

Artikel

Faktor Penggunaan Media Sosial dalam Kalangan Pekebun Kecil Sawit
(Factors Influencing Social Media Use Among Small Palm Oil Farmers)

Nurul Ardini Mohd Jaafar, Norain Mod Asri*, Azrina Abdullah Al-Hadi & Norshamliza Chamhuri

Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi,
Selangor, Malaysia

*Pengarang Koresponden: norain@ukm.edu.my

Diserah: 24 Julai 2025
Diterima: 21 Oktober 2025

Abstrak: Media sosial merupakan platform untuk penyebaran pengetahuan dan komunikasi dalam semua bidang termasuklah industri sawit. Namun, penggunaan media sosial bagi pengurusan kebun sawit masih rendah dalam kalangan pekebun kecil. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial di kalangan pekebun kecil. Bagi tujuan tersebut, temubual dilakukan bersama kumpulan pekebun kecil yang menguruskan sendiri ladang sawit dan pekebun kecil yang berada di bawah pengurusan FELDA. Data daripada temubual dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan perisian Nvivo. Dapatan kajian menunjukkan maklumat berkaitan sawit daripada media sosial dapat menjimatkan kos, meningkatkan hasil serta menambah produktiviti. Malah, maklumat pengeluaran produk lain daripada media sosial juga digunakan oleh pekebun kecil bagi menjana pendapatan sampingan. Media sosial juga dapat membantu pekebun kecil menyelesaikan sebarang masalah tentang pengurusan kebun sawit. Namun yang penting, media sosial juga dilihat meningkatkan kesetiaan pelanggan, membolehkan pekebun mendapat maklum balas daripada pelanggan serta menggalakkan pekebun melakukan inovasi. Ini dapat menjamin perkembangan industri sawit yang mapan. Justeru, kesedaran pekebun kecil berkaitan penggunaan media sosial dalam pengurusan kebun sawit perlu dipertingkatkan terutama menerusi dasar yang dibuat oleh kerajaan dan badan bukan kerajaan. Ini penting untuk menggalakkan penggunaan media sosial ke arah menambah pengeluaran dan pendapatan dalam industri sawit terutama dalam kalangan pekebun kecil.

Kata kunci: Media sosial; pekebun kecil; pengeluaran; pendapatan; maklumat; digital

Abstract: Social media is a platform for the dissemination of knowledge and communication in all fields, including the palm oil industry. However, the use of social media for managing oil palm plantations is still low among smallholders. Therefore, the objective of this study is to identify the factors influencing the use of social media among smallholders. For this purpose, interviews were conducted with a group of smallholders who manage their own oil palm plantations and smallholders who are under FELDA management. Data from the interviews were analysed qualitatively using Nvivo software. The study findings show that information related to oil palm from social media can save costs, increase yields, and improve productivity. In fact, information on the production of other products from social media is also used by smallholders to generate additional income. Social media can also help smallholders solve any problems they have regarding palm oil plantation management. However, importantly, social media is also seen as increasing customer loyalty, allowing farmers to receive feedback from customers, and encouraging farmers to innovate. This can ensure the sustainable development of the palm oil industry. Therefore, awareness among smallholders regarding the use of social media in managing oil palm plantations needs to be increased, especially through policies made

by the government and non-governmental organisations. This is important for encouraging the use of social media towards increasing production and income in the palm oil industry, especially among smallholders.

Keywords: Social media; small farmers; production; income; information; digital

Pengenalan

Industri sawit menyumbang sebanyak RM38.05 bilion iaitu 2.3% daripada KDNK pada tahun 2024 (Bernama, 2025). Malah, eksport sawit ke luar negara pula adalah sebanyak RM114 bilion pada tahun 2024 (Phung, 2025). Dari aspek sumbangan buruh pula, tenaga buruh yang digunakan bagi industri ini berjumlah 382,000 pekerja pada tahun 2023 (International Labour Organization, 2023). Sumbangan industri sawit yang besar ini menunjukkan bahawa kelapa sawit merupakan penyumbang ekonomi yang penting di Malaysia.

Dalam masa yang sama, kemunculan media sosial dan teknologi moden terkini sebenarnya berpotensi untuk diaplikasi secara meluas dalam industri sawit. Situasi ini penting untuk meningkatkan sumbangan sektor sawit serta membantu menangani cabaran kelestarian dan keselamatan produk sawit yang telah dibawa di peringkat global (Pahmi, 2022) termasuklah isu berkaitan turun naik harga sawit, akses terhadap pasaran yang lebih luas dan kekurangan pengurusan sumber yang mampan. Ini bererti, menerusi integrasi teknologi moden terutamanya media sosial akan membuka peluang baru bagi pekebun kecil untuk mengatasi sebahagian daripada cabaran tersebut. Penggunaan media sosial dilihat membantu pekebun kecil berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, pembeli dan pihak berkepentingan dalam industri, sekaligus memperluas jaringan perniagaan (Peng et al., 2024). Malahan, ia turut membolehkan pekebun kecil berkongsi pengalaman dan pengetahuan, terutamanya dalam aspek teknikal seperti teknik penanaman dan pengurusan ladang yang lebih efisien.

Walaupun didapati kebanyakan petani hanya menggunakan media sosial untuk tujuan pemasaran sahaja, tetapi sebenarnya perkongsian maklumat di media sosial mampu mendidik dan mengubah persepsi masyarakat terhadap aktiviti pertanian yang selama ini terpalit dengan imej negatif terutama berkait dengan isu alam sekitar, dan seterusnya ia mampu mempengaruhi pola perbelanjaan masyarakat terhadap produk pertanian. Di samping itu, memandangkan kebanyakan lokasi petani adalah terselerak dan dalam masa yang sama muncul pelbagai ilmu dan kemajuan teknologi untuk operasi pertanian, maka media sosial mampu menjadi alat yang mudah dan cepat untuk menggalakkan petani celik dan mengaplikasi teknologi pertanian terkini dalam proses pengeluaran mereka. Malah, latihan untuk petani terbabit juga boleh dilaksanakan secara dalam talian pada kos yang efektif. Implikasinya, pekebun kecil dapat meningkatkan daya saing mereka dalam pasaran global yang dinamik. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk mengkaji faktor penggunaan media sosial dalam kalangan pekebun kecil sawit. Ini membolehkan kepentingan penggunaan media sosial dalam kalangan pekebun kecil diperhalusi secara terperinci.

Sorotan Kajian Lepas

Terdapat kajian terdahulu yang mengupas isu berkaitan penggunaan media sosial di sektor pertanian termasuklah dalam industri kelapa sawit seperti berikut.

1. Maklumat dan Pengetahuan

Majoriti pengguna media sosial kini bergantung kepada aplikasi seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dan *Twitter* untuk mendapatkan maklumat mengenai perniagaan dalam talian serta menjalankan aktiviti harian mereka. Aplikasi ini telah menjadi jambatan utama untuk berkomunikasi dengan masyarakat umum secara lebih pantas dan interaktif (Mohd Hamizi, 2023). Oleh itu, penyebaran maklumat melalui media sosial dilihat mampu mempercepatkan pengumpulan pengetahuan dalam kalangan pekebun kecil sawit. Dengan adanya akses mudah kepada maklumat baharu, petani kini mampu membuat pilihan yang lebih bijak dalam amalan pertanian mereka. Pilihan yang lebih baik ini bukan sahaja memacu pertumbuhan sektor pertanian tetapi juga menyumbang kepada peningkatan pendapatan. Dalam konteks ini, peserta pasaran boleh memperoleh kepakaran, maklumat dan teknologi terkini melalui rangkaian digital dan program nasihat yang ditawarkan

oleh pelbagai pihak berkepentingan. Lebih menarik lagi, perkhidmatan sambungan program ini turut berperanan penting dalam menggalakkan hubungan antara pekebun kecil dan rakan kongsi mereka dalam bidang sains, pendidikan dan perniagaan tani (Peng et al., 2021).

