V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

5.1.1 Kondisi Geografis dan Batas Administrasi

Secara greografis Desa Dadapan terletak pada posisi 7°21'-7°31' Lintang Selatan dan 110°10'-111°40' Bujur Timur. Topografi ketinggian desa ini adalah berupa dataran sedang yaitu sekitar 650m di atas permukaan air laut. Berdasarkan data BPS kabupaten Malang tahun 2010, selama tahun 2010 curah hujan di Desa Dadapan rata-rata mencapai 1.400 mm. Curah hujan terbanyak terjadi pada bulan Nopember hingga mencapai 405,04 mm yang merupakan curah hujan tertinggi selama kurun waktu 2000-2010.

Desa Dadapan terletak di wilayah kecamatan Wajak Kabupaten Malang dengan posisi dibatasi oleh wilayah desa-desa tetangga yaitu sebagai berikut:

a. Di sebelah Utara berbatasan dengan Patokpicis Kecamatan Wajak .
b. Di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Codo Kecamatan Wajak.
c. Di sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Bringin Kecamatan Wajak.
d. Di sebelah Timur berbatasan dengan desa Bambang Kecamatan Wajak.

Jarak tempuh Desa Dadapan ke ibu kota kecamatan adalah 5 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 15 menit. Sedangkan jarak tempuh ke ibu kota kabupaten adalah 30 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 1,5 jam.

Luas wilayah desa Dadapan adalah 512 Ha. Luas lahan yang ada terbagi ke dalam beberapa peruntukan, yang dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, pertanian, perkebunan, kegiatan ekonomi dan lain-lain.

Luas lahan yang diperuntukkan untuk pemukiman adalah 90 Ha. Luas lahan yang diperuntukkan untuk pertanian adalah 153 Ha. Luas lahan untuk ladang tegalan dan perkebunan adalah 368 Ha. Sedangkan untuk fasilitas umum adalah sebagai berikut, untuk perkantoran 0,50 Ha, sekolah 3,50 Ha, olahraga 9,0 Ha.

Wilayah desa Dadapan secara umum mempunyai ciri geologis berupa lahan tanah hitam yang sangat cocok sebagai lahan pertanian perkebunan. Secara presentase kesuburan tanah desa Dadapan terpetakkan yaitu sangat subur 153 Ha, sedang 268 Ha, perkebunan 6,0 Ha.

Berdasarkan data yang masuk tanaman palawija seperti padi, kacang tanah, kacang panjang, jagung, serta tanaman sayur seperti cabe, sawi, timun, tomat, gubis juga mampu menjadi sumber pemasukan yang cukup handal bagi penduduk desa ini. Untuk tanaman perkebunan, jenis tanaman tebu merupakan tanaman handalan. Kondisi alam yang demikian ini telah mengantarkan sector pertanian secara umum menjadi penyumbang Produk Domestik Desa Bruto (PDDB) terbesar yaitu Rp 8.100.860.000 atau hamper 45% dari Produk Desa Bruto (PDDB) desa yang secara total mencapai Rp 1.214.230.000.

Jenis tanah hitam kekuningan desa Dadapan ini menjadi kurang bagus sebagai lahan pemukiman dan jalan, karena cenderung labil. Karenanya masyarakat desa Dadapan masih menyukai rumah tembok dari papan kayu.

5.1.2 Kondisi Kependudukan dan Pendidikan

Berdasarkan data administrasi pemerintahan desa tahun 2010, jumlah penduduk Desa Dadapan adalah 6.606 jiwa, dengan rincian 3336 laki-laki dan 3270 perempuan. Jumlah penduduk demikian ini tergabung dalam 1.681 KK. Berdasarkan informasi kependudukan bahwa penduduk usia produktif pada usia 20-49 tahun Desa dadapan sekitar 3295 atau hampir 45%. Hal ini merupakan modal berharga bagi pengadaan tenaga produktif dan SDM.

Eksisitensi pendidikan adalah satu hal penting dalam memajukan tingkat kesejahteraan masyarakat pada umumnya dan tingkat perekonomian pada khususnya. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka akan mendongkrak tingkat kecakapan masyarakat yang pada gilirannya akan mendorong tumbuhnya keterampilan kewirausahaan dan lapangan kerja baru. Dengan sendirinya akan membantu program pemerintah dalam mengentaskan pengangguran dan kemiskinan. Pendidikan biasanya akan dapat mempertajam sistematik berpikir atau pola pikir individu, selain mudah menerima informasi yang lebih maju dan tidak gagap teknologi. Maka secara tidak langsung juga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat menjadi lebih maju dan berkembang. Berikut adalah tabel yang menunjukkan tingkat rata-rata pendidikan warga desa Dadapan

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Desa Dadapan Kecamatan Wajak Kabupaten Malang

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Tidak Tamat SD	10
2	SD	1284
3	SMP	1225
4	SMA	586
5	PT/Akademi	65
Jumlah		3170

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Dadapan hanya mampu menyelesaikan sekolah di jenjang pendidikan SD dan SMP. Rendahnya kualitas pendidikan di Desa Dadapan, tidak terlepas dari terbatasnya sarana dan prasarana pendidikan yang ada, di samping tentu masalah ekonomi dan pandangan hidup masyarakat. Sarana pendidikan di Desa dadapan baru tersedia pada sekolah SD dan SMP, sementara akses ke pendidikan menengah ke atas berada di tempat lain yang relatif jauh.

5.1.3 Kondisi Pemerintahan Desa dan Sosial

Keberadaan Rukun Tetangga (RT) sebagai bagian dari satuan wilayah pemerintahan Desa Dadapan memiliki fungsi yang sangat berarti terhadap pelayanan kepentingan masyarakat wilayah tersebut, terutama terkait hubungannya dengan pemerintahan pada level di atasnya. Dari kumpulan Rukun Tetangga inilah sebuah Padukuhan (Rukun Warga) terbentuk.

Wilayah Desa Dada[an terbagi di dalam 11 Rukun Warga (RW) yang tergabung di dalam 3 Dusun yaitu Dusun Dadapan, Dusun Pagergunung, Dusun Jangkung yang masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Dusun. Posisi kepala dusun menjadi sangat strategis seiring banyaknya limpahan tugas desa kepada aparat ini.

Dengan adanya perubahan dinamika politik dan system politik di Indonesia yang lebih demokratis, memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk menerapkan suatu mekanisme politik yang dipandang lebih demokratis. Dalam konteks politik lokal Desa Dadapan, hal ini tergambar dalam pemilihan kepala desa dan pemilihan-pemilihan lain yang juga melibatkan warga masyarakat desa secara umum.

