

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Desa Bocek Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang. Desa Bocek ini terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun Bocek Klajan, Dusun Manggisari dan Dusun Supiturang, sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Terbukti dengan dikenalnya desa ini sebagai sentra penghasil cabai di Kabupaten Malang. Berikut ini adalah keterangan mengenai Data dan Potensi Desa Bocek secara umum :

5.1.1. Kondisi Geografis dan Data Batas Administrasi

1. Batas wilayah Desa Bocek, dapat dilihat pada lampiran 18.

Sebelah Utara : Perhutani

Sebelah Selatan : Desa Girimoyo

Sebelah Barat : Desa Donowarih

Sebelah Timur : Desa Girimoyo dan Ngenep

2. Ketinggian : 720 mdpl

Curah hujan rata-rata : 250 mm

Keadaan suhu rata-rata : 27 °C

3. Topografi Desa Bocek

Dataran : 600 m

Areal perbukitan/pegunungan : 850 m

4. Jarak Desa dengan Pemerintahan

Jarak ke Ibu Kota kabupaten/Kota : 18 km

Jarak ke Ibu Kota Kecamatan : 0,9 km

Lama tempuh ke Ibu Kota : 1 jam

Lama tempuh ke Ibu Kota Kecamatan : 15 menit

5. Luas wilayah :

Luas wilayah yang ada di Desa Bocek sebesar 1481,641 ha.

6. Tata guna lahan :

Penggunaan lahan di Desa Bocek banyak digunakan untuk menanam tanaman padi, jagung, tebu dan buah-buahan. Berikut ini adalah pemaparan rincian

tanaman pangan, tanaman palawija dan hortikultura atau komoditi di Desa Bocek Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang :

Tabel 5. Tata Guna Lahan Desa Bocek

No	Komoditi	Luas (ha)	Persentase (%)
1.	Padi	135	31,9
2.	Jagung	130	30,7
3.	Tebu	45	10,6
4.	Cabe merah	35	8,3
5.	Cabe rawit	25	5,9
6.	Kacang tanah	25	5,9
7.	Kacang panjang	4	0,9
8.	Ubi jalar	5	1,2
9.	Ubi kayu	7	1,7
10.	Pisang	10	2,4
11.	Mangga	2	0,5
Total		423	100

Sumber : Data Profil Desa Bocek, 2013

Berdasarkan Tabel 5. diketahui bahwa luas lahan sebagian besar dimanfaatkan untuk tanaman pangan seperti padi 135 ha dan jagung 130 ha, sedang untuk palawija seperti tebu 45 ha, cabe merah 35 ha, cabe rawit 25 ha, kacang panjang 25 ha, kacang panjang 4 ha, ubi jalar 5 ha dan ubi kayu 7 ha. pada luasan lahan buah seperti pisang 10 ha dan mangga 2 ha. Pada tanaman palawija dapat diketahui bahwa luasan lahan untuk tanaman cabai di Desa Bocek lebih besar dibanding tebu dan tanaman palawija yang lainnya, yaitu total luasannya 60 ha yang berasal dari jumlah luas lahan cabai merah dan cabai rawit. Hal ini menunjukkan bahwa tanaman cabai merupakan salah satu komoditi palawija yang potensial dikembangkan oleh penduduk Desa Bocek.

7. Data Jumlah Penduduk Desa Bocek Menurut Berbagai Tingkatan

Data jumlah penduduk merupakan masyarakat yang tinggal dan menetap di Desa Bocek. Data jumlah penduduk menurut berbagai tingkatannya, dapat dilihat sebagai berikut :

a. Data jumlah penduduk Desa Bocek menurut jenis kelamin

Berikut ini data jumlah penduduk Desa Bocek menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 6. :

Tabel 6. Jumlah Penduduk Desa Bocek Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	3936	49,9
2.	Perempuan	3938	50,1
Total		7874	100

Sumber : Data Profil Desa Bocek, 2013

Berdasarkan Tabel 6. tersebut dapat diketahui bahwa perbandingan antara penduduk laki-laki dan perempuan di Desa Bocek hampir seimbang, yaitu jumlah penduduk laki-laki sebesar 3936 orang dengan persentase 49,9% dan jumlah penduduk perempuan sebesar 3938 orang dengan persentase 50,1% dari keseluruhan penduduk yang ada di Desa Bocek.

b. Data jumlah penduduk berdasarkan usia di Desa Bocek

Penduduk berdasarkan usia dibagi menjadi beberapa tingkatan, sehingga bisa diketahui usia yang produktif dan yang non produktif. Berikut ini data jumlah penduduk berdasarkan usia di Desa Bocek pada Tabel 7.:

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Di Desa Bocek

No	Golongan Umur	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0 – 12 bulan	266	3,37
2.	1 – 10 tahun	1435	18,22
3.	11 – 24 tahun	1944	24,68
4.	25 – 40 tahun	2253	28,61
5.	41 – 56 tahun	1556	19,76
6.	>56 tahun	420	5,33
Total		7874	100

Sumber : Data Profil Desa Bocek, 2013

Pada Tabel 7. menunjukkan jumlah penduduk berdasarkan usia di Desa Bocek ada beberapa kategori, antara lain kategori usia 0-12 tahun sebesar 266 orang dengan persentase 3,37%, kategori usia 1-10 tahun sebesar 1435 dengan persentase 18,22%, kategori usia 25-40 tahun sebesar 2253 orang dengan persentase 28,61%, kategori 41-56 tahun sebesar 1556 orang dengan persentase 19,76% dan yang terakhir kategori usia > 56 tahun sebesar 420 orang dengan persentase 5,33%.

c. Data jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan di Desa Bocek

Kegiatan dalam bekerja merupakan seluruh kegiatan yang memberikan atau menambah pendapatan. Beberapa penduduk mempunyai pekerjaan (mata pencaharian) lebih dari satu, meskipun demikian mereka pasti mempunyai satu pekerjaan yang utama. Berikut data jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan di Desa Bocek pada Tabel 8.:

Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan Di Desa Bocek

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Pegawai Desa	11	0,38
2.	Pegawai Negeri Sipil	43	1,49
3.	ABRI	7	0,24
4.	Guru	9	0,31
5.	Bidan	1	0,03
6.	Mantri Kesehatan/Perawat	2	0,06
7.	Pensiunan ABRI/ Sipil	14	0,48
8.	Pegawai Swasta	86	2,99
9.	Pemilik Warung	10	0,34
10.	Pemilik Kios	7	0,24
11.	Pemilik Toko	29	1,01
12.	Sopir Angkutan Bermotor	87	3,03
13.	Tukang Kayu/ Bangunan	34	1,18
14.	Tukang Batu	79	2,75
15.	Tukang Jahit/ Bordir	6	0,20
16.	Tukang Cukur	3	0,10
17.	Petani dan / Peternak	2439	85,07
Total		2867	100

