

RINGKASAN

Yuliani Widiningtyas. 0910440220. Analisis *Perceived Quality* Produk Benih Semangka di Desa Kedungrejo, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang. Di bawah bimbingan Ir. Agustina Shinta H.W, MP sebagai Pembimbing Utama, dan Riyanti Isaskar, SP., M.Si sebagai Pembimbing Pendamping

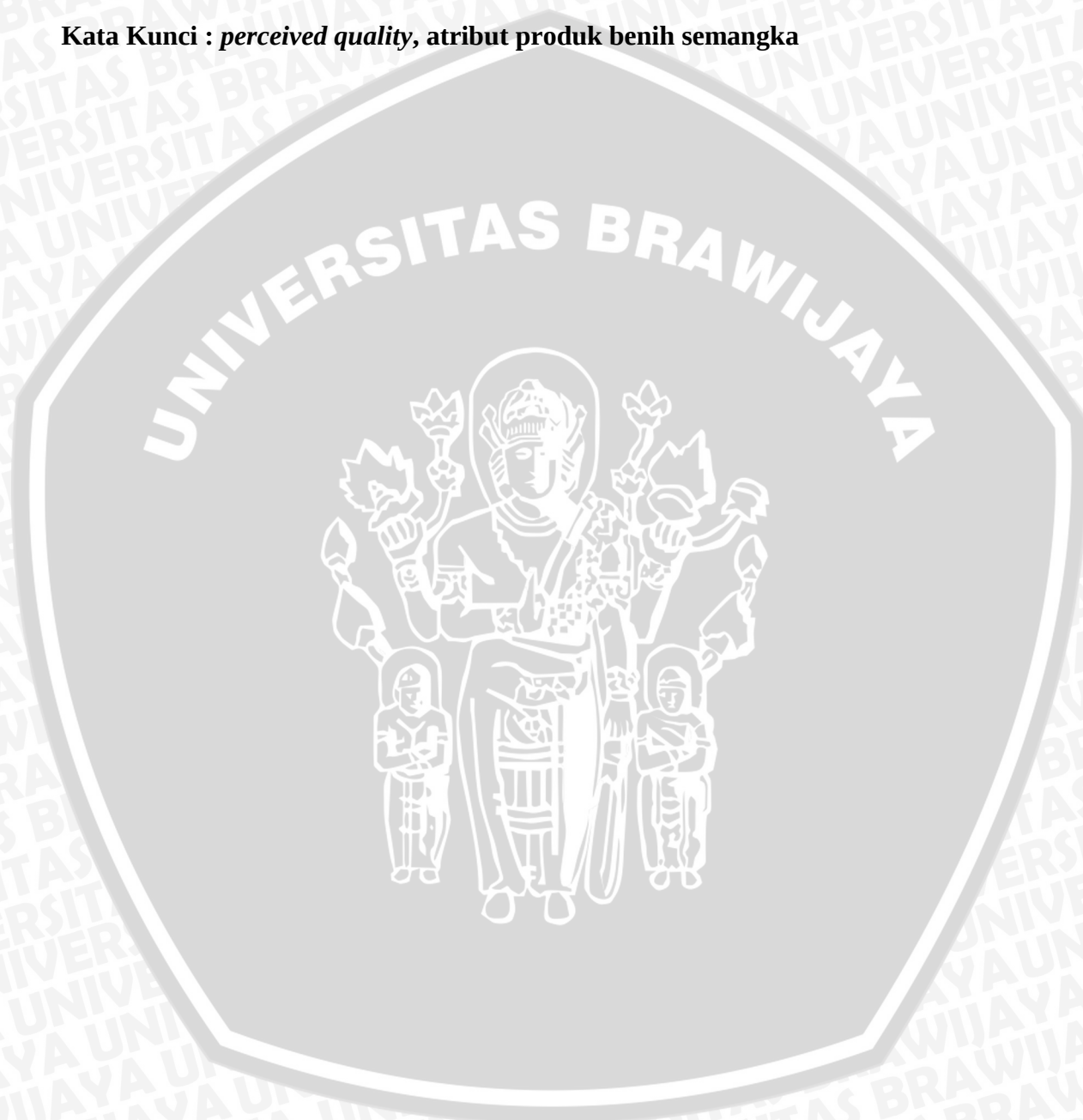
Kebutuhan akan buah-buahan menjadi semakin meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk yang sangat pesat setiap tahunnya sehingga dapat menimbulkan persoalan dalam hal penyediaan buah-buahan. Dalam hal ini apabila jumlah penduduk yang bertambah maka tingkat konsumsinya juga akan semakin meningkat. Dengan demikian produksi buah berpeluang untuk terus meningkatkan produksi dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsi dan memenuhi kebutuhan gizi penduduk di Indonesia. Salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi buah adalah meningkatkan produksi buah-buahan seperti pada buah semangka. Untuk meningkatkan hasil produksi buah semangka, dalam proses budidaya tidak dapat terlepas dari salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas buah semangka yaitu produk input usahatani seperti benih salah satunya. Dalam hal ini petani semangka sebagai pengguna benih muncul suatu persepsi kualitas produk terhadap konsumen dari merek benih yang telah digunakan. Setiap petani semangka mempunyai persepsi tersendiri dalam memutuskan pembelian merek benih semangka yang dirasa dapat menghasilkan produksi buah yang bermutu dan berkualitas tinggi. Pembentukan persepsi kualitas produk benih pada petani semangka akan memberikan keuntungan bagi setiap perusahaan untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen sebagai pengguna terakhir/pengonsumsi hasil semangka tidak dapat disalahkan ketika mereka memilih semangka yang kualitasnya tinggi.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang ditetapkan oleh petani semangka pada produk benih semangka, (2) menganalisis *perceived quality* (persepsi kualitas) produk benih semangka pada petani semangka, (3) mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang perlu dibenahi oleh perusahaan pada produk benih semangka berdasarkan persepsi kualitas petani. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja, yaitu pada Desa Kedungrejo, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) analisis kualitatif untuk mendeskripsikan karakteristik responden petani semangka di daerah penelitian, (2) analisis kuantitatif yang terdiri dari Uji Cochran Q, analisis *perceived quality* dan pemetaan posisi produk. Untuk uji instrumen kuisioner dengan menggunakan uji reabilitas dan validitas.