Khusus untuk pemilihan kepala Desa Dadapan, sebagaiman tradisi kepala desa di Jawa, biasanya para peserta (kandidat) nya adalah mereka yang memiliki hubungan dengan elit kepala desa yang lama. Hal ini tidak terlepas dari anggapan masyarakat banyak di desa-desa bahwa jabatan kepala desa adalah jabatan garis tangan keluarga-keluarga tersebut. Fenomena inilah yang biasa disebut *pulung* dalam tradisi jawa.

Jabatan kepala desa merupakan jabatan yang tidak serta merta dapat diwariskan kepada anak cucu. Mereka dipilih karena kecerdasaan, etos kerja, kejujuran dan kedekatannya dengan warga desa. Kepala desa bisa diganti sebelum masa jabatannya habis, jika ia melanggar peraturan maupun norma-norma yang berlaku.

Setiap orang yang memiliki dan memenuhi syarat-syarat yang sudah ditentukan dalam perundangan danperaturan yang berlaku, bisa mengajukan diri untuk mendaftar menjadi kandidat kepala desa. Pilihan kepala desa ini bagi warga masyarakat Desa Dadapan seperti acara perayaan desa.

Walaupun pola kepemimpinan ada pada kepala desa namum mekanisme pengambilan keputusan selalu ada pelibatan masyarakat baik lewat lembaga resmi desa seperti Badan Pemusyawaratan Desa maupun lewat masyarakat langsung. Dengan demikian terlihat bahwa pola kepemimpinan di wilayah Desa Dadapan mengedepankan pola kepemimpinan yang demokratis.

Berdasarkan deskripsi fakta di atas, dapat dipahami bahwa Desa Dadapan mempunyai dinamika politik local yang bagus. Hal ini terlihat baik dari segi pola kepemimpinan, mekanisme pemilihan pemimpin, sampai dengan partisipasi masyarakat.

Berkaitan letaknya yang berada di Jawa Timur suasana budaya masyarakat Jawa sangat terasa di Desa Dadapan. Dalam hal ini kegiatan agama Islam

misalnya, suasananya sangat dipengaruhi oleh aspek budaya dan sosial Jawa. Hal ini tergambar dari dipakainya kalender Jawa/Islam, masih adanya budaya nyadran, selametan, tahlilan, mithoni, dan lainnya, yang semuanya merupakan budaya Islam dan Jawa.

Selain itu, di desa Dadapan ini, terdapat kelompok tani yang bernaman Kelompok Tani Sari Alam. Kelompok tani Sari Alam dibentuk pada tahun 1998, wilayahnya mencakup tiga dusun yaitu Dusun Rampal, Dusun Jangkung dan Dusun Pagergunung. Namun petani yang tergabung dalam kelompok tani ini hanya dari Dusun Rampal dan Jangkung, dikarenakan Dusun Jangkung letaknya lebih dekat dengan Desa Patok Picis, sehingga kelompok tani Sari Alam beranggotakan sebanyak 143 petani.

Kehidupan social di desa Dadapan Kecamatan Wajak Kabupaten malang ini sangatlah baik, terbukti dengan adanya kelompok tani Sari Alam yang aktif. Berbagai kegiatan telah dilakukan oleh kelompok tani ini, seperti halnya diskusi masalah pertanian, studi banding dengan para penyuluh pertanian. Terbukti bahwa benih Bintang Asia yang tergolong baru dapat dengan mudah dikenal oleh para petani di desa Dadapan ini melalui para petugas pemasar dari perusahaan.

5.1.4 Mata Pencaharian

Secara umum mata pencaharian warga masyarakat Desa Dadapan dapat terindetifikasi ke dalam beberapa sektor yaitu pertanian, jasa/perdagangan, industry dan lain-lain.

Berdasarkan data pada tabel dibawah, masyarakat yang bekerja di sektor pertanian berjumlah 1.461 orang, yang bekerja di sektor jasa berjumlah 126 orang, yang bekerja di sektor industri 105 orang, dan bekerja di sektor lain-lain 1.125 orang. Dengan demikian jumlah penduduk yang mempunyai mata pencaharian berjumlah 3.664 orang. Dengan melihat data di atas maka angka pengangguran di Desa Dadapan masih cukup banyak. Berdasarkan data lain dinyatakan bahwa jumlah penduduk usia 15-55 yang belum bekerja 175 orang dari jumlah angkatan kerja sekitar 1.615 orang. Angka-angka inilah yang merupakan kisaran angka pengangguran di Desa Dadapan. Berikut adalah jenis pekerjaan dan data jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian:

Tabel 3. Mata Pencaharian Desa Dadapan Kecamatan Wajak Kabupaten Malang

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1	Pertanian	1461
2	Jasa/Perdagangan	
	1. Jasa Pemerintahan	29
	2. Jasa Perdagangan	34
	3. Jasa Angkutan	25
	4. Jasa Keterampilan	33
	5. Jasa lainnya	25
3	Sektor Industri	30
4	Sektor Lain	2125
Jumlah		4454

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Berdasarkan data pada tabel diatas, masyarakat yang bekerja di sektor pertanian berjumlah 1.461 orang, yang bekerja di sektor jasa berjumlah 126 orang, yang bekerja di sektor industri 105 orang, dan bekerja di sektor lain-lain 1.125 orang. Dengan demikian jumlah penduduk yang mempunyai mata pencaharian berjumlah 3.664 orang. Dengan melihat data di atas maka angka pengangguran di Desa Dadapan masih cukup banyak. Berdasarkan data lain dinyatakan bahwa jumlah penduduk usia 15-55 yang belum bekerja 175 orang dari jumlah angkatan kerja sekitar 1.615 orang. Angka-angka inilah yang merupakan kisaran angka pengangguran di Desa Dadapan.

5.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan beberapa ciri atau sifat konsumen yang pernah atau sedang melakukan pembelian benih hortikultura merek Bintang Asia. Dengan karakteristik yang beragam akan mempengaruhi pola piki konsumen terhadap atribut-atirbut dari produk benih merek Bintang Asia.

Metode yang digunakan untuk menganalisis karekteristik responden adalah dengan menggunakan analisis deskriptif. Penelitian mengenai analisis sikap konsumen terhadap pembelian benih hortikultura merek Bintang Asia

dilakukan di desa Dadapan kecamatan Wajak kabupaten Malang dengan jumlah responden sebanyak 60 orang. Responden yang dimaksud adalah petani yang telah menggunakan benih merek Bintang Asia. Pemilihan responden dilakukan secara sengaja, yaitu dengan pengisian kuisioner secara langsung melalui proses wawancara kepada petani yang menggunakan benih Bintang Asia.

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, pendidikan terakhir, lama berusahatani, luas lahan yang dimiliki, pendapatan yang diperoleh. Berikut adalah karakteristik responden.