Sumber : Data Profil Desa Bocek, 2012

Pada Tabel 8. menunjukkan tentang jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan yang ada di Desa Bocek dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori pekerjaan sebagai pegawai desa sebesar 11 orang dengan persentase 0,38%, kategori pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebesar 43 orang dengan persentase 1,49%, kategori pekerjaan sebagai ABRI sebesar 7 orang dengan persentase 0,24%, kategori pekerjaan sebagai bidan sebesar 9 orang dengan persentase 0,31%, kategori pekerjaan sebagai bidan sebesar 1 orang dengan persentase 0,03%, kategori pekerjaan sebagai mantri kesehatan/perawat sebesar 2 orang dengan persentase 0,06%, kategori pekerjaan sebagai pensiunana ABRI/sipil sebesar 14 orang dengann persentase 0,48%, kategori pekerjaan sebagai pegawai swasta sebesar 86 orang dengan persentase 2,99%, kategori pekerjaan sebagai pemilik warung

sebesar 10 orang dengan persentase 0,34%, kategori pekerjaan sebagai pemilik kios sebesar 7 orang dengan persentase 0,24%, kategori pekerjaan sebagai pemilik toko sebesar 29 orang dengan persentase 1,01%, kategori pekerjaan sebagai sopir angkutan bermotor sebesar 87 orang dengan persentase 3,03%, kategori pekerjaan sebagai tukang kayu/bangunan sebesar 34 orang dengan persentase 1,18%, kategori pekerjaan sebagai tukang batu sebesar 79 orang dengan persentase 2,75%, kategori pekerjaan sebagai tukang jahit/border sebesar 6 orang dengan persentase 0,20%, kategori pekerjaan tukang cukur sebesar 3 orang dengan persentase 0,10%, kategori pekerjaan sebagai petani/peternak sebesar 5472 orang dengan persentase 85,07%.

d. Data tingkat pendidikan tiap penduduk di Desa Bocek

Tingkat perkembangan suatu wilayah tidak hanya ditentukan dari kuantitas penduduk yang dimiliki, tetapi juga tergantung pada kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki. Tingkat pendidikan merupakan faktor yang penting untuk menjelaskan kemajuan penduduk suatu daerah, yang nantinya akan mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh setiap individu. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, akan semakin banyak memiliki pengetahuan terhadap sesuatu baik itu barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Berikut data tingkat pendidikan tiap penduduk di Desa Bocek pada Tabel 9.:

Tabel 9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bocek

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
V.	Tidak tamat SD/Sederajat	660	9,1
VI.	Tamat SD/Sederajat	3982	54,83
VII.	Tamat SLTP/Sederajat	1983	27,3
VIII.	Tamat SLTA/Sederajat	574	7,9
IX.	Tamat Perguruan Tinggi (S1)	63	0,87
Total		7262	100

Sumber : Data Profil Desa Bocek, 2012

Pada Tabel 9. menunjukkan tentang jumlah penduduk berdasarkan tingkatan pendidikan yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori tidak tamat SD/ sederajat sebesar 660 orang dengan persentase 9,1%, kategori tamat SD/ sederajat sebesar 3982 orang dengan persentase 54,83%, kategori tamat

SLTP/ sederajat sebesar 1983 orang dengan persentase 27,3%, kategori tamat SLTA/ sederajat sebesar 574 orang dengan persentase 7,9%, kategori tamat perguruan tinggi (S1) sebesar 63 orang dengan persentase 0,87%.

5.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani cabai yang bertempat tinggal di Desa Bocek, Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang dan telah mengetahui serta pernah membeli produk pupuk. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan karakteristik jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, luas lahan, kepemilikan lahan, tingkat pendapatan serta macam pupuk yang digunakan oleh petani cabai.

5.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan aspek umum yang penting, karena laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan. Jenis kelamin dapat mempengaruhi dan menentukan suatu produk pupuk yang digunakan oleh petani. Perbedaan tersebut yang harus diketahui oleh perusahaan untuk segmentasi pasar suatu produk pupuk. Berikut data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di Desa Bocek pada Tabel 10. :

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Bocek

No.	Jenis Kelamin	Orang (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	79	79
2.	Perempuan	21	21
Total		100	100

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 10. dapat diketahui bahwa karakteristik responden yang dilakukan dalam penelitian ini ada 100 orang, untuk responden laki-laki sebesar 79 orang dengan persentase 79%, sedangkan responden perempuan sebesar 21 orang dengan persentase 21%. Berdasarkan jumlah responden tersebut dapat diketahui bahwa laki-laki mendominasi jumlah responden yang diteliti.

5.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan faktor usia penting untuk diketahui, karena usia dapat membedakan kebutuhan, sikap dan persepsi responden dalam

memberikan pertimbangan terhadap suatu produk. Responden dengan usia yang lebih muda akan lebih terbuka dalam menerima informasi baru mengenai pupuk yang berkualitas dan lebih cocok pada tanaman, karena daya tangkap dan daya ingat yang masih segar. Sedangkan untuk responden yang usianya sudah terbilang tua, akan lebih sulit menerima informasi baru sehingga kemungkinan responden akan menggunakan pupuk yang sudah lama dipakai. Namun juga tidak menutup kemungkinan responden yang lebih tua juga lebih selektif dalam memilih produk pupuk yang berkualitas dan cocok dengan tanaman yang diusahakan karena sudah banyaknya pengalaman yang mereka dapatkan dari waktu ke waktu selama bercocok tanam. Berikut data karakteristik responden berdasarkan usia di Desa Bocek pada Tabel 11.:

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Di Desa Bocek

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	18-28 tahun	11	11
2.	29-39 tahun	28	28
3.	40-50 tahun	35	35
4.	51-61 tahun	20	20
5.	>61 tahun	6	6
Total		100	100

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 11. menunjukkan tentang karakteristik responden berdasarkan usia yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori responden usia 18-28 tahun sebesar 11 orang dengan persentase 11%, sedangkan kategori usia 29-39 tahun sebesar 28 orang dengan persentase 28%, kategori selanjutnya usia 40-50 tahun sebesar 35 orang dengan persentase 35%, kategori usia 51-61 tahun sebesar 20 orang dengan persentase 20% dan yang terakhir kategori usia >61 tahun sebesar 6 orang dengan persentase 6%. Berdasarkan Tabel.. dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian ini adalah petani cabai di Desa Bocek yang usianya masih produktif.

5.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Petani yang berusahatani cabai di Desa Bocek terbagi menjadi beberapa kategori berdasarkan ukuran dari jenis cabai, antara lain ukuran besar, ukuran sedang dan ukuran kecil (rawit). Petani yang menanam cabai, mengikuti

permintaan pasar. Berikut data karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan Di Desa Bocek pada Tabel 12.:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Cabai Di Desa Bocek

No.	Jenis Cabai	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani cabai merah ukuran besar	9	9
2.	Petani cabai merah ukuran sedang	38	38
3.	Petani cabai merah ukuran kecil (rawit)	8	8
4.	Petani cabai merah ukuran besar dan ukuran sedang	22	22
5.	Petani cabai merah ukuran besar dan ukuran kecil	4	4
6.	Petani cabai merah ukuran sedang dan ukuran kecil	19	19
Total		100	100

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 12. menunjukkan tentang karakteristik responden berdasarkan jenis cabai yang ditanam di Desa Bocek dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori petani cabai merah ukuran besar sebesar 9 orang dengan persentase 9%, kategori petani cabai merah ukuran sedang sebesar 38 orang dengan persentase 38%, kategori petani cabai merah ukuran kecil (rawit) sebesar 8 orang dengan persentase 8%, kategori petani cabai merah ukuran besar dan ukuran sedang sebesar 22 orang dengan persentase 22%, kategori petani cabai merah ukuran besar dan ukuran kecil sebesar 4 orang dengan persentase 4%, dan yang terakhir kategori petani cabai merah ukuran sedang dan ukuran kecil sebesar 19 orang dengan persentase 19%.