Rentetan itu, jelas sekali bahawa telefon pintar bukan sekadar alat komunikasi tetapi alat penting untuk mengakses pelbagai jenis maklumat yang relevan. Melalui interaksi sosial yang aktif dengan ahli keluarga, pekebun kecil, pekerja pertanian dan komuniti lain, perkongsian maklumat dapat dilakukan dengan lebih berkesan. Hal ini secara tidak langsung menyumbang kepada pembangunan dan kemajuan industri kelapa sawit, kerana pekebun kecil dapat mengaplikasikan maklumat ini untuk meningkatkan hasil dan produktiviti mereka (Rahman, 2021).

2. Penjanaan Ekonomi

Penanaman kelapa sawit penting dalam menjana pendapatan terutama bagi kelangsungan hidup orang Melayu yang tinggal di kawasan pedalaman. Dalam masa yang sama, Suraiya et al. (2022) telah membuktikan 4 tema faktor mempengaruhi pendapatan pekebun kecil sawit iaitu kos penyelenggaraan kebun dan pokok yang tinggi, masalah dan kos pekerja, peraturan yang mengganggu dan harga pasaran buah sawit. Malah, persepsi pekebun kecil terhadap penggunaan teknologi moden adalah lebih ke arah positif di mana ianya dapat meningkatkan pendapatan dan menaiktarafkan kehidupan (Filyntiana et al., 2021). Oleh itu, penting untuk pekebun kecil mempunyai banyak maklumat atau lebih akses kepada maklumat bagi keperluan pengurusan kebun kecil. Antara maklumat penting yang boleh meningkatkan produktiviti kelapa sawit adalah masa dan kuantiti baja yang digunakan serta cara penuaian (Yusoff, 2021).

Selain itu, perkembangan teknologi digital mampu menggalakkan pekebun kecil dalam melakukan urusan niaga secara atas talian dan menjalinkan hubungan dengan masyarakat. Mereka yang memanfaatkan modal sosial akan memperoleh pendedahan daripada pihak luar yang berpengaruh dan mendapat maklumat berfaedah yang boleh diaplikasikan ke atas ladang pekebun kecil seterusnya menggalakkan kemajuan ekonomi dan peluang mereka untuk berniaga bukan sahaja kelapa sawit, tetapi pelbagai perniagaan lain (Sum et al., 2023).

3. Penguasaan Teknologi

Penguasaan dan penerapan teknologi baharu dalam pertanian terbukti efektif untuk meningkatkan produktiviti hasil dan pendapatan pekebun kecil (Salman, 2020). Teknologi ini bukan sahaja membantu dalam memperbaiki proses pengeluaran, tetapi juga mengoptimumkan penggunaan sumber dengan cara yang lebih cekap. Pekebun kecil yang beralih kepada teknologi moden dapat memanfaatkan pelbagai inovasi dalam bidang pertanian untuk mencapai hasil yang lebih baik. Ini termasuklah perkembangan teknologi komunikasi yang telah mengubah cara pekebun kecil mendapatkan maklumat. Kini, mereka dapat menggunakan saluran komunikasi yang lebih interaktif dan mudah diakses, menggantikan ketergantungan mereka terhadap media konvensional dan agensi pertanian tradisional (Peng et al., 2021).

Selain itu, penggunaan aplikasi media sosial seperti WhatsApp telah membuka peluang kepada petani inovatif untuk bertukar-tukar maklumat, idea dan pengalaman. Ini bukan sahaja mempercepatkan penyebaran pengetahuan tetapi juga memperkukuhkan hubungan antara komuniti pekebun kecil. Petani kini dapat mengakses teknologi dan amalan terbaik dalam bidang pertanian yang membantu mereka meningkatkan hasil tanaman sawit serta mencapai pendapatan yang lebih tinggi (Rahman, 2021).

Bagi pekebun yang sentiasa mengaplikasikan teknologi terbaru mereka akan dapat meningkatkan kecekapan dan produktiviti berbanding mereka yang tidak mengaplikasikannya (Ariyanto et al., 2020).

4. Perkembangan Organisasi

Penggunaan media sosial membolehkan proses pengurusan menjadi lebih pantas, efisien dan teratur. Dalam konteks perniagaan, perkembangan media sosial telah membantu banyak syarikat dan organisasi perniagaan mencapai kejayaan yang signifikan, terutamanya dalam merancang dan mengurus strategi pemasaran mereka. Hal ini disebabkan oleh kemudahan komunikasi yang disediakan oleh platform media sosial, yang

membolehkan jenama perniagaan diperkenalkan kepada khalayak di seluruh negara, bahkan di peringkat antarabangsa (Oyza & Edwin, 2015).

Bagi pekebun kecil sawit, platform media sosial juga membuka ruang kepada mereka untuk membangun rangkaian yang lebih kukuh dengan pelbagai pihak berkepentingan. Selain itu, penggunaan media sosial yang semakin meluas di kalangan masyarakat telah membawa perubahan besar dalam cara komunikasi organisasi dan hubungan awam dijalankan. Dengan pendekatan kolaboratif, platform dalam talian ini tidak hanya mempengaruhi persepsi pelanggan tetapi juga tingkah laku mereka, yang akhirnya memberi impak positif kepada produktiviti organisasi (Mohd Hamizi, 2023).

Teknologi turut memainkan peranan penting dalam meningkatkan fungsi organisasi sosial dan produktiviti pertanian. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pekebun kecil dapat memperbaiki cara mereka mengurus ladang serta meningkatkan hasil pengeluaran kelapa sawit (Peng et al., 2024).

5. Kecekapan Pengurusan

Pekebun kecil yang memanfaatkan teknologi dan alat digital dapat menikmati pelbagai kelebihan, termasuk kemampuan untuk menerima dan berkongsi strategi pengurusan. Mereka juga dapat menyimpan rekod digital amalan pengurusan risiko, mengakses maklumat penting, serta mendapatkan panduan untuk pengurusan ladang yang lebih cekap. Dengan penerapan teknologi, pekebun kecil dapat terus kekal maklum tentang amalan pertanian terkini yang relevan (Tran Cao Uy et al., 2024).

Tambahan pula, pekebun kecil harus menerima bantuan yang khusus dan bersasar berkaitan penggunaan teknologi dan alat digital ini untuk membolehkan mereka mengakses pasaran yang berkembang, sumber kewangan dan perkhidmatan perundingan berkualiti tinggi. Kebanyakan pekebun kecil yang memiliki telefon pintar telah menggunakan peranti ini secara aktif untuk melayari media sosial dan aplikasi rangkaian. Alat ini menjadi sumber utama bagi mendapatkan maklumat berkaitan pengurusan kelapa sawit yang lebih baik dan efisien (Peng et al., 2024).

6. Persekitaran

Menurut Sum et al. (2023), hubungan sosial atau modal sosial ini penting dalam memudahkan semua pihak bekerjasama, menyokong pertukaran pengetahuan tidak formal dan pengalaman serta perkongsian buruh ladang dan jentera ladang. Ianya juga penting kerana dapat membina rangkaian yang membolehkan individu atau organisasi berkaitan untuk terus hidup dan bertahan dalam menghadapi masalah. Dalam konteks pengeluaran sawit, hubungan sosial ini merujuk kepada persekitaran yang menghubungkan pekebun kecil dengan pihak luar seperti pembekal, pengurusan, kilang, pengguna dan pesaing.

Penggunaan media sosial secara aktif, digabungkan dengan jaringan sosial yang kukuh seperti hubungan antara pekebun dan komuniti luar, telah terbukti dapat menggalakkan aktiviti pertanian bersepadu dalam kalangan pekebun kecil (Ab Rahman et al., 2024).

