepsi dalam Psikologi diartikan sebagai salah satu perangkat psikologis yang menandai kemampuan seseorang untuk mengenal dan memaknakan sesuatu objek yang ada di lingkungannya.Psikologi kontemporer menyebutkan persepsi secara umum diperlukan sebagai satu variabel campur tangan (*intervening variabel*), bergantung pada faktor-faktor motivasional.Artinya suatu objek atau satu kejadian objektif ditentukan baik oleh kondisi perangsang maupun oleh faktor-faktor organisme. Dengan alasan sedemikian, persepsi mengenai dunia oleh pribadi-pribadi yang berbeda juga akan berbeda, karena setiap individu menanggapinya berkenaan dengan aspek-aspek situasi tadi yang mengandung arti khusus sekali bagi dirinya sehingga dapat disimpilkan secara sederhana persepsi adalah proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.Proses kognisi dimulai dari persepsi (David O., S, et. al., 1994).

Pengertian Sikap

Sikap (*atittude*) merupakan kajian psikologi yang akan menjadi landasan kecenderungan seseorang untuk bertindak. Kajian sikap sudah dipelajari sejak dulu dan dalam hal ini Mar'at (1981) mendefinisikan bahwa sikap merupakan produk dari proses sosialisasi dimana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsang yang diterima. Di lain pihak Holahan,C.J. (1978) menyatakan sikap sebagai suatu evaluasi positif atau negative terhadap objek atau permasalahan tertentu yang berhubungan dengan lingkungan. Lebih lanjut beliau mengungkapkan bahwa sikap ini dipengaruhi oleh persepsi dan kognisi lingkungan, akan tetapi sikap terhadap lingkungan ini mampu pula mempengaruhi persepsi dan kognisi lingkungan. Dalam hal ini sikap mengandung tiga komponen, yaitu (Nugroho,R. S. 2014): yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen perilaku . Sikap bukan sesuatu yang permanen, tetapi coraknya dapat ditentukan oleh beberapa aspek sebagaimana uraian Rahayuningsih, S. U. (2008) yang menyatakan bahwa terdapat tiga faktor yang berperan sebagai perubah sikap yaitu:

1. Sumber dari pesan

   Sumber pesan dapat berasal dari: seseorang, kelompok, institusi
2. Isi pesan

   Umumnya berupa kata-kata dan simbol-simbol lain yang menyampaikan informasi.
3. Penerima Pesan

   Beberapa ciri penerima pesan:
   a. *Influenceability*

      sifat kepribadian seseorang tidak berhubungan dengan mudahnya seseorang untuk dibujuk, meski demikian:
      1) anak-anak lebih mudah dipengaruhi daripada orang dewasa
      2) orang berpendidikan rendah lebih mudah dipengaruhi daripada yang berpendidikan tinggi
   b. Arah Perhatian dan Penafsiran

      Pesan akan berpengaruh pada penerima, tergantung dari persepsi dan penafsirannya yang terpenting : pesan yang dikirim ke tangan orang pertama, mungkin dapat berbeda jika info sampai ke penerima kedua.
   c. Kekebalan (saat menerima info yang berlawanan) konsekuensi menerima

pesan 1 sisi dan 2 sisi:

1) Orang yang menerima, beberapa minggu kemudian kelihatan berbeda pendapat sesuai posisinya
2) Pesan yang berlawanan akan lebih efektif pada penerima pesan satu sisi
3) Penerima pesan 2 sisi lebih memiliki daya tahan terhadap pesan yang berlawanan

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Suatu program pemerintah dalam hal ini pelaksanaan pasar lelang agroforwad di Jambi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya bila tidak mendapat dukungan dari masyarakat. Oleh sebab itu perlu disiapkan sematang mungkin agar masyarakat tetap mendukung dengan mewujudkan citra program tersebut. Salah satu indikator masyarakat yang perlu diperhatikan adalah persepsinya terhadap program tersebut karena akan membentuk pola perilaku yang bisa mempengaruhi kesuksesan program.