5.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkatan pendidikan responden digunakan untuk menjelaskan tentang pendidikan yang pernah ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan mempengaruhi jawaban kuisisioner yang diajukan oleh peneliti. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh responden akan memudahkan dalam mengisi kuisisioner dengan lebih memberikan informasi yang baik, lengkap dan mudah dimengerti. Tetapi untuk responden yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah tidak menutup kemungkinan untuk memberikan informasi yang lebih

mendetail karena pengalaman dilapang serta faktor lain yang memberikan pengetahuan. Berikut data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Bocek pada Tabel 13.:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Bocek

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	SD	87	87
2.	SMP	8	8
3.	SMA	5	5
4.	Sarjana	-	-
Total		100	100

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 13. menunjukkan tentang karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori tingkat pendidikan SD sebesar 87 orang dengan persentase 87%, kategori tingkat pendidikan SMP sebesar 8 orang dengan persentase 8%, kategori tingkat pendidikan SMA sebesar 5 orang dengan persentase 5%.

5.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Lahan yang dimiliki oleh petani untuk berusaha cabai memiliki luasan lahan yang bermacam-macam. Lahan yang terkecil antara < 0,5 ha dan yang terluas > 6 ha. Luasan lahan tersebut mempengaruhi petani dalam jumlah penggunaan pupuk yang diperlukan oleh tanaman. Semakin luas lahan maka keperluan akan pupuk yang bisa membantu dalam berusaha lebih besar. Berikut data karakteristik responden berdasarkan luas lahan di Desa Bocek pada Tabel 14.:

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan Di Desa Bocek

No.	Luas Lahan (ha)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	< 0,5 Ha	49	49
2.	0,5 - 2 Ha	28	28
3.	2 - 4 Ha	17	17
4.	4 - 6 Ha	3	3
5.	> 6 Ha	3	3
Total		100	100

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 14. menunjukkan tentang karakteristik jumlah responden berdasarkan luas lahan yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori luas lahan < 0,5 ha sebesar 49 orang dengan persentase 49%, kategori luas lahan 0,5 – 2 ha sebesar 28 orang dengan persentase 28%, kategori luas lahan 2 – 4 ha sebesar 17 orang dengan persentase 17%, kategori luas lahan 4 – 6 ha sebesar 3 orang dengan persentase 3% dan yang terakhir kategori luas lahan > 6 ha sebesar 3 orang dengan persentase 3%.

5.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan

Status kepemilikan lahan yang ada pada petani cabai berdasarkan penggunaan lahan yang dimiliki sendiri oleh petani dengan petani yang menggunakan lahan sewa serta petani yang memiliki lahan sendiri dan sewa. Berikut data karakteristik responden berdasarkan status kepemilikan lahan di Desa Bocek pada Tabel 15.:

Tabel 15. Jumlah Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lahan Di Desa Bocek

No.	Status Kepemilikan Lahan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Lahan milik sendiri	53	53
2.	Lahan sewa	38	38
3.	lahan milik sendiri dan sewa	9	9
Total		100	100

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 15. menunjukkan tentang karakteristik responden berdasarkan status kepemilikan lahan yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori kepemilikan lahan milik sendiri sebesar 53 orang dengan persentase 53%, kategori kepemilikan lahan sewa sebesar 38 orang dengan persentase 38%, dan yang terakhir kategori kepemilikan lahan milik sendiri dan sewa sebesar 9 orang dengan persentase 9%. Berdasarkan data tersebut bisa diketahui bahwa responden yang diambil dalam penelitian ini, status kepemilikan lahannya lebih banyak milik sendiri.

5.2.7. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan petani dari hasil usahatani cabai sangat beragam, mulai dari tingkatan pendapatan Rp. < 1.000.000 hingga yang tertinggi Rp. >

12.000.000 pada saat panen. Pendapatan yang didapatkan oleh petani mempengaruhi dalam persepsi petani untuk membeli dan menggunakan pupuk yang dipilih. Harga pupuk yang bermacam-macam menjadi pilihan tersendiri pada petani dalam pembelian pupuk. berikut data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan di Desa Bocek pada Tabel 16.:

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Di Desa Bocek

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	< 1.000.000	4	4
2.	1.000.000-4.000.000	6	6
3.	4.000.000-8.000.000	15	15
4.	8.000.000-12.000.000	32	32
5.	> 12.000.000	43	43
Total		100	100%

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 16. menunjukkan tentang karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori pendapatan Rp. < 1.000.000 sebesar 4 orang dengan persentase 4%, kategori pendapatan Rp. 1.000.000 – 4.000.000 sebesar 6 orang dengan persentase 6%, kategori pendapatan Rp. 4.000.000-8.000.000 sebesar 15 orang dengan persentase 15%, kategori pendapatan Rp. 8.000.000-12.000.000 sebesar 32 orang dengan persentase 32% dan yang terakhir kategori pendapatan Rp. > 12.000.000 sebesar 43 orang dengan persentase 43%.

5.2.8. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pupuk yang Digunakan

Beraneka macam pupuk yang digunakan oleh petani cabai. Penggunaan pupuk organik dan pupuk anorganik, untuk pupuk organik ada dua macam, yaitu pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik, sedangkan untuk pupuk anorganik ada tiga macam yaitu pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska. Petani dalam menggunakan pupuk dilahan, tidak hanya menggunakan 1 produk pupuk saja. Pupuk yang digunakan bisa 3 - 4 macam dalam sekali musim tanam cabai. berikut ini data karakteristik responden berdasarkan penggunaan pupuk untuk tanam cabai di Desa Bocek pada Tabel 17.:

Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pupuk untuk Tanam Cabai Di Desa Bocek

No.	Pupuk yang Digunakan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Pupuk kandang, pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Phonska	27	27
2.	Pupuk kandang, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska	13	13
3.	Pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Phonska	22	22
4.	Pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska	15	15
5.	Pupuk kandang, pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Phonska	23	23
Total		100	100%

Sumber : data primer, 2013

Pada Tabel 17. menunjukkan tentang karakteristik responden berdasarkan penggunaan pupuk untuk tanam cabai yang dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain kategori penggunaan pupuk kandang, pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Phonska sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, kategori penggunaan pupuk kandang, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska sebanyak 13 orang dengan persentase 13%, kategori penggunaan pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Phonska sebanyak 22 orang dengan persentase 22%, kategori penggunaan pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Super Star Cap Tawon, pupuk Phonska sebanyak 15 orang dengan persentase 15% dan yang terakhir kategori penggunaan pupuk kandang, pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Phonska sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Kategori penggunaan pupuk oleh petani cabai tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan pupuk yang paling banyak digunakan oleh petani adalah pupuk Phonska, karena semua kategori penggunaan pupuk dilahan selalu menggunakan pupuk Phonska.