7. Inovasi

Penggunaan teknologi digital dan media sosial boleh menjadi saluran efektif untuk meningkatkan pendapatan petani, mengurangkan ketirisan rantai bekalan, serta memperluas akses pasaran luar bandar (Widiastuti, 2021). Contohnya, TaniHub di Indonesia bukan sahaja memudahkan petani menjual hasil secara terus, malah memberikan akses kepada maklumat harga pasaran, ramalan permintaan dan jaringan logistik yang lebih cekap.

Teknologi maklumat dan komunikasi yang canggih ia membolehkan pekebun kecil menerima maklumat penting berkaitan pertanian, iklim dan risiko bencana yang membawa kepada peningkatan keselamatan mata pencarian dan penyesuaian perubahan iklim. Selain itu, ia juga boleh meningkatkan penyebaran maklumat dan perkhidmatan pertanian, seterusnya meningkatkan produktiviti dan daya tahan dalam kalangan pekebun kecil (Peng et al., 2024).

Metodologi

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif melalui temu bual dengan 61 informan iaitu pekebun kecil sawit dari dua kawasan di negeri Selangor dan Perak, bagi pengumpulan data yang mendalam. Informan terdiri daripada pelbagai demografi seperti umur, jantina dan kawasan tanah sawit. Informan juga terdiri daripada pekebun kecil yang bekerja secara persendirian serta mereka yang berada di bawah kelolaan FELDA. Hal ini membolehkan kajian ini mengenalpasti kepentingan penggunaan media sosial bagi tujuan pengurusan kebun sawit dalam kalangan pelbagai status pekebun kecil. Soalan temu bual merangkumi aspek seperti kekerapan penggunaan media sosial, jenis platform media sosial yang digunakan, faktor penggunaan media sosial serta manfaat dan cabaran yang dihadapi. Pendekatan ini membolehkan kajian mendapatkan pandangan terperinci tentang bagaimana geografi dan tahap kemajuan infrastruktur mempengaruhi penggunaan media sosial dalam kalangan pekebun kecil, serta impaknya terhadap produktiviti dan pendapatan mereka. Analisis sampel kajian ini dilakukan menggunakan aplikasi NVivo 15 yang membolehkan pandangan sebenar informan dianalisis secara terperinci.

Instrumen kajian ini terdiri daripada soalan temu bual jenis terbuka (*open-ended question*). Temu bual dijalankan secara bersemuka dan melalui panggilan telefon dengan pekebun kecil sawit. Kajian ini menggunakan saiz sampel sebanyak 61 informan dan teknik persampelan bertujuan. Audio rakaman temu bual direkodkan dan ditukarkan kepada transkripsi bertulis untuk dianalisa menggunakan perisian NVivo 15. Menerusi transkripsi yang dibuat, pandangan informan dibahagikan kepada tema dan sub-tema tertentu. Manakala analisis dibuat berdasarkan kekerapan untuk menentukan sub-tema penting dan signifikan yang mempengaruhi faktor utama penggunaan media sosial dalam kalangan pekebun kecil serta impaknya terhadap pendapatan dan pengeluaran mereka. Kajian ini mengaplikasi analisis deskriptif iaitu menggunakan nilai kekerapan dan peratusan.

Hasil Kajian

1. Latar Belakang Informan

Kajian ini melibatkan seramai 61 informan yang terdiri daripada pekebun kecil sawit. Berdasarkan Jadual 1, didapati majoriti informan terdiri daripada wanita (52.5%), berumur 27 hingga 40 tahun (29.5%) diikuti generasi yang berusia 57 hingga 75 tahun (27.8%). Dari segi kawasan, bagi informan di Selangor, kebanyakan informan tinggal dan beroperasi di Hulu Selangor (11.5%) dan Sabak Bernam (11.5%), manakala di Perak, majoriti informan berasal dari Ipoh (18%) dan Trolak (13.1%). Lokasi tempat tinggal ini memberi gambaran bahawa informan bukan hanya tertumpu di kawasan luar bandar tetapi turut melibatkan kawasan yang lebih hampir dengan pusat bandar, yang mungkin mempunyai akses lebih baik kepada kemudahan teknologi dan internet. Pekebun kecil kelapa sawit di Felda adalah seramai 31 informan (50.82%) manakala yang memiliki tanah persendirian dan mengusahakannya sendiri seramai 30 informan (49.18%).

Dari segi pendapatan bulanan, majoriti informan memperoleh kurang daripada RM2,500 sebulan (19.7%). Ini menunjukkan bahawa kebanyakan pekebun kecil sawit tergolong dalam kategori pendapatan rendah dan sederhana. Begitu juga dengan pendapatan daripada tanaman sawit, di mana 40.9% memperoleh kurang daripada RM2,500 sebulan. Data ini menggambarkan bahawa sektor sawit merupakan sumber utama pendapatan bagi kebanyakan informan, namun dengan kadar yang berbeza-beza. Seramai 28 orang (45.9%) daripada informan mempunyai pekerjaan selain daripada menjadi pekebun kecil sawit.

Selain itu, majoriti informan telah berkahwin (55.7%), telah terlibat dengan pengurusan kebun sawit lebih 20 tahun (41%), mempunyai keluasan kebun 10 hingga 19 ekar (50.8%), jarak rumah ke kebun melebihi 1 kilometer (75.4%) dan menggunakan motorsikal untuk ke kebun sawit (42.6%). Namun, agak menarik apabila 31.1% informan merupakan pemegang Ijazah Sarjana Muda. Ini mungkin disebabkan terdapat juga golongan pengurusan dan profesional yang turut menceburkan diri dalam pengurusan kebun sawit. Ini menunjukkan golongan berpendidikan sudah mula minat untuk terlibat dalam industri sawit.

Selanjutnya, kesemua informan (100%) memiliki telefon pintar manakala 47.54% responden turut memiliki *tablet*. Hal ini mencerminkan bahawa pekebun kecil sudah mempunyai gajet bagi melayari media sosial. *Gajet* tersebut juga merupakan milikan sendiri (49.18%) dan milikan keluarga (49.18%). Pekebun kecil

memiliki peranti tersebut kerana ia mudah digunakan (73.78%) dan lebih murah (26.23%). Walaupun 97% informan tidak mempunyai pendidikan formal dalam teknologi maklumat, namun 100% informan menggunakan telefon pintar dalam pengurusan kebun sawit.

Jadual 1. Maklumat latar belakang responden

Butiran	Kekerapan	Peratus (%)
Jantina		
Lelaki	29	47.5%
Perempuan	32	52.5%
Umur		
11 - 26 tahun (generasi Z)	15	24.6%
27 - 40 tahun (generasi Millennial)	18	29.5%
41 - tahun 56 (generasi X)	11	18%
57 - 75 tahun (generasi Baby Boomers)	17	27.8%
76 - 99 tahun (generasi tradisional)		
Status perkahwinan		
Bujang	23	37.7%
Berkahwin	34	55.7%
Janda	3	4.9%
Duda	1	1.6%
Pendidikan		
Tiada pendidikan formal	1	1.6%
Pendidikan Rendah	4	6.6%
Pendidikan Menengah Rendah	5	8.3%
Pendidikan Menengah Atas	18	29.5%
Stpm/Diploma	14	23%
Ijazah Sarjana Muda	19	31.1%
Kawasan tempat tinggal		
Selangor, Daerah:		
Hulu Selangor	7	11.5%
Kuala Kubu Baru	2	3.3%
Cheras	3	4.9%
Kajang	1	1.6%
Sabak Bernam	7	11.5%
Puncak Alam	1	1.6%
Rawang	1	1.6%
Batu Caves	1	1.6%
Kuala Langat	1	1.6%
Banting	1	1.6%
Hulu Langat	1	1.6%
Perak, Daerah:		
Bera	1	1.6%
Teluk Intan	1	1.6%
Sungai	2	3.3%
Kuala Kangsar	5	8.2%
Batang Padang	2	3.3%
Bota	4	6.6%
Ipoh	11	18%
Trolak	8	13.1%
Parit Buntar	1	1.6%
Pendapatan bulanan		
Kurang daripada RM2,500 (B1)	12	19.7%
RM 2,501-RM 3,170 (B2)	9	14.8%
RM 3,171-RM 3,970 (B3)	8	13.1%
RM 3,971-RM 4,850 (B4)	11	18%
RM 5,851-RM 5,880 (M1)	8	13.1%
RM 5,881-RM 7,100 (M2)	7	11.5%
RM 7,101-RM 8,700 (M3)	2	3.3%
RM 8,701-RM 10,970 (M4)	2	3.3%
RM 10,971-RM 15,040 (T1)	2	3.3%
Lebih dari RM 15,041 (T2)	1	1.6%
Pendapatan tanaman sawit bulanan		
Kurang daripada RM2,500 (B1)	25	40.9%
RM 2,501-RM 3,170 (B2)	9	14.8%
RM 3,171-RM 3,970 (B3)	6	9.8%
RM 3,971-RM 4,850 (B4)	6	9.8%
RM 5,851-RM 5,880 (M1)	2	3.3%
RM 5,881-RM 7,100 (M2)	7	11.5%
RM 7,101-RM 8,700 (M3)	2	3.3%