5.2.1 Berdasarkan Usia Responden

Responden dalam penelitian ini sangat beragam apabilah dilihat dari karakteristik responden berdasarkan umur. Katarakteristik responden dapat diklasifikasikan menjadi empat yaitu : kurang dari 25 tahun, 25 – 35 tahun, 35 – 45 tahun, dan diatas 45 tahun. Berikut merupakan data mengenai karakteristik responden berdasarkan golongan usia.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Golongan Usia

Usia Responden (tahun)	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
≤ 25	13	21,7
25-35	18	30
35-45	18	30
≥ 45	11	18,3

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Pada tabel 4 diatas terlihat bahwa kelompok usia 25 – 35 tahun dan 35 – 45 tahun adalah jumlah responden terbesar yaitu sebanyak 18 orang atau 30%. Diurutan berikutnya pada usia kurang dari 25 tahun yaitu sebanyak 13 orang atau 21,7%. Dan di urutan terakhir pada usia di atas 45 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau 18,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pada masa usia 25 – 45 tahun merupakan usia yang matang untuk seseorang dalam melakukan bidang pekerjaan yang

digeluti, sehingga petani tersebut mencoba produk-produk pertanian baru dengan harapan dapat mencapai hasil yang maksimal. Terlebih pada usia tersebut dorongan kebutuhan yang tinggi, selain itu pekerjaan petani yang menjadi mata pencaharian pokok bagi masyarakat pedesaan pada umumnya.

5.2.2 Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pengetahuan konsumen akan produk benih unggul terutama dalam hal pemilihan benih hortikultura secara langsung maupun tidak akan terkait dengan tingkat pendidikan yang dimiliki petani. Semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen maka akan lebih responsive terhadap informasi, sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Secara rinci karakteristik petani berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 3.

Dari tabel 5 dibawah ini dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan petani di desa Dadapan sebagian besar tingkat pendidikan adalah SD yaitu sebanyak 21 jiwa atau 35%, walaupun ada sebesar 28,3% lulus SMA dan 25% lulus SMP, tetapi masih terdapat 11,7% petani yang tidak tamat sekolah atau tidak menempuh sekolah formal. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan bagi petani di wilayah pedesaan bukan merupakan hal yang penting. Mereka berpedoman bahwa faktor pengalaman usahatani yang dapat menunjang usahanya.

Tabel 5. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir Responden	**Reponden**	
	Jumlah (Jiwa)	**Presentase (%)**
SD	21	35
SMP	15	25
SMA	17	28,3
Lain-lain..	7	11,7

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

5.2.3 Berdasarkan Lama Berusahatani

Kararteristik responden beradsarkan lamanya berusahatani merupakan faktor yang juga tidak kalah pentingnya, karena dapat mempengaruhi suatu pembelian produk. Semakin lama berusahatani maka semakin berpengalaman

seseorang terutama dalam bidang pertanian, dan semakin banyak pengalaman maka seseorang akan lebih memiliki rasa fanatisme terhadap suatu jenis produk yang telah dibeli dan dikenal. Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan lamanya berusahatani.

Tabel 6. Responden Berdasarkan Lamanya Berusahatani

Lama Berusahatani (tahun)	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
≤ 10	22	36,7
10-15	23	38,7
15-20	9	15
≥ 21	6	10

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Dari tabel 6 terlihat bahwa sebagian besar para petani menggeluti bidang pertanian sekitar 10 sampai 15 tahun yaitu sebanyak 38,7%. Di urutan kedua sebanyak 36,7% atau 22 orang dengan lama berusahatani kurang dari 10 tahun. Dan di urutan ketiga sebanyak 15% atau 9 orang dengan lama berusahatani sekitar 15 hingga 20 tahun, sisanya yang berusahtani lebih dari 21 tahun hanya 10% atau 6 orang. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa petani yang berpengalaman minim atau belum lama berusahatani cenderung berpotensi untuk mencoba sesuatu yang baru untuk hasil produksi terbaik.

5.2.4 Berdasarkan Luas Lahan yang Dimiliki

Luas lahan yang dimiliki akan mempengaruhi tingkat pendapatan petani. Jika luas lahan atau sawah semakin besar maka pendapatanpun juga semakin meningkat. Hal tersebut juga berpengaruh terhadapa daya beli petani terhadap benih, jika lahan yang dimiliki semakin besar maka secara otomatis kebutuhan akan benih juga meningkat.

Berdasarkan pada tabel 7 diketahui bahwa luas lahan yang dimiliki sebagian besar kurang dari satu hektar. Presentase tertinggi sebanyak 26,7% atau 16 orang dengan luas lahan kurang 0,5 hektar, sama halnya juga pada luas lahan

0,6 sampai 0,75 hektar sebanyak 26,7% atau 16 orang. Presentase berikutnya yaitu sebesar 25% atau 15 orang dengan luas lahan 0,75 sampai 1 hektar, dan sisanya sebesar 21,7% atau 13 orang memiliki luas lahan lebih dari 1 hektar. Dapat disimpulkan bahwa luas lahan atau sawah tidak berpengaruh terhadap daya beli petani, terbukti dengan luas lahan kurang dari 0,75 Hektar justru lebih banyak mengkonsumsi benih hortikultura Bintang Asia dari pada petani yang memiliki luas lahan lebih dari 1 Hektar. Hal tersebut menunjukkan bahwa luas lahan yang semakin besar belum tentu memiliki kebutuhan benih yang meningkat, karena benih hortikultura merek Bintang Asia yang tergolong masih baru masih belom dikenal masyarakat luas terutama bagi para petani.

Tabel 7. Responden Berdasarkan Luas Lahan yang Dimiliki Responden

Luas Lahan yang Dimiliki (hektar)	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
< 0,5	16	26,7
0,6-0,75	16	26,7
0,75-1	15	25
> 1	13	21,7

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

5.2.5 Berdasarkan Pendapatan yang Diperoleh

Tingkat pendapatan maerupakan pendapatan atau penghasilan dari petani yang didapat dari hasil penjualan hasil panen. Tingkat pendapatan seseorang akan berpengaruh terhadap daya beli terhadap suatu produk, dalam hal ini petani yang membeli dan menggunakan benih merek Bintang Asia. Tingkat pendapatan yang tinggi maka tingkat konsumsi juga akan tinggi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk pendapatan rata-rata perbulan konsumen benih Bintang Asia mayoritas sebesar 1 sampai 2 juta.. Urutan selanjutnya konsumen dengan pendapatan 2 sampai 3 juta sebanyak 23,3% atau 14 orang, dan untuk pendapatan kurang dari 1 juta sebanyak 11,7% atau 7 orang. Sisanya di urutan terakhir dengan pendapatan lebih dari 3 juta sebanyak 6,7% atau 4 orang. Perbedaan pendapatan dari masing-masing petani tersebut dikarenakan adanya perbedaan luas lahan

sehingga berbeda pandapatan yang diperoleh. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan ditunjukkan pada tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pendapatan yang Diperoleh (juta)	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
< 1	7	11,7
1 – 2	35	58,3
2 – 3	14	23,3
> 3	4	6,7