5.3. Analisa Kuantitatif

5.3.1. Hasil Uji Asosiasi Cochran Q Test

Pada tujuan pertama dalam penelitian ini yaitu mengidentifikasi atribut apa saja yang ditetapkan oleh petani cabai di Desa Bocek dalam mengidentifikasi

produk pupuk dengan menggunakan Uji Asosiasi Cochran Q Test. Uji Asosiasi dengan menggunakan metode Cochran Q Test merupakan metode yang digunakan untuk mencari segala sesuatu yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum konsumen melakukan pembelian atau menggunakan produk yang bersangkutan. Terlebih dahulu mencari sejumlah atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen apa bila membeli dan menggunakan produk pupuk, dari beberapa atribut yang sebelumnya telah ditentukan oleh peneliti.

Berkaitan dengan atribut-atribut produk pupuk yang telah ditentukan oleh peneliti ada 20 atribut, yakni atribut bentuk pupuk, warna pupuk, kemasan, merek, variasi isi kemasan, keamanan bagi tanah, mudah digunakan, unsur hara, dosis pemakaian, kemudahan diperoleh, kemudahan mendapat informasi, promosi dan iklan produk, harga, perubahan harga, desain, warna kemasan, bentuk kemasan, nama baik perusahaan, nama baik produk dan manfaat produk. Penetapan atribut ini didasarkan pada studi literature penelitian terdahulu sehingga dapat diketahui atribut apa saja yang relevan terhadap produk pupuk sehingga didapatkan 20 atribut.

Setelah menentukan atribut-atribut produk pupuk, dilakukan uji asosiasi menggunakan Cochran Q Test terhadap seluruh atribut. Perhitungan hasil pengujian asosiasi Cochran Q test dari pengujian pertama sampai pengujian ke delapan dapat dilihat pada lampiran 8. Hasil yang didapatkan dari 20 atribut yang telah ditetapkan sebelumnya, terdapat 13 atribut yang dipertimbangkan oleh petani cabai yaitu warna pupuk, kemasan, merek, keamanan bagi tanah, unsur hara, kemudahan diperoleh, kemudahan mendapat informasi, promosi dan iklan produk, harga, desain, nama baik perusahaan, nama baik produk dan manfaat produk. Selanjutnya atribut-atribut tersebut akan digunakan sebagai bahan analisis ditahap lanjutan yaitu analisis *perceived quality* (persepsi kualitas). Berikut ini merupakan Tabel 18. hasil uji asosiasi Cochran untuk atribut produk pupuk yang dipertimbangkan oleh petani :

Tabel 18. Hasil Uji Asosiasi Cochran Q Test Untuk Atribut Produk Pupuk Di Desa Bocek

Pengujian	Atribut yang dihilangkan	Q Hitung	Q Tabel	Keterangan	Kesimpulan
I	79,061	30,144	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
II	Mudah Digunakan	61,289	28,869	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
III	Variasi isi kemasan	52,395	27,587	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
IV	Perubahan harga	42,519	26,296	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
V	Bentuk kemasan	36,118	24,996	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
VI	Dosis pemakaian	30,526	23,685	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
VII	Bentuk pupuk	25,834	22,362	Q hitung > Q tabel	Tolak Ho, Terima Ha
VIII	Warna kemasan	20,308	21,026	Q hitung < Q tabel	Terima Ho, Tolak Ha

Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Berdasarkan Tabel 18. menunjukkan bahwa untuk mendapatkan atribut yang dipertimbangkan, pengujian dengan menggunakan Cochran Q Test dilakukan sebanyak 8 tahap. Hal ini dikarenakan untuk mendapatkan atribut yang dipertimbangkan secara sah, pada pengujian pertama hingga pengujian ketujuh didapatkan nilai Q hitung lebih besar dari Q tabel. Selanjutnya pada perhitungan kedelapan didapatkan nilai Q tabel yang lebih besar dari pada nilai Q hitung. Artinya untuk ketentuan tingkat signifikansi atau $\alpha = 5\%$, nilai Q hitung lebih kecil dari nilai Q tabel, maka H_0 diterima sehingga dapat diinterpretasikan bahwa keseluruhan atribut yang diuji sudah memiliki proporsi jawaban YA yang sama untuk tiap atribut. Artinya sudah ada kesepakatan dari para petani cabai terhadap atribut produk pupuk yang dipertimbangkan.

5.3.2. Analisis *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas) Pada Produk Pupuk

Pada tujuan kedua dari penelitian ini adalah menganalisis *perceived quality* (persepsi kualitas) oleh petani cabai terhadap produk pupuk. *Perceived quality* (persepsi kualitas) merupakan suatu cara untuk mengetahui kinerja yang dinilai oleh konsumen terhadap produk pupuk. Menurut Aaker dalam Dewa (2012), persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas

atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang sama dengan maksud yang diharapkan.

Pengukuran kualitas menurut persepsi konsumen dilakukan dengan menentukan atribut yang dipertimbangkan oleh petani cabai dalam menentukan pilihannya pada berbagai produk pupuk. Atribut tersebut ditentukan melalui uji asosiasi *Cochran Q* test. Dari hasil analisis tersebut diperoleh 13 atribut yang dipertimbangkan petani dalam memilih produk pupuk.

Pada atribut yang dipertimbangkan melalui analisis asosiasi *Cochran Q* test, langkah selanjutnya adalah menentukan merek pesaing. Merek pesaing ditentukan pada saat melakukan penelitian pendahuluan dengan membagi kuisioner kepada 30 orang petani cabai di Desa Bocek. Dari kuisioner tersebut, dilakukan pendataan mengenai merek-merek yang biasanya dipergunakan oleh petani cabai di Desa Bocek.

Petani di Desa Bocek menggunakan beberapa macam jenis pupuk, karena dalam penggunaannya pupuk-pupuk tersebut saling melengkapi dengan menggunakan cara pupuk berimbang. Selanjutnya dilakukan perhitungan terhadap banyaknya orang yang memilih setiap produk pupuk. Dari perhitungan tersebut diperoleh 5 produk pupuk yang dipilih terbanyak oleh petani di Desa Bocek. Produk pupuk tersebut adalah pupuk kandang (kotoran sapi), Pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon, dan pupuk Phonska. Setelah menentukan merek pesaing langkah selanjutnya adalah mengukur performans masing-masing merek dan mengukur tingkat kepentingan setiap atribut. Kemudian langkah terakhir adalah menghitung kualitas total relatif setiap merek dengan membandingkan kelima produk pupuk tersebut.