RM 8,701-RM 10,970 (M4)	1	1.6%
RM 10,971-RM 15,040 (T1)	1	1.6%
Lebih dari RM 15,041 (T2)	2	3.3%
Ketua keluarga		
Ya	18	29.5%
Tidak	43	70.5%
Tanggungan		
Tiada tanggungan	21	34.4%
Seorang ahli keluarga	10	16.4%
2 hingga 4 ahli keluarga	23	37.7%
5 hingga 7 ahli keluarga	7	11.5%
Tinggal bersama saudara mara		
Ya	12	19.7%
Tidak	49	80.3%
Hasil tanaman sawit		
Pendapatan utama	33	54%
Pendapatan Sampingan	28	46%
Pekerjaan utama		
Kontraktor	1	3.6%
Peniaga	11	39.3%
Guru	1	3.6%
Pengurus Sumber Manusia	2	7.1%
Kerani	2	7.1%
Pembawa kenderaan	1	3.6%
Pegawai	4	14.3%
Jurutera	1	3.6%
Kerja sendiri	3	11%
Mekanik	1	3.6%
Jualan dan pemasaran	1	3.6%
Tempoh penglibatan		
Kurang dari 5 tahun	16	26.2%
6 tahun hingga 10 tahun	11	18%
11 tahun hingga 15 tahun	4	6.6%
16 tahun hingga 20 tahun	5	8.2%
Lebih dari 20 tahun	25	41%
Pemilik tanah sawit		
Milikan sendiri	30	49.2%
Pentadbir	29	47.5%
Sewa	2	3.28%
Luas tanah		
Kurang daripada 10 ekar	25	41%
10 ekar hingga 19 ekar	31	50.8%
20 ekar hingga 39 ekar	3	4.9%
40 ekar hingga 59 ekar	2	3.3%
Jarak ke tanah sawit		
Kurang daripada 500 meter	5	8.2%
500 meter hingga 1kilometer	10	16.4%
Lebih 1 kilometer	46	75.4%
Kenderaan ke kebun sawit		
Tiada kenderaan	4	6.6%
Motosikal	26	42.6%
Kereta	5	8.2%
Lori	2	3.3%
Kereta dan motorsikal	13	21.3%
Motosikal dan ATV	3	4.9%
Jalan kaki dan kereta	2	3.3%
Jalan kaki dan motorsikal	2	3.3%
Motorsikal dan lori	4	6.6%
Mula berkebun sawit		
Warisan keluarga	21	34.4%
Minat	30	49.2%
Minat dan warissn	3	4.9%
Generasi		
Generasi ke-1	20	32.8%
Generasi ke-2	27	44.3%
Generasi ke-3	14	22.9%

Ada ahli keluarga yang bersedia meneruskan tanaman sawit di masa hadapan

Ya	29	47.5%
Tiada	10	16.4%
Tak pasti	7	11.5%
Jika ada ahli keluarga yang akan meneruskan tanaman sawit, berapa umur mereka dan apakah hubungan dengan anda, serta status perkahwinan dan taraf pendidikan mereka?		
11 tahun sehingga 26 tahun (generasi Z)	16	55.2%
27 tahun sehingga 40 tahun (generasi Millennial)	11	37.9%
41 tahun sehingga tahun 56 (generasi X)	2	6.9%
Suami/isteri		
Anak	22	75.9%
Saudara mara	7	24.1%
Pendidikan Rendah	4	13.8%
Pendidikan Menengah Atas	12	41.4%
Stpm/Diploma	8	27.6%
Ijazah Sarjana Muda	5	17.2%
Ada tanaman atau ternakan lain di tanah sawit?		
Durian	3	27.3
Durian dan cempedak	1	9.1
Durian, rambutan, mangis, dokong, nenas, pisang	1	9.1
Cili, limau dan pokok jambu	1	9.1
Pisang	1	9.1
Nenas	1	9.1
Serai	1	9.1
Kambing	1	9.1
Ayam	1	9.1
Anda menganggotai sebarang persatuan?		
Ya	13	21.3
Tidak	48	78.7
N=61		

2. Faktor Penggunaan Media Sosial

Maklumat dan Pengetahuan

Kebanyakan pekebun kecil sawit mencari maklumat yang berkaitan pengeluaran sawit seperti baja (24.59%), harga sawit (11.48%), serta bantuan dan pinjaman berkaitan sawit (29.50%). Tetapi masih ramai informan yang tinggal di Felda tidak mencari sebarang maklumat berkaitan pengeluaran kelapa sawit di media sosial (32.78%) walaupun mereka memiliki telefon pintar. Ini kerana mereka menyerahkan proses dan hasil pengeluaran kelapa sawit tersebut sepenuhnya kepada pihak pengurusan mereka iaitu Felda. Sebagai contoh:

“Saya tak pernah cari. Takde keperluan sebab dah dapat maklumat tu sendiri daripada Felda.” (Informan 4)

Berkaitan dengan sumber maklumat, majoriti informan memperoleh maklumat berkaitan sawit melalui akaun persatuan, pekebun lain, laman web (21.31%) dan melalui Felda (19.67%). Kebanyakan informan yang memperoleh maklumat daripada pihak Felda merupakan mereka yang tinggal dan mempunyai tanah sawit yang diusahakan di Felda itu sendiri. Selain itu, informan juga memperolehi informasi daripada pekebun lain (18.03%) dan kumpulan persatuan di aplikasi *Whatsapp* (16.39%). Informan memilih maklumat daripada sumber tertentu berdasarkan faktor kesahihan (42.62%) yang dilihat berdasarkan elemen testimoni, *like* dan komen positif (36.06%).

Dalam masa yang sama, seramai 24 informan pernah memuat naik perkongsian mengenai kelapa sawit di media sosial dalam bentuk gambar (19.67%) dan tulisan (8.19%). Antara maklumat yang biasa dimuatnaik adalah proses ladang dan teknik menuai, jenis buah serta kualiti sawit. Maklumat sebegini dimuatnaik kepada untuk tujuan perkongsian (50%). Tetapi masih lagi majoriti informan tidak memuat naik sebarang perkongsian di media sosial (60.65%). Ini kerana mereka hanya menggunakan telefon sebagai alat untuk tujuan tertentu sahaja seperti kenyataan berikut:

“Takde. Telefon ni memang untuk orang hantar mesej, call dan Whatsapp sahaja.” (Informan 9)

Faktor maklumat dan pengetahuan merupakan antara aspek utama yang mendorong penggunaan media sosial oleh pekebun kecil. Hal ini selaras dengan kajian Mohd Hamizi (2023) yang menegaskan bahawa media sosial menjadi jambatan penting dalam penyampaian maklumat serta mempercepatkan proses pengumpulan pengetahuan. Penemuan ini juga menyokong dapatan Rahman (2021) yang mendapati akses maklumat melalui telefon pintar membantu pekebun meningkatkan produktiviti dan hasil.