Hasil dari penelitian adalah berdasarkan hasil uji Cochran Q terdapat 10 atribut yang dipertimbangkan petani dari 13 atribut yang ditetapkan. Atribut tersebut yaitu daya tumbuh, merek, kemasan, label, harga, benih bermutu, cepat dan mudah berbuah, tahan terhadap penyakit dan cuaca, kemudahan memperoleh benih dan produksi buah. Untuk hasil analisis *perceived quality* diperoleh persepsi kualitas produk benih semangka oleh petani semangka tertinggi adalah pada merek Aura Kuning dan Bangkok Flower dengan PQ relatif sebesar 1,01 lebih tinggi dibandingkan ketiga merek lainnya. Untuk hasil pemetaan posisi produk

diperoleh hasil bahwa atribut produk benih semangka yang perlu dibenahi oleh perusahaan adalah untuk merek Aura Kuning dan merek Kidung pada atribut harga, merek Bangkok Flower pada atribut kemudahan memperoleh benih, merek Big Dragon 144 pada atribut kemasan, merek, daya tumbuh, produksi buah, kemudahan memperoleh benih, label, dan tahan terhadap penyakit dan cuaca, merek Sun Flower pada atribut cepat dan mudah berbuah dan produksi buah.

Kata Kunci : *perceived quality*, atribut produk benih semangka



SUMMARY

Yuliani Widiningtyas. 0910440220. Perceived Quality Products Analysis of Watermelon Seed in Kedungrejo Village, Megaluh District, Jombang. Under the guidance of Ir. Agustina Shinta HW, MP as the Main Supervisor, and Riyanti Isaskar, SP., M.Si as Assistant Supervisor

The need for fruits to be increased along with the number of rapidly human growth each year so that it can create problems in terms of the provision of fruits. In this case, if the population increases, the level of consumption will also increase. Thus, the fruit production has a chance to increase the fruit production in order to meet consume and nutritional needs of the population in Indonesia. One solution to meet the needs of fruit consumption is increasing the production of watermelon. To increase watermelon production, the cultivation process cannot be separated from one of the factors that affect the quality of watermelon fruit farm input products such as seeds. In this case, the farmer as the user of watermelon seeds has perception on quality of a product to consumers toward the brand of seed that has been used. Each watermelon farmer has their own perception on the brand of seeds in the purchase decision on seeds that can produce high quality fruit production. Formation of perceptions of product quality of watermelon seeds to farmers will benefit each company to find out what consumers want. Consumer as the last user/ consumer of watermelon cannot be blamed when they choose high quality watermelons.