5.3.2.1. Performans dan Tingkat Kepentingan

Pada pengukuran *Perceived Quality*, didapatkan 13 atribut yang telah dipertimbangkan oleh responden antara lain warna pupuk, kemasan, merek, keamanan bagi tanah, unsur hara, kemudahan diperoleh, kemudahan memperoleh informasi, promosi dan iklan produk, harga, desain, nama baik perusahaan pupuk, nama baik produk pupuk, manfaat produk pupuk.

Daftar pertanyaan pada kuisioner digunakan untuk menghitung total performan yang didapatkan dari data. Hasil data diperoleh dari penjumlahan angka yang dipilih oleh responden pada setiap atribut dalam kuisioner (Simamora, 2004). Total performans berasal dari penjumlahan angka yang telah dipilih oleh 100 responden pada atribut produk pupuk yang diteliti. Skala pengukuran untuk skor total performans terdiri dari 5 kategori pilihan yang terkecil (angka 1) sampai yang terbesar (angka 5) yakni tidak baik sampai sangat baik. Tingkat kepentingan atribut menggunakan skala pengukuran yang terdiri dari 5 kategori pilihan dari angka terkecil tidak penting (angka 1) sampai angka terbesar sangat penting (angka 5). Dari adanya data total tingkat kepentingan dan total performan atribut, selanjutnya dilakukan perhitungan skor total dari tingkat kepentingan dan performan atribut pada Tabel 19.:

Tabel 19. Skor Tingkat Kepentingan dan Skor Performan Produk Pupuk Di Desa Bocek

Atribut	Tingkat Kepentingan	Performan Produk Pupuk					
		Pupuk Kandang	Petroganik	Mutiara 16-16-16	Super Star Cap Tawon	Phonska	Rata-rata
Warna pupuk	4,25	2,87	2,95	3,5	3,15	3,25	3,14
Kemasan	3,41	2,86	3,48	3,6	3,56	3,5	3,40
Merek	4,3	2,92	3,34	3,6	3,46	4,02	3,47
Keamanan bagi tanah	3,17	4,4	4,43	3,08	3,25	3,5	3,73
Unsur hara	4,37	4,49	4,47	4,62	4,62	4,59	4,56
Kemudahan memperoleh pupuk	3,18	4,46	4,19	4,42	4,36	4,27	4,34
Kemudahan memperoleh informasi pupuk	3,04	3,14	3,89	3,8	3,71	4,09	3,73
Promosi dan iklan produk pupuk	2,9	3,27	4,28	4,02	4,04	4,3	3,98
Harga	4,38	4,56	4,36	3,86	4,09	4,53	4,28
Desain	2,89	2,9	3,29	3,01	3,12	3,31	3,13
Nama baik perusahaan	3,47	2,99	4,14	3,25	3,03	4,16	3,51
Nama baik produk	3,18	4,19	4,1	4,28	4,24	4,2	4,20
Manfaat pupuk	4,45	4,53	4,46	4,62	4,62	4,52	4,55
Total	46,99	47,58	51,38	49,66	49,25	52,24	50,022

Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Cara menghitung skor total yaitu dengan membagi total kepentingan dan total performan dengan jumlah responden (Simamora, 2004). Cara perhitungan skor tingkat kepentingan dan skor performan produk dapat dilihat pada lampiran 9.

Pada Tabel 19. menunjukkan hasil dari skor total tingkat kepentingan dan skor total performan produk pupuk, serta tabel rata-rata yang didapatkan dengan menjumlah seluruh performan dari tiap atribut produk pupuk kemudian dibagi 5, yang merupakan 5 macam produk pupuk yang tidak bermerek dan yang bermerek. Pada tabel skor tingkat kepentingan (bobot) diurutkan tertinggi pertama yaitu atribut manfaat produk sebesar 4,45, skor tertinggi kedua atribut harga sebesar 4,38, dan skor tertinggi ketiga atribut kandungan produk pupuk sebesar 4,37. Dapat diketahui tiga tertinggi dari skor tingkat kepentingan yaitu manfaat produk pupuk, harga dan unsur hara pupuk. Semakin besar skor yang didapatkan, menandakan semakin besar tingkat kepentingan produk pupuk yang dipilih oleh petani cabai berdasarkan atribut yang telah ditentukan. Selanjutnya dapat diketahui skor total performan dari kelima produk pupuk yang paling mendekati atau melebihi dari skor tingkat kepentingan yang tiga tertinggi, untuk atribut manfaat produk pupuk skor performan tertinggi ada pada merek pupuk Mutiara 16-16-16 dan merek pupuk Super Star Cap Tawon sebesar 4,62. Skor performan pada merek pupuk Mutiara 16-16-16 dan merek pupuk Super Star Cap Tawon melebihi dari skor tingkat kepentingan pada atribut manfaat produk pupuk, berarti performan dari merek pupuk tersebut sudah baik sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh petani cabai. Selanjutnya atribut harga skor performan tertinggi ada pada pupuk kandang sebesar 4,56. Skor performan dari pupuk kandang melebihi dari skor tingkat kepentingan atribut harga, berarti performan dari pupuk tersebut sudah baik dan sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh petani cabai. Kemudian atribut kandungan pupuk skor performan tertinggi ada pada merek pupuk Mutiara 16-16-16 dan merek pupuk Super Star Cap Tawon sebesar 4,62. Dari skor tingkat kepentingan dan skor performan produk pupuk, dapat diartikan bahwa produk pupuk merek Mutiara 16-16-16 dan merek Super Star Cap Tawon hampir mendekati tingkat kepentingan yang diinginkan oleh petani cabai dibandingkan produk pupuk lainnya.

Tahap selanjutnya adalah mengetahui harga relatif dari produk pupuk. Harga relatif diperoleh dari harga suatu produk dibagi dengan harga produk rata-rata (Simamora,2004). Cara perhitungan harga relatif dapat dilihat pada lampiran 9. Berikut ini Tabel 20. harga relatif produk pupuk di bawah ini :

Tabel 20. Harga Relatif Produk Pupuk Di Desa Bocek

Harga	Pupuk Kandang	Petroganik	Mutiara	Super Star Cap Tawon	Phonska	Rata- rata
Tiap Produk	15.000,00	20.000,00	380.000,00	195.000,00	115.000,00	145.000,00
Relatif	0,10	0,14	2,62	1,34	0,79	

Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Pada Tabel 20. menunjukkan harga jual masing – masing produk pupuk. Harga relatif yang paling kecil ada pada pupuk kandang sebesar 0,10 berarti Pupuk Kandang memiliki nilai relatif lebih murah dari harga produk pupuk rata-rata. Sedangkan harga relatif paling besar ada pada Pupuk Mutiara 16-16-16 sebesar 2,62 yang berarti Pupuk Mutiara memiliki nilai relatif yang paling besar diantara 4 produk pupuk lainnya. Tujuan dimasukkannya harga setiap produk pupuk adalah untuk mengetahui perbandingan harga dari tiap produk pupuk.