Ekonomi

Seterusnya, berkaitan dengan faktor ekonomi, maklumat berkaitan sawit daripada media sosial dapat menjimatkan kos (31.15%), meningkatkan hasil (21.31%) serta menambah produktiviti (14.75%). Antara pendapat informan adalah:

“Jimatkan masa saya. Saya tak perlu pergi ke setiap rumah untuk sampaikan maklumat, dapat tingkatan pengeluaran dan kurangkan segala kos dan lebih mudah untuk berkomunikasi.” (Informan 1)

“Maklumat ni dia selalu dia lebih kepada produktiviti. So kita orang boleh bajet kan sebulan tu kita nak harvest berapa kilo? Contohnya adalah 50 tan macam tu. So kitorang boleh target berapa revenue yang kita orang nak dapat untuk bulan tu.” (Informan 45)

Tetapi ada juga yang mendapati ia tidak berkesan (32.79%) kerana mereka menganggap keperluan buruh untuk penjagaan tanah sawit adalah lebih penting atau ada juga kerana mereka menyerahkan pihak pengurusan seperti FELDA yang menguruskan kelapa sawit. Lantas maklumat sawit daripada media sosial tidak memberi impak terhadap pengeluaran sawit mereka. Sebagai contoh:

“Pasaran tiada masalah sebab FELDA lebih baik daripada yang luar. Kita tak perlu cari dah pasaran.” (Informan 3)

Selain itu, maklumat sawit yang diperolehi daripada media sosial juga didapati dapat meningkatkan kualiti (26.23%) dan kecekapan pengeluaran (16.39%) serta mengurangkan kerugian dalam pengeluaran (24.59%). Contohnya:

“Dari segi percaya maklumat tu saya rasa sangat berguna lah untuk meningkatkan kita punya proses pengeluaran dan juga kecekapan tu. Sebab daripada media sosial juga kita dapat tahu macam-macam teknik nak mengambil kelapa sawit, nak membawa ke kilang dan sebagainya supaya kelapa sawit berada dalam keadaan yang lebih baik untuk sampai pada pihak kilang.” (Informan 61)

Dalam masa yang sama itu, maklumat pengeluaran produk lain daripada media sosial juga digunakan oleh pekebun kecil bagi menjana pendapatan (34.43%). Ini dapat dilihat daripada kenyataan informan:

“Saya dapat maklumat tentang penternakan kambing sebagai sumber pendapatan sampingan saya.” (Informan 43)

Tetapi, bagi informan yang tidak terlibat dalam pengeluaran produk lain, maka maklumat produk lain tidak digunakan oleh mereka (40.98%) seperti kenyataan berikut:

“Maklumat lain dia kurang berkesan. Tapi kalau untuk kelapa sawit dia memberi kesan yang besarlah untuk saya.” (Informan 45)

Maklumat pengeluaran produk lain daripada media sosial tersebut juga didapati dapat meningkatkan kecekapan pengeluaran produk bukan sawit menerusi pengurangan kos dan meningkatkan hasil pengeluaran produk bukan sawit (37.70%). Sebagai contoh:

“Saya dapat belajar tentang apa jadual bagi makan yang betul untuk kambing dapat mengurangkan kos dan juga dapat meningkatkan kualiti hasil pengeluaran tersebut.” (Informan 43)

Malah, maklumat bukan sawit juga mampu menambahkan pengetahuan baharu tentang produk bukan sawit (29.52%) seperti kenyataan berikut:

“Yang ini contohnya macam maklumat cara tanam pokok-pokok berbuah dengan penternakan. So dari situlah boleh dapat juga maklumat dalam penanaman dan ternakan.” (Informan 58)

Jelaslah bahawa aktiviti mencari maklumat di media sosial sama ada berkenaan kelapa sawit atau selain daripada kelapa sawit dapat memberi kesan terhadap pendapatan, pengeluaran dan kecekapan pekebun kecil sawit. Ini kerana digitalisasi sering dikaitkan dengan kecekapan operasi yang lebih tinggi, pengurangan kos dan mampu meningkatkan eksport barangan domestik (Stella et al., 2021).

Bagi aktiviti memuat naik (uploading) maklumat berkaitan sawit dan bukan sawit yang dilakukan oleh pekebun kecil, didapati ia dapat menjimatkan kos (37.5%) dan masa ((37.5%) serta menarik pelanggan dan meningkatkan persaingan (25%). Antara pendapat informan adalah:

“Aktiviti mengupload maklumat membantu berkongsi pengalaman, menarik pelanggan dan meningkatkan persaingan, kekerapan dan produktiviti kebun.” (Informan 48)

Selanjutnya, berkaitan penggunaan media sosial dalam hubungan dengan pekerja, tidak kiralah pekerja bagi pengeluaran sawit atau bukan sawit di kebun sawit, jelas sekali media sosial lebih menjimatkan (36.07%), menjadikan pekerja lebih cekap (32.709%) serta meningkatkan persaingan (26.23%). Ini dapat dilihat seperti pandangan berikut:

“Mesej komunikasi ni dia lebih pantas lah dia lebih cepat kalau guna apa ni mesej macam WhatsApp ke dia dapat meningkatkan kecekapan kerja seharian tu.” (Informan 6)

“Kos, dari segi kos, kos komunikasi tu jadi lagi rendah sebab kan media sosial kan dia sediakan saluran komunikasi percuma. So kalau saya nak sampai kat maklumat kepada pekerja contoh macam arahan tugas, maklumat kepada pekerja, contoh macam arahan tugas, maklumat terkini, so dia dapat mengurangkan kos.” (Informan 52)

Selain itu, media sosial juga membantu dalam memudahkan pekebun kecil dalam mengekalkan status pensijilan MSPO (18.03%). Namun, agak menyedihkan kerana 80.33% informan masih tidak mempunyai sijil MSPO. Ini mencerminkan masih ramai informan tidak peka tentang kepentingan pemilikan sijil ini yang menilai dan memantau pengeluaran minyak sawit yang mampan (Rizal et al., 2023). Ini boleh dilihat menerusi kenyataan informan:

“Ya, sebab kemungkinan proses untuk mendapatkan persijilan MSPO ni dia boleh berubah-ubah. Jadi dengan adanya media sosial saya dapat dapat tahulah dari semasa ke semasa pasal status tu.” (Informan 49)

Selanjutnya, media sosial juga dapat membantu pekebun kecil bagi menyelesaikan sebarang masalah tentang pengurusan kebun sawit mereka. Antara caranya adalah seperti bertanya kepada Felda, orang yang pakar atau pekebun kecil lain di media sosial bagi mencari jalan penyelesaian. Dalam kata lain, media sosial mampu menjadi tempat rujukan (47.54%) dan wadah bagi memberikan pandangan (34.43%). Antara informan mengatakan:

“Media sosial mampu macam dia orang kan pekebun-pekebun kecil share masalah dia orang So dia orang pun share lah solution daripada masalah dia orang tu so kita just follow. Okay so bila kita search pun keluar apa yang masalah orang tu so kita pun tengok.” (Informan 35)

Penggunaan media sosial turut membantu pekebun kecil meningkatkan kemahiran promosi, pemasaran dan pengiklanan aktiviti kebun sawit mereka (31.15%). Sebagai contoh:

“Untuk pemasaran ni saya menggunakan, bila saya dah banyak post pasal aktiviti kelapa sawit saya. Jadi makin lama saya, contohnya saya pakai TikTok kan. Makin lama saya pakai TikTok tu, saya jadi lebih cekap nak pakai. Sebab saya dah tahu nak pakai template apa sesuai. Saya tahu durasi ataupun tempoh video yang sesuai untuk saya upload.” (Informan 49)

Di samping itu, media sosial juga mampu meningkatkan kemahiran perundingan pekebun kecil dengan pelbagai pihak sama termasuklah dari segi harga dan masa yang berkaitan aktiviti kebun sawit mereka (57.38%). Antara pendapat informan adalah:

“Untuk perundingan ni saya akan saya akan punya deal dengan pembekal banyak pakai WhatsApp. Jadinya kalau pakai teks ni saya dapatlah brainstorm sikit ayat-ayat yang saya nak untuk saya dapatkan untuk saya tawarlah dengan dia kan harga yang lebih yang saya nak. Haa Itulah.” (Informan 49)

“Bila adanya media sosial ni mestilah kita akan promote barang kita dan orang akan beli. Bila berlakunya situasi contoh kita kita akan ada tawar menawar harga kontrak kita tetapkan tarikh untuk deal macam tu.” (Informan 51)

Seperkara yang menarik adalah penggunaan media sosial dapat meningkatkan jenama dan keterlihatan pekebun kecil (37.70%) iaitu menjadikan mereka lebih dikenali oleh masyarakat umum. Dalam masa yang sama, pendedahan terhadap maklumat berkaitan kelapa sawit kepada orang ramai turut meningkat (31.15%), manakala imej pekebun sebagai usahawan yang komited dan telus juga turut diperkukuh (31.15%) seperti kenyataan berikut:

“Semestinya bila kita dah ada account, kita akan upload. Ramai yang akan tengok, ramai yang akan follow kita dan sejak pada tu jenama kita akan start naik, orang akan cari kita, orang akan nampak kita ni adalah sebuah perniagaan yang telus dan komited dan reputasi kita pun akan mencanak naik.” (Informan 42)

Berkaitan dengan hubungan pekebun kecil dengan pelanggan, penggunaan media sosial menambahbaik kualiti perkhidmatan (29.51%), memperbaiki hubungan dengan pelanggan (27.87%), mendapatkan maklum balas pelanggan (26.23%) dan meningkatkan kesetiaan pelanggan (16.39%). Contohnya:

“Dia dapat memperbaiki kualiti perkhidmatan dari segi komunikasi secara langsung dan secara responsif. Contoh macam media sosial ni bolehkan saya berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan untuk jawab soalan, beri cadangan atau untuk menangani isu itu dengan cepat. So, respon yang cepat itu menunjukkan komitmen terhadap kualiti perkhidmatan yang saya tawarkan.” (Informan 52)

Sebenarnya, penggunaan media sosial juga menggalakkan pekebun kecil menjadi pengambil risiko dan melakukan inovasi (34.43%), mengekalkan pekebun kecil dalam perniagaan (32.79%), membolehkan pekebun mendapatkan maklumat semasa (37.70%) dan membolehkan pekebun memohon serta menerima bantuan atau insentif yang ditawarkan oleh pelbagai pihak (45.90%), memudahkan pekebun kecil menjana pendapatan sampingan (24.59%) seperti menjual kuih, biskut dan kek menerusi media sosial (27.87%). Malah, media sosial bukan hanya membantu menyelesaikan masalah (22.95%), tetapi ia juga berupaya menjaga hal ehwal dan hubungan baik dalam kalangan ahli persatuan berasaskan sawit (18.03%).

Dari segi ekonomi, kajian Yusoff (2021) dan Sum et al. (2023) menyokong bahawa ia dapat menjimatkan kos, meningkatkan hasil dan produktiviti ia turut menegaskan bahawa akses kepada maklumat digital dapat menggalakkan urus niaga dan membuka peluang pendapatan baharu. Namun, terdapat sebahagian informan yang menyatakan maklumat daripada media sosial tidak memberi kesan besar kerana

mereka bergantung sepenuhnya kepada Felda. Hal ini menunjukkan percanggahan kecil dengan dapatan Stella et al. (2021) yang menekankan bahawa digitalisasi sentiasa meningkatkan kecekapan operasi.

Teknologi

Platform media sosial yang biasa digunakan pekebun kecil adalah Facebook, WhatsApp dan Youtube (26.82%) serta Tiktok dan Google (24.39%). Ini mencerminkan Whatsapp kerap digunakan untuk menjalankan aktiviti berhubung dengan orang lain di Malaysia. (Rahman et al., 2021) Ini dapat dilihat daripada kenyataan berikut:

“Semestinya bila saya pilih platform YouTube, TikTok ni. Dia buka peluang baru. Dia bagi saya belajar tentang persaingan. Buka pasaran untuk saya iklan yang lebih banyak dan ni dan baik. Lepas tu menaikkan image, jimat kos lagi dengan masa. Dalam usaha kita nak jaga pemasaran, jenama, perkhidmatan tu. Lepas tu sesuai lah dengan proses dan operasi kita. Banyak lah kita boleh belajar.” (Informan 34)

Mereka memilih platform tersebut kerana memperoleh maklumat dengan cepat (20.83%) dan menjimatkan masa mencari maklumat (16.67%) seperti kenyataan informan:

“Ya, lebih memudahkan sebab penyampaian maklumat yang cepat.” (Informan 3)

Selain itu, platform media sosial tersebut juga dapat membuka peluang baru (12.5%) kerana ia menambahkan pengetahuan pekebun untuk menceburi bidang lain. Sebagai contoh:

“Bagi peluang baru ini, mungkin ya dari saya banyak sangat bagi peluang baru sebab saya boleh tahu dekat ladang kelapa sawit ini apa jenis aktiviti-aktiviti perladangan lain yang boleh saya buat dan cara-cara pemasaran yang baru-baru.” (Informan 58)

Bagi platform yang biasa digunakan untuk berhubung dengan pekerja pula ialah (36.07%) serta kombinasi WhatsApp dan panggilan telefon (27.87%). Tetapi terdapat juga informan yang akan bersemuka dengan pekerja (22.95%) seperti pandangan berikut:

“Biasa saya akan jumpa dia punya ni lah ketua lah seorang lepas tu yang dia tu dia sendiri lah dia settle dengan yang lain.” (Informan 36)

Ini menunjukkan bahawa informan cenderung berjumpa dengan salah seorang pekerja sahaja untuk mengawasi pekerja-pekerja lain bagi memudahkan urusan di kebun sawit. Namun begitu, informan gemar menggunakan Whatsapp dan panggilan telefon sahaja bagi menghubungi pihak lain (19.67%). Selain itu, media sosial dipilih oleh informan dalam urusan operasi kebun sawit disebabkan ia popular (29.51%), mudah dan selesa (22.95%) serta terdapat banyak pilihan media sosial yang boleh digunakan (36.07%). Bagi faktor teknologi, penggunaan aplikasi seperti WhatsApp, Facebook dan TikTok yang berpengaruh dalam kalangan pekebun kecil menyokong dapatan Peng et al. (2021, 2024) yang mendapati media sosial telah mengubah corak komunikasi pertanian dengan lebih interaktif dan efisien. Hal ini juga disokong oleh Ariyanto et al. (2020) yang menekankan kelebihan pekebun kecil yang mengadaptasi teknologi moden.