The purpose of this study is (1) identify the attributes of what is defined by watermelon growers in watermelon seed products, (2) analyze the perceived quality seed of watermelon products on the watermelon farmers, (3) identify the attributes of what that need to be addressed by the company on watermelon seed products based on farmer's perception on quality. Location determination is done intentionally in Kedungrejo Village, Megaluh District, Jombang. Data analysis methods used in this study were (1) qualitative analysis in order to describe the characteristics of watermelon farmers as respondent in the study area, (2) quantitative analysis consisting of the Cochran Q test, perceived quality analysis and positioning mapping product. To test the questionnaire instrument, reliability and validity test was used.

Results of the study are based on the results of the Cochran Q test found 10 attributes that be considered by farmers from 13 set attributes. The attributes of the power grows, branding, packaging, labeling, pricing, seeds quality, fast and easy to fruition, resistant to disease and weather, ease of obtaining seed and fruit yield. For the analysis of perceived quality obtained perceptions of quality product of watermelon seed by watermelon farmers highest for Yellow Aura brand and Bangkok Flower with relatively PQ of 1.01 is higher than the other three brands. For the mapping of the position of the product, results was obtained that watermelon seed product attributes that need to be addressed by the company is pricing for Yellow Aura and Kidung brand. Ease of obtaining seed attribute for Bangkok Flower brand. Attributes of packaging, ability to grow, fruit production, ease of obtaining seeds, labeling, and resistant to disease and weather for Big

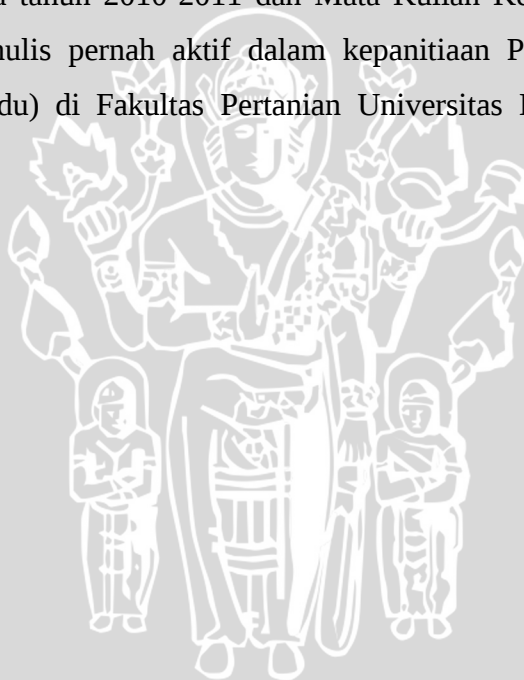
Dragon 144 brands. Sun Flower owns for the attributes of quick and easy fruit and fruit production.

Keywords: perceived quality, product attributes watermelon seeds



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jombang pada tanggal 14 Juli 1991 sebagai putri kedua dari dua bersaudara dari Bapak Slamet Partodihardjo dan Ibu Kuswinarni S.Pd. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Jombatan 4 Jombang pada tahun 1997 sampai tahun 2003, kemudian penulis melanjutkan ke SMP Negeri 3 Jombang pada tahun 2003 dan selesai pada tahun 2006. Pada tahun 2006 sampai tahun 2009, penulis melanjutkan studi di SMA Negeri 1 Jombang, dan kemudian pada tahun 2009 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata 1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang melalui jalur PSB. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi asisten praktikum Mata Kuliah Usahatani pada tahun 2010-2011 dan Mata Kuliah Kewirausahaan pada tahun 2012-2013. Penulis pernah aktif dalam kepanitiaan POSTER (Program Orientasi Studi Terpadu) di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2011.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada kita, sehingga pada kesempatan yang berbahagia ini penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Perceived Quality Produk Benih Semangka di Desa Kedungrejo, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang”**

Atas terselesaikannya penyusunan skripsi ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih atas bantuan dan bimbingan kepada :

1. Ibu Ir.Agustina Shinta H.W., MP selaku Dosen Pembimbing Utama
2. Ibu Riyanti Isaskar, SP. Msi selaku Dosen Pembimbing Pendamping
3. Bapak Dr. Ir. Syafrial, MS selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
4. Ibu Dr.Ir. Rini Dwi Astuti.,MS dan Ibu Fahriyah, SP.,M.Si selaku Dosen Penguji.
5. Kedua orang tua dan teman-teman tercinta yang senantiasa memberi dukungan moral dan spiritual
6. Semua pihak yang secara tidak langsung telah membantu terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap penyusunan skripsi ini sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan laporan untuk selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang memerlukannya.