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa tidak selamanya tingkat pendapatan yang tinggi selalu diiringi dengan tingkat konsumsi yang tinggi pula. Terbukti dengan jumlah petani yang paling banyak mengkonsumsi benih Bintang Asia adalah petani yang mempunyai pendapatan sebesar 1 – 2 juta. Hal itu menunjukkan bahwa karakteristik dari konsumen benih Bintang Asia adalah petani golongan menengah, artinya harga benih Bintang Asia masih terjangkau bagi para petani, disamping itu pula petani yang berpenghasilan lebih sedikit mempunyai keinginan untuk mencoba produk baru, dengan harapan menekan biaya pengeluaran tetapi tetap menjaga keberhasilan dalam bertani.

5.3 Gambaran Umum PT. Benih Citra Asia

5.3.1 Sejarah Perusahaan

PT Benih Citra Asia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanian khususnya industri benih tanaman hortikultura yang merupakan hasil pemuliaan tanaman (*plant breeding).* PT Benih Citra Asia berdiri sejak tahun 2006, didirikan oleh putra Indonesia dengan obsesi menjadi pelopor kebangkitan perbenihan nasional.

Untuk mewujudkan kebangkitan perbenihan nasional dan mendukung keberhasilan usaha tani, perusahaan ini terus bekerja keras dalam meneliti dan mengembangkan varietas-varietas baru yang lebih unggul, di sukai pasar,

produksi lebih tinggi, umur genjah, toleran hama penyakit, tahan cuaca, dan transportasi jarak jauh serta kemudahan dalam budidaya.

Produk dari PT. Benih Citra Asia yang dikenal dengan merk "Bintang Asia" merupakan produk benih kemasan tanaman hortikultura antara lain: tomat, cabe, terung, ketimun, oyong, pare, kacang panjang, buncis, semangka dan masih banyak lainnya. Salah satu contoh pada tanaman tomat dengan varietas vadia, Sakinah, Niki F1, Viera, dll. Terdapat dua tipe benih, yakni benih Hibrida (F1) dan benih OP (*open polination*). Benih hibrida adalah benih unggulan yang merupakan hasil dari persilangan langsung dua tanaman sebagai indukan yang berbeda sifatnya dengan perlakuan khusus agar hasil anakannya tumbuh seragam. Sedangkan benih OP merupakan benih unggulan dengan tanaman indukan yang memiliki sifat berbeda tetapi tidak terdapat perlakuan khusus sehingga anakannya juga tidak seragam. Benih di produksi dan di proses dengan pengawasan ketat dari *Quality Assurance* baik di area produksi maupun di area pabrik dengan melakukan pengujian mutu benih di laboratorium dan di lapangan untuk memastikan bahwa benih yang dipasarkan telah memenuhi jaminan mutu yang baik.

PT Benih Citra Asia telah mendapatkan Sertifikat Sertifikasi Sistem Menejemen Mutu Benih Tanaman Pangan dan Hortikultura No. 10 – LSSM BTPH dari lembaga sertifikat sertifikasi sistem menejemen mutu benih tanaman pangan dan hortikultura, direktorat jenderal tanaman pangan dan direktorat jenderal tanaman hortikultura yang menunjukan pengakuan terhadap mutu produk Bintang Asia sesuai standar ISO 9001:2008.

Produk Bintang Asia lebih terjamin legalitasnya karena logo, merk, nama produk, dan desain kemasan di patenkan di Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Produk-produk PT. Benih Citra Asia telah terdaftar di Departemen Pertanian RI dan mendapatkan SK Menteri Pertanian. Produk Bintang Asia di lindungi Undang-undang Perlindungan Varietas Tanaman No.29 tahun 2000.

PT. Benih Citra Asia masih dapat berpeluang berkompetisi dalam kualitas produk dengan perusahaan asing, karena PT Benih Citra Asia adalah salah satu perusahaan yang memiliki kapasitas gudang berteknologi tinggi dan kelengkapan aspek bisnis dari hulu ke hilir. Kepercayaan pelanggan dan dukungan plasma

petani mitra yang tersebar di seluruh nusantara dan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) PT Benih Citra Asia akan mampu menyediakan benih secara kualitas, kuantitas dan berkesinambungan.

5.3.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian yang ada pada perusahaan dalam menjalin kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Sehingga dapat diketahu sampai dimana wewenang dan tanggung jawab yang dimiliki oleh seorang karyawan dalam menjalankan tugasnya. Selain itu dengan adanya struktur organisasi yang tepat dengan situasi dan kondisi perusahaan, maka tujuan dari perusahaan itu sendiri akan lebih terarah.

1. Struktur Organisasi PT Benih Citra Asia

   Adapun susunan pengurus di PT. Benih Citra Asia adalah sebagai berikut:

   a. Direktur Utama :H. Slamet Sulistyono, SP
   b. Direktur Pemasaran : Ir. Alfasyahri Pane
   c. Plant Manajer : Endang Sulistiyani
   d. Manajer Produksi : Taufik, SP
   e. Kepala Bagian Keuangan : Afandi, SE
   f. Manajer Riset dan Pengembangan : Ir. Aris Munandar

5.3.3 Visi dan Misi

1. Visi

   Mewujudkan kebangkitan perbenihan nasional sebagai sumber varietas unggul di dunia dan peningkatan kesejahteraan petani dengan meningkatkan kualitas produk pertanian yang ramah lingkiungan, serta selaras dengan nila-nilai keagamaan.

2. Misi

a. Melakukan penelitian dan pengembangan varietas unggul yang mempunyai daya saing sesuai permintaan pasar.
b. Memproduksi benih/bahan pertanaman dengan memberdayakan petani, kelompok tani yang saling menguntungkan.

c. Memberikan kepuasan pelanggan dengan menyediakan varietas unggul yang bermutu tinggi.
d. Membentuk karakter sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dalam bidang pekerjaannya masing-masing.
e. Melakukan pelayanan dan pembinaan terhadap petani dalam usaha tani agar mampu bersaing dan mempunyai daya tawar dinegeri sendiri.