Sikap ataupun perilaku dalam kehidupan sehari-hari dipengaruhi karena adanya persepsi. Stimuli yang diterima oleh tiap individu tidak selalu sama sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda antar individu. Itulah sebabnya, sikap setiap orang berbeda-beda. Persepsi merupakan salah satu tahapan dalam menentukan sikap seseorang untuk kemudian dilengkapi dengan tindakan. Adanya sosialisasi dan pelaksanaan pasar lelang agroforwad di jambi merupakan salah satu stimulus yang akan memberikan corak penilaian yang berbeda dari para pesertanya. Persepsi seseorang terhadap stimulus yang baik biasanya diikuti oleh pembentukan sikap dalam dirinya yang positif sebaliknya persepsi yang buruk terhadap stimulus akan mewujudkan sikap yang negatif. Berdasarkan uraian di atas diduga bahwa ada kaitan antara persepsi peserta pasar lelang dengan sikap para peserta pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi.

METODOLOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada sistem pasar lelang yang diselenggarakan di Provinsi Jambi. Adapun substansi kajian dalam penelitian ini difokuskan pada aspek persepsi dan sikap peserta terhadap pelaksanaan sistem pasar lelang serta kaitan dari keduanya.

Teknik Penarikan Sampel

Sampel berjumlah 25 orang diambil dengan cara *snow ball* dimana informasi sampel bertolak dari satu peserta dan beralih ke peserta lainnya berdasarkan informasi peserta sebelumnya. Jadi *snowball sampling* ini merupakan teknik pengambilan sampel dengan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2010).

Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dan dianalisis secara deskriptif dan untuk melihat kaitan antara persepsi peserta terhadap pelaksanaan pasar lelang dan sikap para peserta dilakukan analisis *Chi kudrat* (χ^2) (2X2) dengan formula Daniel, W.W. (1989) :

$$\chi^2 = \frac{n\ (ad-bc)^2}{(a+c)(b+d)(c+d)(a+b)}$$

Tetapi bila terdapat frekuensi yang kurang dari 10 dalam table hasil pengamatan maka sebaiknya menggunakan rumus *Yates's correction method* sebagai berikut (Lukiastuti, F dan Muliawan, H. 2012).

$$\chi^2 = \frac{n\ (ad)-(bc)- n/2)^2}{\left[(a+c)(b+d)(c+d)(a+b)\right]}$$

Dimana :

χ^2 : Chi kuadrat hasil perhitungan

a-d: frekuensi dari kombinasi dua kategori

n : Jumlah sampel

χ^2 tabel: 3,841 (χ^2 pada $\alpha = 0{,}05$ dan Db. k-1)

Tabel kontingensi (2X2) sebagai berikut:

Persepsi Sikap	**Baik**	**Buruk**	**Jumlah**
Positif	a	b	(a+b)
Negatif	c	d	(c+d)
Jumlah	(a+c)	(b+d)	n

Adapun hipotesis penelitian adalah :sebagai berikut :

Ho:Tidak terdapat kaitan antara persepsi peserta terhadap pasar lelang dengan sikap peserta pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi.

Hi:Terdapat kaitan antara antara persepsi peserta terhadap pasar lelang dengan sikap peserta pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi.

Kaidah keputusan :

Tolak Ho bila χ^2 hitung $\geq$ χ^2 tabel

Terima Ho bila χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel

Konsepsi Variabel Penelitian

Beberapa pengertian variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Persepsi : Penilaian para peserta setelah mengalami

sosialisasi dan mengikuti proses pelaksanaan pasar lelang. Adapun indikator yang dipakai untuk menentukangambaran persepsi sebagai berikut:

a. Pengetahuan tentang pasar lelang (7 kuisioner)
b. Penilaian terhadap kinerja pasar lelang (8 kuisioner)
c. Manfaat yang dirasakan oleh peserta.(6 kuisioner)

Kategori persepsi berdasarkan 21 jumlah kuisioner kisaran dengan skors ordinal 1,3 dan 5 ,total skoring berkisar 21- 63 adalah sebagai berikut:

Baik : skor 43-63
Buruk : skor 21- 42

Sikap : Kecenderingan/pendirian peserta yang akan mendorong peserta untuk mengambil tindakan yang berkaitan dengan pelaksanaan pasar lelang. Sikap dikategorikan 9 jumlah kuisioner kisaran dengan skors ordinal 1,3 dan 5 , total skoring berkisar 9-27, menjadi dua yaitu:

Positif : skor 19-27
Negatif : skor 9-18

Pasar lelang agroforward : sistem pasar komoditas pertanian dengan kontrak perjanjian di awal transaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Tingkat pendidikan sangat menentukan pola berfikir seseorang. Dalam hai ini tingkat pendidikan responden berkisar dari SMP sampai pasca sarjana (jenjang S2), tetapi mayoritas berada pada tingkat pendidikan SMA (56%) (Tabel 1).