Pengurusan

Berkaitan dengan pengurusan kebun, 49.18% informan menyokong dan berminat menggunakan media sosial dalam urusan kebun. Malah, informan biasanya menghantar pesanan kepada pekerja menerusi Whatsapp dan panggilan telefon (26.22%). Bukti kerja juga biasa dihantar melalui media sosial (24.59%). Sebagai contoh:

“Tulis WhatsApp senang WhatsApp ataupun call. Tengok tempatlah. Kalau tempat takde line, WhatsApp. Ada line, kita call je. Macam gaji kan kita bagitahu harini kita dah gaji. Tapi semua dah bank in cuma kita bagitahu lah call dengan WhatsApp.” (Informan 1)

“Biasanya gambar saja sebagai bukti pekerja yang dah siap kerja, buat kerja itu, update, stalk semua macam itulah.” (Informan 46)

Manakala bentuk komunikasi dengan pekerja melalui media sosial yang sering digunakan oleh informan adalah mesej dan voice message (34.43%) serta WhatsApp, panggilan telefon dan gambar (32.79%). Pada pendapat informan, penggunaan media sosial menjadikan gaya kepimpinan mereka lebih cekap (37.70%) dan berkesan (32.79%). Malahan, informan menjelaskan penggunaan media sosial lebih mudah (34.43%), menjimatkan (32.79%) serta mudah akses dan cepat (27.87%) berbanding kaedah komunikasi tradisional. Antara pandangan informan:

“Kalau macam saya maklumkan tadi, kalau melalui online bila kita berinteraksi dengan pekerja, sekali memang kita jimat segala aspek. Cuma beza dia, kita kena ada internet yang strong. Kadang-kadang ada miscommunication di situ. Tapi kalau kita face to face, memang ada sedikit cost untuk pergerakan minyak dan sebagainya energy. Tapi perbualan kita itu tidak terhad. Saya prefer kalau ada meeting yang lebih besar ke dan sebagainya. Better face to face. Tapi sebab sekarang ni banyak yang dah online kan. Dia bergantung pada individu. Kalau yang setakat info-info semasa, by whatsapp, better.” (Informan 47)

Persekitaran

Berkait dengan faktor persekitaran iaitu tentang hubungan pekebun kecil dengan pihak lain, pekebun kecil banyak menggunakan media sosial untuk menghubungi Felda dalam soal pengurusan kebun sawit (31.15%), memberi bukti bayaran dan terimaan barang (18.03%) serta mesyuarat dalam talian dan tangkap layar (14.75%). Hubungan dengan pihak luar juga banyak dibuat dalam bentuk mesej, voice note, panggilan video dan video (62.30%) seperti kenyataan berikut:

“Pesanan mesej, suara, video dan lain-lain. Diuruskan oleh felda juga.” (Informan 26)

Pekebun kecil memilih untuk menggunakan media sosial dalam hubungan dengan pihak luar kerana ia fleksibel (24.59%), cepat dan mudah (22.95%) serta pantas, luas dan efisien (21.31%). Malah pekebun kecil menegaskan bahawa media sosial lebih cekap dan jimat (24.59%) berbanding kaedah komunikasi tradisional. Tetapi seperkara yang perlu diberi perhatian hanya segelintir pekebun sahaja yang menggunakan media sosial untuk mencari pembekal (21.31%). Malah hanya 32.70% informan sahaja yang ada memuat naik dan berkongsi senarai pembekal di media sosial. Begitu juga hanya sedikit pekebun yang ada memuat naik maklumat tentang pengalaman (14.75%) dan proses pengeluaran sawit (9.83%) di media sosial. Jadi, sebagai pengeluar sawit, maka seharusnya pekebun sawit digalakkan untuk berkongsi lebih maklumat berkaitan sawit di media sosial.

Dari segi pengurusan, hasil kajian menunjukkan media sosial membantu pekebun kecil menyampaikan arahan, bukti kerja dan mengurus pekerja dengan lebih cepat dan murah. Dapatan ini selari dengan Salman (2020) yang menegaskan bahawa penggunaan teknologi komunikasi baharu mengoptimumkan pengurusan sumber serta memudahkan perkongsian amalan terbaik.

Perbincangan

Dapatan kajian menunjukkan dari aspek maklumat dan pengetahuan, pekebun kecil menggunakan media sosial untuk mencari maklumat berkaitan baja, harga sawit, bantuan dan pinjaman berkaitan sawit. Maklumat tersebut biasanya diperolehi melalui akaun persatuan, pekebun lain, laman web dan Felda. Seterusnya, dari aspek ekonomi, maklumat berkaitan sawit daripada media sosial dapat menjimatkan kos, meningkatkan hasil serta menambah produktiviti. Malah, maklumat pengeluaran produk lain daripada media sosial juga digunakan oleh pekebun kecil bagi menjana pendapatan. Menurut Ab Rahman et al. (2024), pekebun kecil semakin ramai melibatkan diri dalam aktiviti jual beli produk selain sawit untuk kestabilan pendapat mereka. Selain itu, media sosial juga dapat membantu pekebun kecil bagi menyelesaikan sebarang masalah tentang pengurusan kebun sawit mereka dengan bertanya kepada Felda, orang yang pakar atau pekebun kecil lain di media sosial.

Malah, media sosial membantu pekebun kecil membuat promosi aktiviti di kebun sawit mereka serta meningkatkan kemahiran perundingan pekebun kecil dengan pelbagai pihak.

Selanjutnya, dari aspek teknologi, aplikasi *Facebook*, *Whatsapp* dan *Tiktok* merupakan antara platform media sosial penting yang banyak digunakan oleh pekebun memandangkan ia menjimatkan masa dan cepat dapat menyampaikan maklumat. Namun, dalam hubungan dengan pekerja, pekebun lebih banyak menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan panggilan telefon. Hal ini kerana, pengguna internet di Malaysia lebih memilih untuk menggunakan aplikasi *WhatsApp* sebagai aplikasi komunikasi mereka berbanding aplikasi yang lain (Peng et al., 2024). Selain itu, berkaitan aspek pengurusan, pekebun dilihat menggunakan media sosial untuk menghantar pesanan dan bukti kerja. Begitu juga dengan aspek persekitaran, pekebun kecil cenderung menggunakan media sosial dalam memberi bukti bayaran dan terimaan barang serta mesyuarat dalam talian dan tangkap layar.

Kesimpulan

Penggunaan media sosial dilihat semakin penting dalam memperkukuh pengetahuan, meningkatkan pengeluaran serta menjana pendapatan tambahan dalam kalangan pekebun kecil sawit (Abu Hassim et al., 2024; Peng et al., 2024). Akses mudah kepada maklumat pertanian melalui media sosial telah membantu pekebun kecil memperoleh ilmu dan teknik baharu berkaitan pembajaan, kawalan perosak dan pemantauan hasil. Walaupun sebahagian besar informan tidak aktif memuat naik kandungan berkaitan pertanian tetapi mereka masih bergantung kepada platform seperti aplikasi *WhatsApp* dan *Facebook* untuk mendapatkan maklumat penting berkaitan pengurusan ladang.

Bagi pekebun kecil di bawah pengurusan FELDA, maklumat pengeluaran lebih banyak diperoleh daripada pihak pengurusan berbanding pencarian sendiri melalui media sosial. Kebergantungan ini tidak menafikan peranan penting media sosial sebagai saluran pelengkap dalam menyokong proses membuat keputusan. Kandungan visual seperti gambar, video dan infografik yang dikongsi dalam platform digital turut memberi kesan terhadap kefahaman dan penerimaan maklumat (Soelaiman & Ekawati, 2022; Oyza & Edwin, 2015).

Selain itu, penggunaan media sosial juga membuka ruang kepada kepelbagaian ekonomi pekebun kecil melalui aktiviti penternakan dan pertanian lain, yang dapat meningkatkan ketahanan kewangan mereka. Maklumat yang diperoleh juga membantu menjimatkan kos pengeluaran, meningkatkan kecekapan serta mengurangkan kerugian, terutamanya apabila menghadapi turun naik harga sawit. Memandangkan semua pekebun kecil memiliki telefon pintar, ini menandakan bahawa infrastruktur asas teknologi telah tersedia. Namun begitu, usaha pemeraksanaan digital yang bersifat inklusif amat diperlukan agar potensi sebenar media sosial dapat dimaksimumkan oleh pekebun kecil di seluruh negara.