5.3.4 Kebijakan Mutu

Kebijakan mutu merupakan sebuah dokumen yang berisi pernyataan komitmen perusahaan terkait penerapan sistem manajemen mutu di suatu perusahaan. Berikut adalah kebijakan mutu PT. BENIH CITRA ASIA:

1. Melakukan penelitian dan pengembangan varietas unggul yang mempunyai daya saing serta ramah lingkungan.
2. Memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan dengan menyediakan varietasunggul yang bermutu tinggi sesuai dengan ketentuan perundangan yang berlaku.
3. Melakukan perbaikan terus menerus untuk menjamin kesesuaian denganpersyaratan dan kebutuhan pelanggan melalui penerapan sistem manajeman Mutu ISO 9001:2008.

5.3.5 Sasaran Mutu

Sasaram mutu merupakan target-target yang dicapai oleh perusahaan, namun harus terarah dan terukur. Sasaran mutu PT. BENIH CITRA ASIA sebagai berikut:

1. Melakukan kegiatan pemuliaan tanaman khususnya hortikultura (plant breeding) yang mempunyai daya saing, ramah lingkungan serta sesuaipermintaan pasar.
2. Memproduksi benih/bahan pertanaman dengan memberdayakan petani,kelompok tani yang saling menguntungkan.
3. Membentuk karakter sumberdaya manusia yang mempunyai kemampuandalam bidang pekerjaan masing-masing.

4. Memastikan dan menjamin produk yang dipasarkan telah memenuhi standarmutu sesuai ketentuan perundangan yang berlaku.
5. Melakukan pelayanaan dan pembinaan terhadap petani dan usaha tani agar mampu bersaing dan mempunyai daya tawar di negeri sendiri.

5.4 Atribut yang Dipertimbangkan

Uji Cochran digunakan untuk menguji kevalidan suatu atribut yang akan diteliti. Metode Cochran Q test merupakan suatu metode yang digunakan untuk mencari segala sesuatu yang dipertimbangkan oleh konsumen, sebelum konsumen melakukan pembelian atau konsumsi atas produksi yang bersangkutan. Pada penelitian ini yakni tentang analisis sikap konsumen terhadap keputusan pembelian benih hortikultura merek Bintang Asia, ditawarkan sebanyak 11 atribut produk. Atribut-atribut produk benih Bintang Asia yaitu harga, kemasan, ukuran buah, merek, ketersediaan produk, warna buah, tanggal kadaluarsa, produksi, daya tumbuhm ketahanan HPT, dan daya simpan. Contoh kuisioner pendahuluan mengenai uji Cochran disajikan pada lampiran 1a.

Pengujian menggunakan uji cochran ini digunakan untuk mengetahui atribut mana yang dipertimbangkan oleh konsumen benih hortikultura merek Bintang Asia. Menurut Kusnendi (2008) pada penelitian pendahuluan kuisioner yang diujikan pada responden adalah minimal sebanyak 30 orang. Pada penelitian pendahuluan terhadap konsumen benih Bintang Asia di desa Dadapan Kecamatan Wajak Kabupaten Malang ini, dilakukan kepada 30 responden. Atribut yang ditawarkan sebanyak 11 atribut yaitu harga, kemasan, ketahanan HPT, ketersediaan produk, ukuran benih, tanggal kadaluarsa, produksi, daya tumbuh, ukuran buah.

Pada penelitian ini dilakukan uji Cochran sebanyak empat kali, karena pada pengujian pertama belum terjadi kesepakatan, sampai pada pengujian terakhir yaitu keempat, Karena telah terjadi kesepakatan antara konsumen terhadap atribut yang ditawarkan. Berikut adalah uji Cochran Q Test:

Tabel 9. Proporsi Jawaban YA (Uji Cochran Q ke 1)

No.	Atribut	Jawaban YA
1.	Harga	27
2.	Kemasan	19
3.	Ukuran buah	13
4.	Merek	21
5.	Ketersediaan produk	21
6.	Warna buah	9
7.	Tanggal kadaluarsa	15
8.	Produksi	21
9.	Daya tumbuh	19
10.	Ketahanan HPT	24
11.	Daya simpan	24

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Q hitung = 40,668

Dengan $\alpha = 0,05$; df = 10, diperoleh Q tabel = 18,31

Berdasarkan perhitungan dari data diatas didapatkan bahwa nilai Q hitung lebih besar dari pada Q tabel yaitu sebesar 40,668 > 18,31. Dari nilai ini maka dapat disimpulkan bahwa pada uji Cochran 1 keputusannya adalah tolak Ho dan terima Ha, artinya belum ada kesepakatan antara konsumen dengan atribut yang dipertimbangkan. Oleh karena itu, harus dilakukan uji Cochran ke dua dengan menghilangkan atribut yang mempunyai proporsi jawaban YA paling sedikit yaitu warna buah.

Berdasarkan peerhitungan uji Cochran ke dua, maka diperoleh nilai Q hitung lebih kecil dari pada Q tabel yaitu 24,750 < 16,92. Maka dapat disepakati bahwa tolak Ho dan terima Ha yang artinya belum ada kesepakatan antara konsumen dengan atribut yang dipertimbangkan. Oleh karena itu, harus dilakukan uji Cochran ke tiga dengan menghilangkan atribut yang mempunyai proporsi jawaban YA paling sedikit yaitu ukuran buah.

Tabel 10. Proporsi Jawaban YA (Uji Cochran Q ke 2)

No.	Atribut	Jawaban YA
1.	Harga	27
2.	Kemasan	19
3.	Ukuran buah	13
4.	Merek	21
5.	Ketersediaan produk	21
6.	Tanggal kadaluarsa	15
7.	Produksi	21
8.	Daya tumbuh	19
9.	Ketahanan HPT	24
10.	Daya simpan	24

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Q hitung = 24,750

Dengan α = 0,05; df = 9, diperoleh Q tabel = 16,92

Tabel 11. Proporsi Jawaban YA (Uji Cochran Q ke 3)

No.	Atribut	Jawaban YA
1.	Harga	27
2.	Kemasan	19
3.	Merek	21
4.	Ketersediaan produk	21
5.	Tanggal kadaluarsa	15
6.	Produksi	21
7.	Daya tumbuh	19
8.	Ukuran buah	24
9.	Daya simpan	24

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Q hitung = 16,110

Dengan α = 0,05; df = 8, diperoleh Q tabel = 15,51

Berdasarkan peerhitungan uji Cochran ke tiga diatas, maka diperoleh nilai Q hitung lebih kecil dari pada Q tabel yaitu 16,110 > 15,51. Maka dapat disepakati bahwa tolak Ho dan terima Ha yang artinya belum ada kesepakatan antara konsumen dengan atribut yang dipertimbangkan. Oleh karena itu, harus dilakukan uji Cochran ke empat dengan menghilangkan atribut yang mempunyai proporsi jawaban YA paling sedikit yaitu tanggal kadaluarsa.