Tahap selanjutnya adalah mengetahui tingkat kepentingan relatif (bobot) dan PQ relatif. Cara mengukur tingkat kepentingan relatif (bobot), diperoleh dari skor tingkat kepentingan dibagi dengan total skor tingkat kepentingan, sedangkan untuk PQ relatif diperoleh dari skor produk pupuk pada setiap atribut dibagi dengan skor rata-rata kelima produk pupuk untuk atribut tersebut (Simamora, 2004). Cara perhitungan tingkat kepentingan relatif (bobot) dan PQ relatif dapat dilihat pada lampiran 9.

Tabel 21. menunjukkan bobot dari produk pupuk, untuk bobot tertinggi dimiliki oleh atribut warna, merek, unsur hara, harga dan manfaat produk pupuk dengan skor 0,9. Sedangkan tertinggi kedua ditempati oleh atribut kemasan, keamanan bagi tanah, kemudahan memperoleh pupuk, nama baik perusahaan dan nama baik produk dengan skor 0,7. Terakhir bobot relatif tertinggi ketiga ditempati oleh atribut kemudahan memperoleh informasi, promosi dan iklan produk serta desain dengan skor 0,6.

Pada performans relatif (PQ) paling tertinggi pada pupuk kandang ditunjukkan melalui atribut keamanan produk pupuk dengan skor 1,18 dan yang terendah adalah atribut promosi dan iklan produk pupuk dengan skor 0,82. Performan relatif produk pupuk Organik Super Petroganik yang paling tinggi ditunjukkan oleh atribut nama baik perusahaan pupuk dengan skor 1,18 dan yang terendah adalah atribut warna pupuk dengan skor 0,94. Performan relatif produk pupuk Mutiara 16-16-16 yang paling tinggi ditunjukkan oleh atribut warna pupuk dengan skor 1,11 dan atribut terendah adalah atribut keamanan bagi tanah dengan skor 0,83. Performan relatif pupuk Super Star Cap Tawon yang paling tinggi ditunjukkan oleh atribut kemasan dengan skor 1,05 dan yang terendah dengan atribut nama baik perusahaan dengan skor 0,86. Terakhir performan relatif pupuk Phonska yang paling tinggi ditunjukkan oleh atribut nama baik perusahaan dengan skor 1,18 dan yang terendah atribut keamanan bagi tanah dengan skor 0,94. Berikut ini Tabel 21. tentang bobot dan PQ relatif produk pupuk:

Tabel 21. Bobot dan PQ Relatif Produk Pupuk Di Desa Bocek

Atribut	Bobot	Performan Produk Pupuk				
		Pupuk Kandang	Petroganik	Mutiara 16-16-16	Super Star Cap Tawon	Phonska
Warna pupuk	0,09	0,88	0,94	1,11	1,00	1,03
Kemasan	0,07	0,84	1,02	1,06	1,05	1,03
Merek	0,09	0,84	0,96	1,04	1,00	1,16
Keamanan bagi tanah	0,07	1,18	1,19	0,83	0,87	0,94
Unsur hara	0,09	0,99	0,98	1,01	1,01	1,01
Kemudahan memperoleh pupuk	0,07	1,03	0,97	1,02	1,00	0,98
Kemudahan memperoleh informasi pupuk	0,06	0,84	1,04	1,02	1,00	1,10
Promosi dan iklan produk pupuk	0,06	0,82	1,07	1,01	1,01	1,08
Harga	0,09	1,07	1,02	0,90	0,96	1,06
Desain	0,06	0,93	1,05	0,96	1,00	1,06
Nama baik perusahaan	0,07	0,85	1,18	0,92	0,86	1,18
Nama baik produk	0,07	1,00	0,98	1,02	1,01	1,00
Manfaat pupuk	0,09	1,00	0,98	1,02	1,02	0,99
RELATIF PQ TOTAL		0,94	1,03	0,99	0,98	1,05

Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Tabel 21., menunjukkan PQ relative dari penjumlahan performan relatif dibagi 13 atribut produk pupuk. PQ masing-masing produk pupuk antara lain pupuk kandang sebesar 0,96, pupuk Petroganik sebesar 1,03, pupuk Mutiara 16-16-16 sebesar 0,99, pupuk Cap Tawon sebesar 0,98, dan pupuk Phonska sebesar 1,05. Dari kelima produk pupuk tersebut, kualitas pupuk Phonska dipersepsikan yang paling baik bagi petani cabai yang ditunjukkan oleh nilai PQ paling tinggi dibandingkan dengan yang lain. Dari hasil PQ dapat diketahui bahwa persepsi kualitas tertinggi pupuk bagi petani cabai ada pada pupuk Phonska, pupuk Petroganik, pupuk Cap Tawon, pupuk Mutiara dan yang terakhir pupuk kandang.

5.3.3. Pembinaan Atribut Produk Pupuk

Pada tujuan ketiga dari analisis ini adalah mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang perlu dibenahi oleh perusahaan produk pupuk bagi petani cabai di Desa Bocek menggunakan analisis pembinaan atribut produk pupuk. Berikut Tabel 22. Posisi produk posisi produk pupuk di Desa Bocek:

Tabel 22. Posisi Produk Pupuk Di Desa Bocek

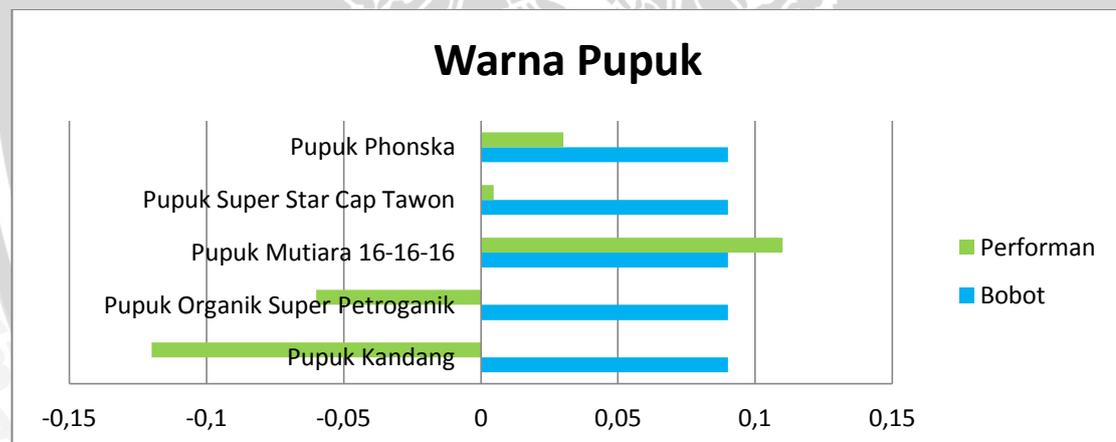
Atribut	Bobot	Performan Produk Pupuk				
		Pupuk Kandang	Petroganik	Mutiara 16-16-16	Super Star Cap Tawon	Phonska
Warna pupuk	0,09	-0,12	-0,06	0,11	0,00	0,03
Kemasan	0,07	-0,16	0,02	0,06	0,05	0,03
Merek	0,09	-0,16	-0,04	0,04	0,00	0,16
Keamanan bagi tanah	0,07	0,18	0,19	-0,17	-0,13	-0,06
Unsur hara	0,09	-0,01	-0,02	0,01	0,01	0,01
Kemudahan memperoleh pupuk	0,07	0,03	-0,03	0,02	0,00	-0,02
Kemudahan memperoleh informasi pupuk	0,06	-0,16	0,04	0,02	0,00	0,10
Promosi dan iklan produk pupuk	0,06	-0,18	0,07	0,01	0,01	0,08
Harga	0,09	0,07	0,02	-0,10	-0,04	0,06
Desain	0,06	-0,07	0,05	-0,04	0,00	0,06
Nama baik perusahaan	0,07	-0,15	0,18	-0,08	-0,14	0,18
Nama baik produk	0,07	0,00	-0,02	0,02	0,01	0,00
Manfaat pupuk	0,09	0,00	-0,02	0,02	0,02	-0,01

Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Perbaikan atribut dilakukan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya, sehingga persepsi kualitas petani terhadap produk pupuk meningkat. Hasil dari perhitungan PQ, dapat digunakan ke tahap selanjutnya yaitu melakukan pembenahan atribut oleh masing-masing perusahaan pupuk dalam memperbaiki kualitas. Caranya dengan menghitung skor performan relatif tiap produk (kecuali skor bobot) dikurangi dengan rata-rata PQ relatif. Cara perhitungan pembenahan atribut produk pupuk dapat dilihat pada lampiran 11. Hasil perhitungan dari atribut produk pupuk dapat dilihat pada lampiran 11. Hasil perhitungan dari atribut produk dapat dilanjutkan dengan membuat pemetaan menggunakan diagram batang untuk masing – masing produk pupuk. Diagram pemetaan akan menunjukkan performan pada setiap atribut, apakah atribut tersebut bernilai positif atau negatif.

Pada Tabel 22. menunjukkan data dari tiap produk pupuk yang bernilai positif dan negatif, kemudian dibuat pemetaan atau peta posisi melalui diagram batang. Berikut ini adalah gambar peta posisi pada produk pupuk :

1. Peta posisi produk pupuk atribut warna pupuk



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

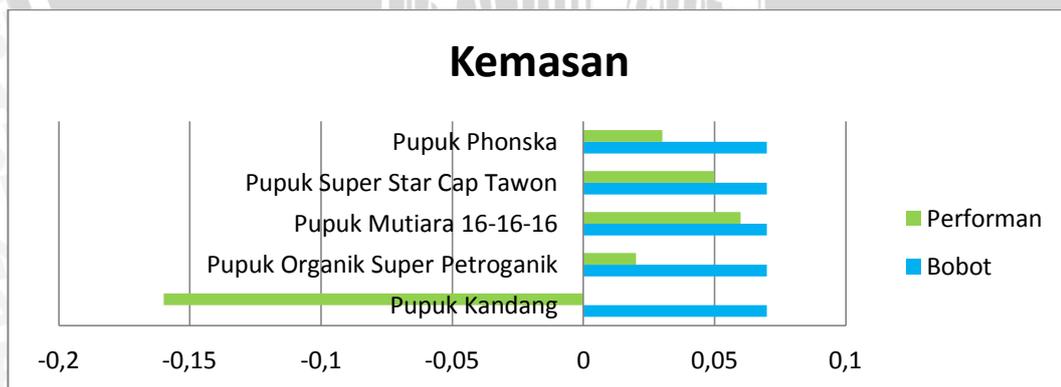
Gambar 5. Peta Posisi untuk Atribut Warna Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 5. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut warna pupuk ke arah positif, yaitu sebesar 0,09. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut warna pupuk sebesar 0,09. Keinginan tersebut menjadi pembandingan bagi persepsi kualitas pada atribut warna tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut warna pupuk, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif untuk atribut warna pupuk

yaitu pada pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,11 dan pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,00 dan pupuk Phonska 0,03. Keunggulan warna pupuk dimiliki oleh pupuk anorganik, sebagai pembantu bagi petani dalam mengingat dan membedakan antar produk pupuk, selain itu responden petani cabai memiliki sebutan bagi tiap produk pupuk anorganik sesuai dengan warna pupuk tersebut. Warna pupuk Mutiara 16-16-16 adalah biru, petani menyebutnya pupuk biru. Warna untuk pupuk Super Star Cap Tawon adalah jingga (*orange*), petani menyebutnya pupuk *orange*. Warna untuk pupuk Phonska adalah merah muda, petani menyebutnya pupuk merah muda/pink.

Performans relatif negatif untuk atribut warna pupuk yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,12 dan pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar -0,06. Nilai negatif yang didapatkan oleh pupuk organik yaitu pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik, dikarenakan responden petani cabai kurang memperhatikan tentang warna dari pupuk organik. Responden memiliki anggapan bahwa warna pupuk organik tetap saja sama, yaitu coklat tua atau coklat kehitaman. Namun ada beberapa responden yang mengetahui perbedaan dari warna pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik, dimana perbedaan warna tersebut dapat menunjukkan produk pupuk organik yang baik.

2. Peta posisi produk pupuk atribut kemasan



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

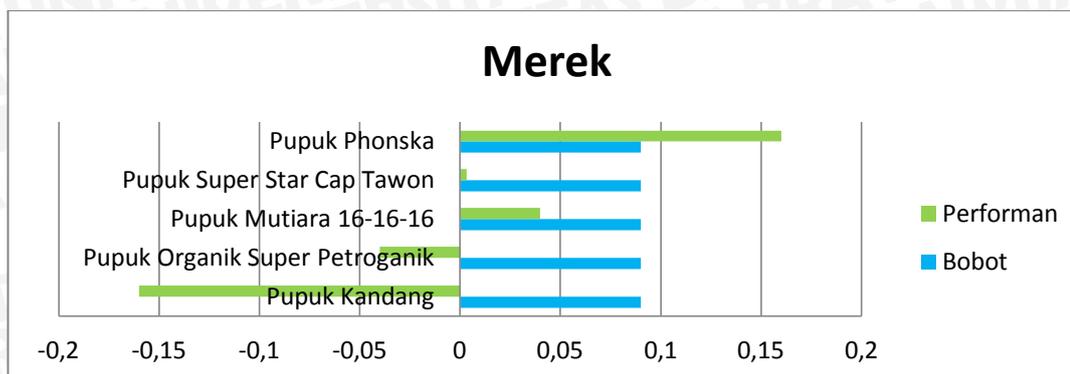
Gambar 6. Peta Posisi untuk Atribut Kemasan Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 6. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut kemasan ke arah positif, yaitu sebesar 0,07. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan

petani cabai pada atribut kemasan sebesar 0,07. Keinginan tersebut menjadi pembandingan bagi persepsi kualitas pada atribut kemasan yang terdapat pada tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut kemasan, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif atribut kemasan ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif untuk atribut kemasan yaitu pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar 0,02, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,06, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,05 dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,03. Keunggulan dari pupuk tersebut terhadap atribut kemasan, disebabkan produk pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska memiliki kemasan sebagai pembungkus pupuk. Produk pupuk tersebut merupakan pupuk buatan, yang telah dikemas agar dapat mempermudah petani dalam pengaplikasian dilahan. Responden petani cabai menyukai kemasan yang ada pada produk pupuk tersebut, karena dapat mempermudah petani saat dibawa ke lahan, kemasan pupuk juga mempermudah petani dalam penyimpanan, karena untuk pupuk anorganik jika tidak dikemas dengan rapat akan cepat menguap.