Rentetan itu, media sosial perlu dijadikan sebagai alat rasmi dalam menyampaikan maklumat bagi sektor pertanian. Kerjasama antara pelbagai pihak penting bagi membangunkan media sosial dengan kandungan yang sesuai untuk kegunaan pekebun kecil. Selain itu, pembangunan program latihan literasi digital yang bersasar perlu dilaksanakan bagi memastikan pekebun kecil dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif. Dalam kata lain, teknologi pertanian pintar perlu digabungkan dengan penggunaan media sosial dalam pengurusan dan pemantauan kebun sawit. Hal ini akan dapat meningkatkan kecekapan pengeluaran dan daya persaingan pekebun kecil serta menjamin industri sawit yang mapan. Sebagai contoh, amalan luar negara seperti program BIPOSC di Indonesia yang menyetengahkan latihan, peralatan dan pengetahuan pekebun kecil (Sharma, 2023) dan pendekatan agroforestri di Aceh Tamiang (Reuters, 2024). Namun, adalah dicadangkan integrasi penggunaan media sosial dan kecerdasan buatan dalam kalangan pekebun sawit diambil kira dalam kajian di masa hadapan.

Penghargaan: Penghargaan kepada MPOB atas geran yang telah diberikan bagi kajian ini.

Kenyataan Persetujuan Termaklum: Persetujuan termaklum telah diperolehi daripada semua informan yang terlibat dalam kajian.

Konflik Kepentingan: Penyelidik tidak mempunyai sebarang konflik kepentingan dalam kajian ini.

Rujukan

- Ab Rahman, A. H. A., Abdullah, A., Johari, M. L., Yusoff, S., & Rasli, F. N. (2024). Social media usage and social capital as determinants of oil palm integration practices among smallholders in East Malaysia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(10), 58–73. <https://doi.org/10.14738/assrj.1110.17665>
- Abu Hassim, O., Zulkepli, J., Omar, D., Muhamad, M. R., Ibrahim, M. H., Khair, N., & Yusof, N. M. (2024). Navigating the path to equitable and sustainable digital agriculture among small farmers in Malaysia: A comprehensive review. *International Multidisciplinary Business Review*, 15(1), 19–31. <https://ojs.amhinternational.com/index.php/imbr/article/view/3795/2479>
- Ariyanto, A., Syaukat, Y., Hartoyo, S., & Sinaga, B. M. (2020). Technology adoption and technical efficiency of oil palm smallholder plantation in Riau and West Kalimantan. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 17(3), 239–250. <https://doi.org/10.17358/jma.17.3.239>
- Bernama. (2024, Mei 15). India import 285,829 tan minyak sawit Malaysia bulan lalu. *Berita Harian*. <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2024/05/1247220/india-import-285829-tan-minyak-sawit-malaysia-bulan-lalu>
- Bernama. (2025, May 5). Palm oil exports reach RM114 bln in 2024. *Selangor Journal*. <https://selangorjournal.my/2025/05/palm-oil-exports-reach-rm114-bln-in-2024/>
- Filyntiana, T.A., Zurinah, T. & Arvin Raj, D.M. (2021). Persepsi terhadap penggunaan teknologi moden dalam penanaman kelapa sawit. *e-Bangi Journal of Social Sciences & Humanities*, 18(9), 176-194.
- Hicks, R. (2024, Oktober 10). Can regenerative agriculture save Southeast Asia's rainforests from palm oil? *Reuters*. <https://www.reuters.com/sustainability/land-use-biodiversity/can-regenerative-agriculture-save-southeast-asias-rainforests-palm-oil-2024-10-10/>
- International Labour Organization. (2023). *Data employment-Palm oil sector Malaysia*. <https://webapps.ilo.org/ievaldiscovery/files/file/1537140>
- Loladze, A. (2024). Improving smallholder oil palm practices with precision agriculture. *Agri Global Solutions*. <https://www.agriglobalsolutions.com/updates-insights/improving-smallholder-oil-palm-practices-with-precision-agriculture>
- Mohd Hamizi. (2023). Penggunaan media sosial sebagai media baharu dan impaknya terhadap masyarakat Malaysia. *Jurnal Perspektif*, 15, 24–37. <https://ojs.upsi.edu.my/index.php/PERS/article/view/8877>
- Nurul Hanis Izmir. (2023, November 16). Eksport minyak sawit Malaysia ke China meningkat pada 2023. TPM Fadhilah. *Bernama*. <https://www.bernama.com/bm/news.php?id=2245072>
- Oyza, I., & Edwin, A. M. (2015). Effectiveness of social media networks as a strategic tool for organizational marketing management. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 01(S2). <https://doi.org/10.4172/1204-5357.S2-006>
- Peng, T. S., Lyndon, N., Hashim, K., & Aman, Z. (2021). The role of social media applications in palm oil extension services in Malaysia. *Akademika*, 91, 145–156. <https://journalarticle.ukm.my/18483/>
- Peng, T. S., Lyndon, N., Humaira Ma Taib, Basaruddin, N. H., Aman, Z., Gan, S., & Tahir, Z. (2024). How does information and communication technology (ICT) affect oil palm agricultural practices? *Geografia - Malaysian Journal of Society and Space*, 20(3). <https://doi.org/10.17576/geo-2024-2003-07>
- Phung, A. (2025, Mei 5). Malaysia's RM114 billion palm oil industry charts path to profitable sustainability. *Business Today*. <https://www.businesstoday.com.my/2025/05/05/malaysias-rm114-billion-palm-oil-industry-charts-path-to-profitable-sustainability/>
- Rahim, A. A., Lee, P., & Basri, R. (2023). Early detection of red palm weevil using UAV and deep learning models. *arXiv Preprint*. <https://arxiv.org/abs/2306.16862>

- Rahman, A. H. A., Abdullah, A., Selvadurai, S., Zakaria, S. Z. S., Lyndon, N., & Abidin, K. (2021). Social media literacy among oil palm smallholders in East Malaysia and association with oil palm integration practices. *Sustainability*, 13(24), 13802. <https://doi.org/10.3390/su132413802>
- Rizal, A. R. A., Nordin, S. M., & Rashid, R. A. (2023). Adoption of sustainability practices by smallholders: Examining social structure as determinants. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(2), 227–247. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2023-3902-13>
- Salman, A., Saad, S., Abdullah, M. Y., Mohamad Salleh, M. A., & M. S., S. (2020). Diffusion of oil palm farming innovation amongst smallholders. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 7(3), 45–54. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2020.03.006>
- Sharma, D. (2023, Disember 2). Regenerative agriculture for palm oil smallholders. *Musim Mas*. <https://www.musimmas.com/resources/blogs/regenerative-agriculture/>
- Soelaiman, L., & Ekawati, S. (2022). The role of social media in enhancing business performance. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 653, 400–404. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.060>
- Stella, N., Ginting, B., Saidin, O. K., & Azwar, T. K. D. (2021). Oil palm industry digitalization for sustainable plantation production in community economic development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 782(3), 032066. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/782/3/032066>
- Sum, S. M., Omar, M. Y., Ramli, Z., Manaf, A. A., & Zainol, R. M. (2023). Hubungan modal sosial terhadap aktiviti ekonomi pekebun kecil sawit. *Malaysian Journal of Society and Space*, 19(4). <https://doi.org/10.17576/geo-2023-1904-15>
- Suraiya, I., Ahmad Raflis, C.O., & Azima, A.M. (2022). Faktor Mempengaruhi Pendapatan Sawit: Perspektif Pekebun Kecil. *e-Bangi Journal of Social Sciences & Humanities*, 19(6), 1-14.
- Tran, C. U., Limnirankul, B., Kramol, P., Sen, L. T. H., Hung, H. G., Kanjina, S., & Sirisunyaluck, R. (2024). Social media adoption for agricultural development: Insights from smallholders in Central Vietnam. *Information Development*, 40(1), 1-10 <https://doi.org/10.1177/02666669241261355>
- Widiastuti, R. (2021). Digital agriculture development: Case study from TaniHub in Indonesia. *FAO Digital Agriculture Report*. <https://www.fao.org/3/cb7213en/cb7213en.pdf>
- Yusoff, N. H., Er, A. C., Tambi, N., & Abas, A. (2021). A scoping review of wellbeing and quality of life among oil palm smallholders. *Malaysian Journal of Society and Space*, 18(Special Issue 2), 11. <https://www.researchgate.net/publication/350004615>