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
SMP	2	8
SMA	14	56
D3	3	12
S1	5	20
S2	1	4
Jumlah	25	100

Program lelang ini bisa diikuti oleh pelaku ekonomi dari berbagai penjuru. Mayoritas peserta pasar lelang berasal dari Provinsi jambi (64%) (Tabel 2) dan maroritas berstatus sebagai pedagang pengumpul (64%) (Tabel 3).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Prov. Jambi	16	64
Luar Prov. Jambi*	9	34
Jumlah	25	100

*Padang, Cirebon, Palembang

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Responden

Status Responden	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Produsen	9	34
Pedagang Pengumpul	16	64
Jumlah	25	100

Sejak beroperasinya pasar lelang di Jambi (2006) terlihat bahwa yang baru berpartisipasi pada tahun ini ada 36% (Tabel 4).

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Bergabung dengan Pasar Lelang Agroforward

Tahun Bergabung	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
2007	3	12
2008	1	4
2009	1	4
2010	3	12
2011	2	8
2012	2	8
2013	4	16
2014	9	36
Jumlah	25	100

Produk yang diperjualbelikan kebanyakan berasal dari produk perkebunan dan produk agroindustri (Tabel 5). Hal ini sejalan dengan predikat Pulau Sumatera yang memang merupakan sumber penghasil produk Sub-Sektor Perkebunan di Indonesia khususnya Provinsi Jambi.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Produk yang Diperjualbelikan.

Produk Yang sedang digarap	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Perkebunan	9	36
Kehutanan	1	4
Hortikultura	5	20
Tanaman Pangan	2	8
Agroindustri	8	32
Jumlah	25	100

Dalam hal ini BPS Provinsi Jambi (2012) menyajikan data bahwa penggunaan lahan di Provinsi Jambi masih didominasi oleh sub-Sektor Perkebunan yaitu sebesar 49,72%. Sedangkan BPS Provinsi Jambi (2014) menginformasikan adanya peningkatan pertumbuhan jumlah rumah tangga usaha pertanian tertinggi antara tahun 2003 sampai tahun 2013 terjadi di Subsektor Perkebunan, yang mengalami pertumbuhan sebesar 23,01 %.

Persepsi Peserta Pasar lelang terhadap Program Pasar Lelang

Persepsi menurut Moskowitz dan Orgel, 1969 dalam Walgito, (2003) merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan

aktivitas yang integrated dalam diri individu tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas menunjukkan persepsi terhadap kegiatan program pasar lelang agroforward berkategori baik yaitu sebesar 76% (Tabel 6). Sedangkan responden dengan persepsi berkategori rendah hanya 24%. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang pasar lelang para responden cukup baik, dengan manfaat yang cukup banyak dirasakan oleh responden dalam menunjang kegiatan ekonominya.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Persepsi terhadap Program Pasar Lelang.

Persepsi	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Buruk	6	24
Baik	19	76
Jumlah	25	100

Sikap Peserta Pasar Lelang terhadap Program Pasar Lelang Agroforward

Menurut Nugroho, R. S. .2014, sikap merupakan suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bertingkah laku tertentu terhadap suatu obyek. Di dalam sikap terdapat perasaan dan emosi yang menyebabkan terjadinya proses evaluati dalam diri individu dan menimbulkan perasaan suka atau tidak suka terhadap obyek sikap tersebut. Di lain pihak Gerungan W.A. (1988) menyatakan bahwa sikap dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek itu. Jadi sikap tepat diterjemahkan sebagai kesediaan beraksi terhadap suatu hal. Hasil penelitian menyangkut sikap yang dalam hal ini kecenderungan responden untuk bertindak yang berkaitan dengan keterlibatannya dalam sistem pasar lelang ini secara positif adalah sebesar 76% (Tabel 7). Sikap ini dilatarbelakangi oleh persepsi yang juga baik terhadap sistem (76%) (Tabel 6).