Malang, 22 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
 II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Tinjauan Umum Benih	10
2.3. Tinjauan Umum Semangka	11
2.3.1. Gambaran Umum Semangka	11
2.3.2. Klasifikasi Tanaman Semangka	12
2.3.3. Morfologi Tanaman Semangka	12
2.4. Tinjauan Pemasaran.....	14
2.4.1. Pengertian Pemasaran.....	14
2.4.2. Bauran Pemasaran	15
2.5. Atribut Produk	18
2.5.1. Pengertian Atribut Produk	18
2.5.2. Komponen Atribut Produk	18
2.6. Tinjauan Merek.....	20
2.6.1. Pengertian Merek.....	20
2.6.2. Manfaat Merek.....	21
2.7. Rantai Arti Akhir Pengetahuan Produk Konsumen.....	21
2.7.1. Pengetahuan Produk	21
2.7.2. Rantai Arti Akhir Produk.....	22

2.8. Strategi Produk	23
2.9. Perilaku Konsumen	24
2.9.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
2.9.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.10. Persepsi Konsumen	27
2.11. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas).....	28
2.12. Tinjauan Cochran Q Test.....	30

III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran	32
3.2. Hipotesis	37
3.3. Batasan Masalah	37
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Atribut	37

IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi	47
4.2. Metode Penentuan Responden.....	47
4.3. Metode Pengumpulan Data	48
4.4. Metode Analisis Data	49
4.4.1. Analisa Kualitatif.....	49
4.4.2. Analisa Kuantitatif.....	49
4.4.3. Uji Instrumen Kuisioner	53

V. PEMBAHASAN

5.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian	55
5.1.1. Kondisi Geografis dan Batas Wilayah.....	55
5.1.2. Luas Wilayah dan Tata Guna Lahan.....	55
5.2. Keadaan Demografi Lokasi Penelitian	56
5.2.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	56
5.2.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Golongan Umur.....	56
5.2.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
5.2.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian	57
5.3. Karakteristik Responden.....	58
5.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	58
5.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
5.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59

5.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	60
5.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran.....	61
5.3.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan	61
5.3.7. Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi	62
5.3.8. Persentase Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Benih.....	63
5.3.9. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Merek Benih Semangka yang Digunakan	63
5.4. Atribut yang Dipertimbangkan oleh Petani Semangka	65
5.5. Analisis <i>Perceived Quality</i>	67
5.6. Atribut yang Perlu Dibenahi oleh Perusahaan Benih Semangka	73
5.6.1. Peta Posisi Atribut Daya Tumbuh pada Produk Benih Semangka.....	75
5.6.2. Peta Posisi Atribut Merek Produk pada Benih Semangka.....	76
5.6.3. Peta Posisi Atribut Kemasan pada Produk Benih Semangka.....	78
5.6.4. Peta Posisi Atribut Label pada Produk Benih Semangka	79
5.6.5. Peta Posisi Atribut Harga pada Produk Benih Semangka	80
5.6.6. Peta Posisi Atribut Benih Bermutu pada Produk Benih Semangka.....	81
5.6.7. Peta Posisi Atribut Cepat dan Mudah Berbuah pada Produk Benih Semangka.....	82
5.6.8. Peta Posisi Atribut Tahan Terhadap Penyakit dan Cuaca pada Produk Benih Semangka	84
5.6.9. Peta Posisi Atribut Kemudahan Memperoleh Benih Produk Benih Semangka.....	85
5.6.10. Peta Posisi Atribut Produksi buah pada Produk Benih Semangka.....	86
5.7. Deskripsi <i>Perceived Quality</i> Produk Benih Semangka	87

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	94
----------------------	----