Berdasarkan perhitungan uji Cochran ke empat pada tabel di atasa, maka diperoleh nilai Q hitung lebih kecil dari pada Q tabel yaitu 9,361 < 14,07. Maka dapat disepakati bahwa terima Ho dan tolak Ha yang artinya pada pengujian ke empat telah memenuhi syarat dimana terjadi kesepakatan dari responden terhadap atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam memutuskan pembelian benih Bintang Asia.

Tabel 12. Proporsi Jawaban YA (Uji Cochran Q ke 4)

No.	Atribut	Jawaban YA
1.	Harga	27
2.	Kemasan	19
3.	Merek	21
4.	Ketersediaan produk	21
5.	Produksi	21
6.	Daya tumbuh	19
7.	Ketahanan HPT	24
8.	Daya simpan	24

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Q hitung = 9,631

Dengan α = 0,05; df = 7, diperoleh Q tabel = 14,07

Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 11 atribut yang diuji, terdapat 8 atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian benih hortikultura merek Bintang Asia. Atribut tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga

Adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Benih Bintang Asia memberikan harga yang cukup terjangkau sehingga konsumen tidak ragu dalam melakukan pembelian.

2. Kemasan

   Adalah pembungkus dari suatu produk yang fisiknya tampak dari luar, dengan desain dan warna yang menarik, serta di dalamnya terdapat keterangan-keterangan yagn terkait dengan produk tersebut

3. Merek

   Adalah brand yang melekat pada suatu produk, yang menjadi ciri pembeda dengan produk benih lainnya yang sejenis.

4. Ketersediaan produk

   Adalah kemudahan petani dalam mendapatkan benih baik di toko pertanian, agen maupun distributor.

5. Produksi

   Adalah banyaknya hasil yang diperoleh dari berusahatani

6. Daya tumbuh

   Adalah kemampuan benih untuk tumbuh dan siap dibudidayakan.

7. Ketahanan HPT

   Adalah kemampuan tanaman untuk tumbuh dan bertahan dengan baik tanpa terhambat oleh ganguan hama

8. Daya simpan

   Adalah dimana suatu dinilai berdasarkan berapa lama sayur tomat dapat disimpan dalam kondisi normal.

5.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada uji validitas dan reliabilitas instrument telah dilakukan kepada responden dengan instrument terdiri dari 8 butir variable kuisioner. Validitas kuisioner dilihat dari nilai korelasi (r) antara skor total dengan skor masing-masing pertanyaan. Pengujian kuisioner dilakukan terhadap 60 responden (n=60) dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95 persen (α=0,05). Berdasarkan perhitungan uji validitas, diperoleh hasil korelasi setiap pertanyaan untuk masing-

masing atribut tingkat kepentingan (e_i) dan atribut kepercayaan (b_i). Hasil uji menunjukkan bahwa semua pertanyaan valid, Karena semua nilai positif, yaitu korelasi (r) uji lebih besar dari r tabel. Secara rinci perhitungan nilai korelasi (r) dapat dilihat pada tabel 13 dan 14 berikut ini:

Tabel 13. Uji validitas ei

Korelasi	nilai korelasi (r)	Nilai Tabel (n=60, α=5%)	Keterangan	Kesimpulan
Item 1	0,655	0,254	r Positif	Valid
Item 2	0,442		r Positif	Valid
Item 3	0,557		r Positif	Valid
Item 4	0,491		r Positif	Valid
Item 5	0,567		r Positif	Valid
Item 6	0,476		r Positif	Valid
Item 7	0,515		r Positif	Valid
Item 8	0,632		r Positif	Valid

Sumber: Data primer 2013

Tabel 14. Uji validitas bi

Korelasi	nilai korelasi (r)	Nilai Tabel (n=60, α=5%)	Keterangan	Kesimpulan
item 1	0,612	0,254	r Positif	Valid
item 2	0,479		r Positif	Valid
item 3	0,517		r Positif	Valid
item 4	0,497		r Positif	Valid
item 5	0,512		r Positif	Valid
item 6	0,480		r Positif	Valid
item 7	0,636		r Positif	Valid
item 8	0,526		r Positif	Valid

Sumber: Data Primer 2013

Pada uji relibilitas terhadap 60 responden menunjukkan nilai alpha yang bias diterima. Pada tabel 15 terlihat bahwa untuk uji reliabilitas tingkat kepentingan (e_i) dan atribut kepercayaan (b_i) semua responden tidak ada yang *exlude* atau dikeluarkan dari analisis. Pada tabel 16 nilai alpha Cronbach pada variable evaluation (e_i) yaitu 0,722. Dan untuk nilai alpha cronbach pada variable kepercayaan (b_i) yaitu 0,719 terlihat pada tabel 17. Kedua nilai alpha cronbach

tersebut terletak di antara 0,70 – 0,89 sehingga tingkat reliabilitas dikatakan reliable.

Tabel 15. Uji reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 16. Reliability statistics variable evaluation (e_i)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	9

Tabel17. Reliability statistics variable believe (b_i)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	9

5.6 Proses Keputusan Konsumen

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler (1997) ada beberapa tahap dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian

Proses keputusan terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan tahap pasca pembelian. Berikut merupakan penjelasan tahapan-tahapan proses keputusan pembelian petani terhadap benih hortikultura merek Bintang Asia di desa Dadapan kecamatan Wajak kabupaten Malang.

5.6.1 Tahapan Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama pada proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan. Pada proses membeli dengan pengenalan kebutuhan, pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan seseorang dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Sehingga terkadang keadaan yang dinginkan tidak sesuai dengan yang sebenarnya. Berikut merupakan distribusi responden berdasarkan pengenalan kebutuhan.

Tabel 18. Responden Berdasarkan Pengenalan Kebutuhan

Tahapan Pengenalan Kebutuhan	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1. Alasan bertanam tomat		
• Memperoleh keuntungan	51	85
• Memenuhi kebutuhan	9	15
2. Alasan menggunakan benih unggul		
• Sangat penting	25	41,67
• Penting	26	43,34
• Cukup penting	9	15
• Tidak penting	-	-
• Sangat tidak penting	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Pada tabel 18 menjelaskan bahwa alasan petani bertanam tomat adalah untuk memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan. Mayoritas petani bertanam tomat dengan alasan memperoleh keuntungan yaitu sebesar 51 orang atau 85 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa bertani menjadikan pekerjaan utama bagi petani di desa Dadapan kecamatan Wajak ini, baik itu mengelola sawah sendiri ataupun warisan orang tua.

Petani di desa Dadapan menilai dalam penggunaan benih unggul adalah penting yaitu sebesar 26 jiwa atau 43,34 %, dan untuk kategori sangat penting

sebesar 25 jiwa atau 41,67 %. Artinya dalam penggunaan benih unggul masih belom disadari begitu penting bagi para petani.