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sikap terhadap Program Pasar Lelang.

Sikap	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Negatif	6	24
Positif	19	76
Jumlah	25	100

Kaitan Antara Persepsi Peserta terhadap Pasar Lelang dengan Sikap Peserta Pasar Lelang Agroforward di Provinsi Jambi.

Dalam hal ini ada kemungkinan besar persepsi antara individu satu dengan yang lain tidak akan sama walaupun berhadapan dengan stimulus yang sama.

Tabel 8. Tabel Kontingensi Hasil Tabulasi

Persepsi Sikap	**Baik**	**Buruk**	**Jumlah**
Positif	18	4	22
Negatif	1	2	3
Jumlah	19	6	25

χ^2 tabel: 3,841 (χ^2 pada $\alpha = 0,05$ dan Db. k-1)

Hasil penelitian menggunakan *Yates's correction method* menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara persepsi peserta pasar lelang terhadap kegiatan operasional pasar lelang dengan sikap peserta pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan χ^2 hitung (1.263) yang lebih kecil dari χ^2 tabel(3,841). Fenomena ini memberikan petunjuk bahwa persepsi yang baik belum tentu mendorong seseorang untuk memberikan *feedback* berupa sikap yang positif. Sebaliknya persepsi yang buruk bisa saja menunjukkan sikap yang positif. Peserta dengan persepsi buruk belum tentu bersikap negatif dan yang berpersepsi baik juga belum tentu bersikap positif. Terdapat peserta yang berpersepsi buruk tetapi bersikap potitif, hal ini menginformasikan bahwa walaupun mereka menilai masih banyaknya kelemahan tetapi mereka tetap menggantungkan harapan bahwa akan ada perbaikan lebih lanjut dan banyak hal yang kadang-kadang memberikan peluang baru bagi mereka. Banyak kekecewaan yang dirasakan oleh peserta tetapi tidak sampai menarik diri dari kegiatan ini. Para peserta merasakan bahwa mencari pangsa pasar lebih mudah dan lebih cepat dilakukan di luar sistem pasar ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tingkat pendidikan para peserta yang terlibat dalam sistem pasar lelang agroforward di Jambi adalah SMA dan 64% berasal dari dalam Provinsi Jambi. Selain itu mayoritas berstatus sebagai pedagang pengumpul (64%), dengan produk yang diperjualbelikan kebanyakan berasal dari produk perkebunan dan agroindustri.

Responden menunjukkan persepsi yang baik dan bersikap positif terhadap program pasar lelang agroforward masing-masing sebesar 76%, tetapi ternyata tidak terdapat kaitan antara persepsi peserta pasar lelang terhadap kegiatan operasional pasar lelang dengan sikap peserta pasar lelang agroforward di Provinsi Jambi.

Saran

Berdasarkan fenomena adanya ketidakkonsistenan para pelaku pasar lelang terhadap sistem kontrak yang telah disepakati,

maka diharapkan agar aspek hukum harus benar-benar diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga para pelaku ekonomi dalam sistem ini merasa terlindungi dan menambah derajat kepercayaan peserta terhadap sistem pasar lelang di Provinsi Jambi.

Instansi penyelenggara diharapkan bisa lebih mengembangkan pangsa pasar yang lebih luas dengan mencari baik konsumen maupun produsen dari luar negeri. Dengan demikian bisa memberikan gairah baru bagi para pelaku ekonomi khususnya di sektor pertanian.

Untuk memberi peluang lebih banyak sehingga lebih memacu kegiatan ekonomi bagi para peserta disarankan agar ada menambahan frekuensi pertemuan pasar lelang ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arindita, S. 2003.**Hubungan antara Persepsi Kualitas Pelayanan dan Citra Bank denganLoyalitas Nasabah.Skripsi (tidak diterbitkan**). Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.

BPS Provinsi Jambi.2012. **Penggunaan Lahan Provinsi Jambi**. **http://jambiprov.go.id/index.php?letluaswil**. Diakses: 15-08-2014.