LAMPIRAN.....	97
---------------	----

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkiraan Konsumsi Buah di Indonesia Tahun 2010 – 2015.....	1
2.	Perkembangan Produksi Buah- buahan di Indonesia Tahun 2006 – 2011.....	2
3.	Perkembangan Produksi, Luas Panen dan Produktivitas Buah Semangka di Indonesia Tahun 2006 - 2011.....	3
4.	Komposisi Gizi Buah Semangka per 100 gram Bahan.....	12
5.	Definisi Operasional Karakteristik Responden.....	39
6.	Definisi Operasional dan Pengukuran Atribut.....	40
7.	Jumlah Responden BerdasarkanTingkat Penggunaan Benih Semangka dari Tahun 2010-2012	48
8.	Luas Wilayah dan Tata Guna Lahan Desa Kedungrejo.....	55
9.	Jumlah Penduduk di Desa Kedungrejo Berdasarkan Jenis Kelamin .	56
10.	Jumlah Penduduk di Desa Kedungrejo Berdasarkan Golongan Umur	56
11.	Jumlah Penduduk di Desa Kedungrejo Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
12.	Jumlah Penduduk di Desa Kedungrejo Berdasarkan Mata Pencaharian	57
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	59
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	59
16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	60
17.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran.....	61
18.	Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan	62
19.	Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi	62
20.	Persentase Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Benih	63
21.	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Merek Benih Semangka yang Digunakan	64
22.	Hasil Uji Cochran Q Untuk Atribut Produk Benih Semangka	65
23.	Skor Tingkat Kepentingan dan Skor Performan Produk Benih Semangka di Desa Kedungrejo	68

24. Harga Relatif Produk Benih Semangka di Desa Kedungrejo	70
25. Bobot dan PQ Relatif Produk Benih Semangka di Desa Kedungrejo.....	71
26. Posisi Produk Benih Semangka di Desa Kedungrejo	74



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Tingkatan Rantai Arti Akhir Pengetahuan Produk Konsumen.....	22
2.	Proses Perceptual	27
3.	Skema Kerangka Pemikiran Analisis <i>Perceived Quality</i> pada Petani Semangka	36
4.	Peta Posisi Atribut Daya Tumbuh pada Produk Benih Semangka	75
5.	Peta Posisi Atribut Merek Produk pada Benih Semangka.....	76
6.	Peta Posisi Atribut Kemasan pada Produk Benih Semangka	78
7.	Peta Posisi Atribut Label pada Produk Benih Semangka	79
8.	Peta Posisi Atribut Harga pada Produk Benih Semangka.....	80
9.	Peta Posisi Atribut Benih Bermutu pada Produk Benih Semangka...	81
10.	Peta Posisi Atribut Cepat dan Mudah Berbuah pada Produk Benih Semangka	82
11.	Peta Posisi Atribut Tahan Terhadap Penyakit dan Cuaca pada Produk Benih Semangka.....	84
12.	Peta Posisi Atribut Kemudahan Memperoleh Benih Produk Benih Semangka	85
13.	Peta Posisi Atribut Produksi Buah pada Produk Benih Semangka....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perhitungan Penentuan Pengambilan Sampel.....	97
2.	Uji Cochran Q Test Pengujian Pertama	97
3.	Uji Cochran Q Test Pengujian Kedua.....	99
4.	Uji Cochran Q Test Pengujian Ketiga	101
5.	Uji Cochran Q Test Pengujian Keempat.....	103
6.	Uji Validitas (Tingkat Kepentingan)	105
7.	Uji Validitas (Atribut Produk Merek Aura Kuning).....	106
8.	Uji Validitas (Atribut Produk Merek Kidung).....	107
9.	Uji Validitas (Atribut Produk Merek Bangkok Flower).....	108
10.	Uji Validitas (Atribut Produk Merek Big Dragon 144).....	109
11.	Uji Validitas (Atribut Produk Merek Sun Flower)	110
12.	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kepentingan).....	111
13.	Hasil Uji Validitas (Atribut Produk Merek Aura Kuning)	112
14.	Hasil Uji Validitas (Atribut Produk Merek Kidung)	113
15.	Hasil Uji Validitas (Atribut Produk Merek Bangkok Flower).....	114
16.	Hasil Uji Validitas (Atribut Produk Merek Big Dragon 144).....	115
17.	Hasil Uji Validitas (Atribut Produk Merek Sun Flower).....	116
18.	Uji Reabilitas (Tingkat Kepentingan).....	117
19.	Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Aura Kuning)	118
20.	Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Kidung)	119
21.	Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Bangkok Flower)	120
22.	Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Big Dragon 144).....	121
23.	Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Sun Flower).....	122
24.	Hasil Uji Reliabilitas (Tingkat Kepentingan)	123
25.	Hasil Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Aura Kuning).....	124
26.	Hasil Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Kidung).....	125
27.	Hasil Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Bangkok Flower).....	126
28.	Hasil Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Big Dragon 144)	127
29.	Hasil Uji Reabilitas (Atribut Produk Merek Sun Flower)	128

30. Hasil Analisis PQ (<i>Perceived Quality</i>)	129
31. Perhitungan Analisis PQ (<i>Perceived Quality</i>)	132
32. Perhitungan Peta Posisi Produk	133
33. Lembar Kuisioner Penelitian	134