5.6.2 Pencarian Informasi

Setelah mengetahui kebutuhan yang diinginkan dari sebuah produk, maka konsumen akan berusaha mencari informasi tentang produk tersebut. Namun terkadang konsumen tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Sehingga diperlukan adanya petugas atau penyuluh dari suatu perusahaan untuk mempromosikan produk-produknya. Pada tabel 19 berikut ini akan dijelaskan tentang distribusi responden terhadap pencarian infomasi.

Tabel 19. Responden Berdasarkan Pencarian Informasi

Tahapan Pencarian Informasi	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	**Presentase (%)**
1. Sumber informasi		
• Diri sendiri	0	0
• Teman / keluarga	23	38,34
• Penjual	9	15
• Petugas lapang	28	46,67

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Sumber informasi petani sebagian besar berasal dari petugas lapang dalam hal ini adalah penyuluh yaitu sebesar 28 orang atau 46,67 %. Selanjutnya pada posisi kedua sumber informasi berasal dari teman / keluarga sebesar 23 orang atau 38,34 %. Dan sisanya sebesar 9 orang atau 15 % berasal dari penjual atau toko saprotan. Hal ini menggambarkan bahwa petani lebih percaya atau yakin terhadap pihak penyuluh sebagai sumber informasi dalam melakukan pembelian benih unggul. Karena petani beranggapan bahwa

penyuluh atau petugas lapang orang-orang ahli yang dapat menunjang keberhasilan dalam berusaha tani, sehingga sumber informasi tentang benih tomat dapat mempengaruhi petani dalam pengambilan keputusan pembelian.

5.6.3 Evaluasi Alternatif

Tahap selanjutnya setelah memperoleh cukup informasi maka konsumen melakukan proses selanjutmya yaitu tindakan evaluasi alternatif. Dengan Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli. Dari sikap konsumen tersebut dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk mengatur strategi yang tepat dalam hal promosi. Berikut adalah distribusi responden berdasarkan pertimbangan dalam pembelian:

Tabel 20. Responden Berdasarkan Evaluasi Alternatif

Pertimbangan Dalam Pembelian	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
• Merk	13	21,67
• Kemasan	6	10
• Macam produk	10	16,67
• Kualitas	17	28,34
• Harga	14	23,34

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Berdasarkan hasil evaluasi alternative responden, faktor utama yang menjadi pertimbangan petani dalam melakukan pembelian adalah kualitas yaitu sebesar 17 orang atau 28,34 %. Kedua adalah harga yaitu sebesar 14 orang atau 23,34 %. Untuk peringkat ketiga adalah merk yaitu sebesar 13 orang atau 21,67 %. Yang keempat sebesar 10 orang atau 16,67 % adalah faktor macam produk atau jenis produk, dan sisanya sebesar 6 orang atau 10% adalah kemasan. Atribut kualitas pada produk benih merupakan atribut yang penting karena kualitas pada benih akan berpengaruh

terhadap keberhasilan usaha bagi petani. Sedangkan atribut kemasan tidak dianggap penting bagi petani karena hanya merupakan tampilan dari pembungkus produk dan pengaruhnya tidak berdampak penting pada usaha tani.

5.6.4 Keputusan Pembelian

Setelah konsumen memperoleh informasi terhadap produk dan mengevaluasinya maka tindakan selanjutnya adalah keputusan pembelian terhadap produk. Tiap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian berbeda-beda karena informasi dan evaluasi yang didapat tidaklah sama. Maka produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

Tabel 21. Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian

Tahapan Keputusan Pembelian	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1 Varietas yang dibeli		
• Sakinah	18	30
• Niki	28	46,67
• Vera	14	23,34
2. Tempat pembelian benih		
• Toko pertanian	58	96,67
• Petugas lapang	2	3,34
3. Cara memutuskan pembelian		
• Terencana	55	91,67
• Mendadak	0	0
• Tergantung situasi	5	8,34

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Pada tabel 19 tahapan keputusan pembelian yang pertama pada jenis varietas yang dibeli, jenis-jenis varietas tersebut adalah Sakinah, Niki, Vera. Varietas yang banyak disukai dan sering dibeli oleh petani adalah varietas Niki yaitu sebesar 28 orang atau 46,67% dan varietas Sakinah sebesar 18 orang atau

30%. Sedangkan varietas Vera hanya 14 orang atau 23,34%. Petani umumnya membeli benih Bintang Asia di toko pertanian atau kios saprotan dengan jumlah responden sebanyak 58 orang atau 96,67% dan petani membeli benih tersebut secara terencana yaitu sebesar 55 orang atau 91,67%. Dan lainnya yang membeli benih pada petugas lapang hanya sebesar 2 orang atau 3,34% dan pembelian tergantung situasi sebanyak 5 orang atau 8,34%. Cara petani memutuskan pembelian dengan terencana yaitu sebesar 55 orang atau 91,67%, sedangkan lainnya tergantung situasi yaitu sebesar 5 orang atau 8,34%.

5.6.5 Pasca Pembelian

Setelah sampai pada tahap pembelian, tahap selanjutnya yaitu tahap akhir yang dikenal dengan tahap pasca pembelian. Petani mengevaluasi apakah pembelian yang telah dilakukan telah sesuai dengan apa yang diharapkan atau tidak. Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat. Sehingga hasil yang diharapkan dari tahap ini adalah tidak hanya tingkat kepuasan saja, dan niat petani untuk melakukan pembelian ulang terhadap benih Bintang Asia, melainkan jika terjadi kemungkinan kenaikan terhadap harga benih apakah petani masih loyal atau tidak untuk membeli benih Bintang Asia atau beralih membeli benih merek lain.

Petani yang telah membeli dan menggunakan benih Bintang Asia memiliki kepuasan tersendiri, petani yang merasa puas sebanyak 54 orang atau 90% dan yang merasa tidak puas sebesar 10% atau 6 orang. Jika benih yang biasa dipakai tidak tersedia di tempat pembelian biasa petani membeli, maka petani yang akan mencari ke toko lain sebesar 29 orang atau 48,34%, dan ada juga yang mencari varietas lain yaitu sebanyak 27 orang atau 45%, sedangkan petani yang tidak membeli benih sebesar 4 orang atau 6,67%. Dari sekian banyak petani yang telah membeli benih Bintang Asia melakukan pembelian ulang terbukti sebanyak 51 orang atau 85%, namun ada petani yang tidak melakukan pembelian ulang terhadap benih yaitu

sebesar 9 orang atau 15%. Dan jika terjadi kemungkinan kenaikan harga benih mayoritas petani tetap membeli benih tersebut yaitu sebanyak 80% sedangkan petani yang kurang loyal sebanyak 20%, artinya petani yang membeli benih merek lain selain benih Bintang Asia.