BPS Provinsi Jambi.2014. **Potret Usaha Pertanian Provinsi Jambi Menurut Subsektor.** http://jambi.bps.go.id/pub/fb/2014/POTRET%20USAHA%20PERTANIAN%20PROVINSI%20JAMBI%20MENURUT%20SUBSEKTOR/files/assets/basic-html/index.html#20. Diakses : 20 Agustus 2014.

Buletin Lelang. 2013. **Pengertian Lelang** .http://www.buletinlelang.com/lelang-hak-tanggungan . Diakses : 12-02-2014.

Daniel, Wayne, W. 1989.**Statistik Non Parametrik**. Penerbit Gramedia. Jakarta.

David O., Sears, et. al., 1994.**Psikologi Sosial**, *Jilid 1*, Alih bahasa oleh Micahael Adriayanto dan Savitri Soekrisno.: Penerbit Erlangga.Jakarta

Diperindagkop-UMKM.2013.**Peran Pasar Tradisional Terhadap Ekonomi .** Jambi.

Gerungan, W.A. 1988.**Psikologi Sosial**.: Penerbit Eresco. Bandung

Holahan, Charles J. 1978. **Envirionment and behavior.** Plenum Press. New York.

Kotler, Philip. 2000. **Marketing Manajemen: Analysis, Planning, implementation, and Control.** 9th Edition, Prentice Hall International, Int, NewYersey

Lukiastuti, Fitri dan Muliawan Hamdani. 2012. **Statistik Non Parametrik, (Aplikasi dalam bidang ekonomi dan bisnis).** Cet. 1. Penerbit CAPS. Joyakarta.

Mar'at.1981.**Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukuran.** Penerbit Yudhistira. Jakarta.

Nugroho,Rizky Sony .2014**. Teori Persepsi .** http://rizkysonyn.blogspot.com/2011/08/makalah-psikologi-perpustakaan.html. Diakses : *3 Januari 2014.*

Rahayuningsih, Sri Utami. 2008. **Psikologi Umum 2** – Bab 1: Sikap (*Attitude)*. http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fnurul_q.staff.gunadarma.ac.id%2FDownloads%2Ffiles%2F9095%2Fbab1-sikap-1.pdf&ei=XwRjU-fVKoSzrgfG-oCoCA&usg=AFQjCNFzRg6vBj3X7iPZNEWA4e2ATY1hVQ&bvm=bv.65788261,d.bmk. Diakses : *3 Januari 2014.*

Robbins, S.P. 2003. **Perilaku Organisasi.** Jilid I. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Garmedia

Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif** .Bandung. PT. Alfabeta.

Sunarto,Hari.2012.**Merancang Put Option Dalam Sistem Resi gudang sebagai Elemen Pasar Lelang Forward Agro**. http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&ved=0CEsQFjAF&url=http%3A%2F%2Frepository.library.uksw.edu%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F1279%2FPROS_Hari%2520Sunarto_Merancang%2520Put%2520Option%2520Dalam%2520Sistem%2520Resi_Fulltext.pdf%3Fsequence%3D5&ei=FJL8UuP1NsSxrgeP44HwDg&usg=AFQjCNFGHb2RgBYV6ThWOvgkHCICSRtYHQ&bvm=bv.61379712,d.bmk. Diakses: 3 Januari 2014.

Sunarto,Hari.2012.**Merancang Put Option Dalam Sistem Resi gudang sebagai Elemen Pasar Lelang Forward Agro**. http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&ved=0CEsQFjAF&url=http%3A%2F%2Frepository.library.uksw.edu%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F1279%2FPROS_Hari%2520Sunarto_Merancang%2520Put%2520Option%2520Dalam%2520Sistem%2520Resi_Fulltext.pdf%3Fsequence%3D5&ei=FJL8UuP1NsSxrgeP44HwDg&usg=AFQjCNFGHb2RgBYV6ThWOvgkHCICSRtYHQ&bvm=bv.61379712,d.bmk. Diakses:3 Januari 2014.

Walgito, Bimo. 2003.**Psikologi Sosial(Suatu Pengantar).** Penerbit Andi. Yogyakarta

Wikipedia. 2014.**Pasar**. http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar**.** diakses : tgl 14 -01-2014