Tabel 22. Responden Berdasarkan Pasca Pembelian

Tahapan Pasca Pembelian	Reponden	
	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1. Tingkat kepuasan terhadap benih		
• Puas	54	90
• Tidak puas	6	10
2. Loyalitas terhadap tempat pembelian		
• Membeli varietas lain	27	45
• Mencari ke toko lain	29	48,34
• Tidak membeli	4	6,67
3. Pembelian ulang		
• Ya	51	85
• Tidak	9	15
4. Jika harga benih mengalami kenaikan		
• Tetap membeli	48	80
• Membeli benih merek lainnya	12	20

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

5.7 Analisis Sikap Konsumen

Model sikap multiciri Fishbein menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu objek sikap (produk dan merek) sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk yang dievaluasi. Model ini disebut multiciri karena evaluasi konsumen terhadap objek didasarkan pada evaluasinya terhadap banyak atribut yang dimiliki oleh objek tersebut (Sumarwan, 2003).

Analisis sikap konsumen terhadap benih hortikultura pada penelitian menggunakan analisis multiatribut Fishbein, yaitu merupakan suatu gambaran penilaian konsumen terkait dengan atribut-atribut yang melekat pada produk benih hortikultura merek Bintang Asia. Prinsip pada metode analisis ini adalah menghitung nilai Ao (*Attitude toward the object*), yaitu sikap seseorang terhadap

produk, yang dikenali melalui atribut-atribut yang melekat tersebut. Komponen e_i mengukur evaluasi konsumen terhadap atribut-atribut dari produk benih hortikultura merek Bintang Asia, sedangkan komponen b_i mengukur keyakinan konsumen terhadap atribut produk yang dimiliki oleh merek tersebut. Atribut yang menjadi pertimbangan petani dalam penilitian ini ada delapan atribut yaitu harga, kemasan, merek, ketersediaan produk, produksi, daya tumbuh, ukuran buah, daya simpan.

Perhitungan nilai sikap didapat dengan cara sebagai berikut:

$$A_B = \sum_{i=1}^{n} b_i e_i$$

Dimana:

A_B = sikap terhadap objek

b_i = kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atibut i

e_i = evaluasi mengenai atribut i

n = jumlah atribut yang menonjol

Secara keseluruhan perhitungan sikap terhadap responden berdasarkan atribut-atribut yang melekat pada benih merek Bintang Asia dapat dilihat pada lampiran 5. Dan hasil dari perhitungan tersebut terbagi menjadi 3 indikator, yaitu indicator negatif, netral, dan positif. Pada pengelompokan indikator sebelumnya terbagi kedalam skala interval, berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skala interval} = \frac{q-p}{b}$$

$$= \frac{109-31}{3}$$

$$= 26$$

Di bawah ini merupakan penjelasan indikator untuk masing-masing kelompok sikap:

a. Negatif : Kesadaran konsumen akan atribut produk rendah
b. Netral : Kesadaran konsumen akan atribut produk tidak tergolong

rendah ataupun tinggi

c. Positif : Kesadaran konsumen akan atribut produk tinggi

Berikut merupakan hasil dari skor sikap yang diperoleh terhadap produk benih Bintang Asia :

Tabel 23. Distribusi responden berdasarkan skala skor A_B

Skala	Indikator	Benih Bintang Asia	
		∑ (jiwa)	%
31 – 57	Negatif	6	10
58 – 84	Netral	37	61,67
85 – 111	Positif	17	28,33
Jumlah responden		60	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2013

Pada tabel 23 perhitungan skala skor sikap dapat diketahui bahwa skor sikap tertinggi konsumen terhadap produk benih Bintang Asia adalah netral yaitu sebanyak 37 orang atau 61,67%. Pada posisi kedua konsumen bersikap positif yaitu sebanyak 17 orang atau 28,33%. Dan ada juga konsumen yang bersikap negatif terhadap benih Bintang Asia yaitu sebanyak 6 orang atau 10%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih dominan bersikap netral pada produk benih Bintang Asia. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diduga bahwa sikap konsumen terhadap Benih hortikultura Bintang Asia adalah netral, dikarenakan benih Bintang Asia yang masih tergolong produk baru dan baru beredar sekitar 6 tahun, sehingga pada kenyataannya konsumen belum tertarik dan lebih cenderung bersikap netral terhadap produk tersebut.

Dari hasil penelitian di desa Dadapan kecamatan Wajak kabupaten Malang mayoritas konsumen bersikap netral, hal tersebut erat kaitannya dengan kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap atribut-atribut yang melekat pada benih hortikultura Bintang Asia. Pada tabel 24 disajikan hasil skor kepercayaan dan evaluasi responden terhadap atribut-atribut yang melekat pada benih Bintang Asia.

Tabel 24. Skor kepercayaan dan Evaluasi Terhadap Atribut Benih Bintang Asia

No.	Atribut	Skor rata-rata evaluasi (e_i)	Skor rata-rata kepercayaan (b_i)
1.	Harga	3,73	3,65
2.	Kemasan	2,47	2,78
3.	Merek	3,53	2,33
4.	Ketersediaan produk	3,55	2,48
5.	Produksi	3,27	3,02
6.	Daya tumbuh	3,05	3,57
7.	Ukuran buah	3,17	3,01
8.	Daya simpan	2,9	2,35

Sumber : Data Primer, 2013

Dari hasil perhitungan rata-rata skor evaluasi dan kepercayaan pada tabel 24 diketahui bahwa skor tertinggi pada komponen evaluasi adalah atribut harga dengan skor rata-rata 3,73, sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah adalah atribut kemasan yaitu sebesar 2,47. Hal ini menunjukkan bahwa atribut harga merupakan faktor penting dalam melakukan pembelian suatu produk. Apabila diurutkan mulai dari skor tertinggi hingga terendah adalah harga, ketersediaan produk, merek, produksi, ukuran buah, daya tumbuh, daya simpan, dan kemasan.

Sama halnya pada skor komponen kepercayaan, skor tertinggi pada atribut harga dengan skor rata-rata 3,65. Skor terendah pada atribut merek yaitu sebesar 2,33. Sehingga atribut harga memiliki tingkat kepercayaan tertinggi bagi responden atau konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan atribut merek memiliki tingkat kepercayaan terendah, karena merek tidak dipermasalahkan dalam suatu produk.

Dapat disimpulkan bahwa konsumen dalam hal ini adalah petani lebih melihat atribut harga, baik dilihat dari skor komponen kepercayaan maupun evaluasi. Sehingga terdapat kesesuain antara komponen evaluasi dan kepercayaan. Berarti harga benih Bintang Asia ini cukup terjangkau dikalangan petani, sehingga harga menjadi faktor utama dalam memilih benih hortikultura tanpa melihat mereknya.