Performans relatif negatif untuk atribut kemasan hanya dimiliki oleh pupuk kandang dengan skor sebesar -0,16. Nilai negatif pada pupuk kandang dikarenakan pupuk kandang tidak memiliki kemasan khusus, kebanyakan pupuk kandang dibuat sendiri oleh petani di Desa Bocek, atau petani membelinya kepada orang yang menjual pupuk kandang. Pupuk kandang yang dibuat sendiri ataupun yang dibeli oleh petani tetap tidak memiliki kemasan sebagai pembungkus pupuk, sehingga pada saat akan dibawa ke lahan petani mengalami kesulitan, selain itu juga memerlukan plastik yang besar untuk dapat membawa pupuk kandang ke lahan.

3. Peta posisi produk pupuk atribut merek



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

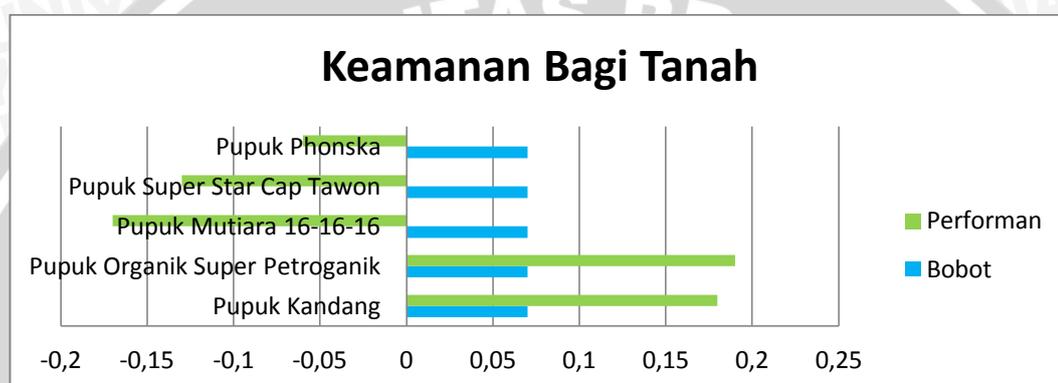
Gambar 7. Peta Posisi untuk Atribut Merek Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 7. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut merek ke arah positif, yaitu sebesar 0,09. Nilai dari bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai terhadap atribut merek sebesar 0,09. Keinginan tersebut sebagai harapan petani cabai terhadap atribut merek yang ada pada produk pupuk. Keinginan dari atribut merek akan dibandingkan dengan persepsi kualitas atribut merek pada tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut merek, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot produk pupuk sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. performans relatif positif untuk atribut merek yaitu pada pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,04, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,00 dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,16. Keunggulan dari atribut merek dimiliki oleh pupuk anorganik yaitu pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska, karena pupuk anorganik tersebut lebih lama berada dipasaran serta pemakaian pupuk anorganik selalu diperlukan oleh para petani saat budidaya. Responden petani cabai di Desa Bocek, hampir seluruhnya sudah mengenal, menggunakan atau pernah menggunakan produk pupuk tersebut. Produk pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon, dan pupuk Phonska memberikan dampak positif karena keunggulan dari pemakaian produk pupuk tersebut kepada petani cabai, dan menghasilkan merek (produk pupuk) yang melekat dibenak petani cabai.

Performans relatif negatif untuk atribut merek yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,16 dan pupuk organik Super Petroganik dengan skor

sebesar -0,04. Nilai negatif yang didapatkan pupuk kandang, disebabkan oleh cara pembuatan pupuk kandang di Desa Bocek dibuat sendiri oleh petani yang memelihara hewan ternak, sehingga untuk merek dari pupuk kandang tidak ada. Pada pupuk Organik Super Petroganik merupakan produk pupuk organik yang baru 3 tahun beredar dipasaran. Responden petani cabai sebagian masih kurang mengetahui tentang produk pupuk Organik Super Petroganik, sehingga merek dari pupuk Organik Super Petroganik belum banyak diketahui oleh petani cabai.

4. Peta posisi produk pupuk atribut keamanan bagi lingkungan



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

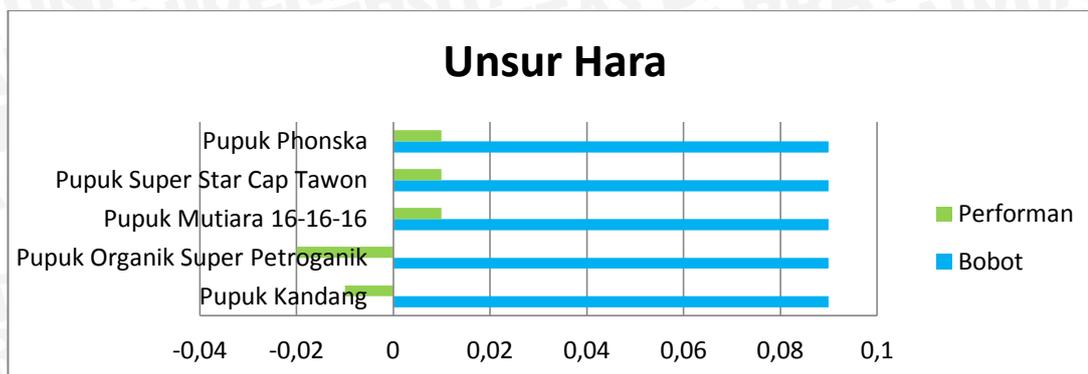
Gambar 8. Peta Posisi untuk Atribut Keamanan Bagi Tanah Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 8. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut keamanan bagi tanah ke arah positif, yaitu sebesar 0,07. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut keamanan bagi tanah sebesar 0,07. Keinginan tersebut menjadi pembanding bagi persepsi kualitas pada atribut keamanan bagi tanah pada tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut keamanan penggunaan pupuk bagi tanah, bisa diketahui dari nilai performans relative dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relative ada yang positif dan negative. performans relative positif untuk atribut keamanan bagi penggunaan pupuk di tanah yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar 0,18 dan pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar 0,19. Keunggulan dari penggunaan pupuk di tanah bagi keamanan produk pupuk kandang, yaitu pada penggunaan pupuk kandang yang ada di Desa Bocek, responden petani cabai mengetahui bahwa logam berat tidak boleh ada pada tanaman, apa lagi melalui pemupukan,

sehingga petani sangat memperhatikan penggunaan pupuk bagi tanaman. Responden petani cabai tidak merasakan adanya pemadatan tanah dalam penggunaan pupuk kandang di lahan. Malah hasil dari penggunaan pupuk kandang lebih mempermudah petani dalam pengolahan tanah. Keunggulan pada pupuk Organik Super Petroganik yang diketahui oleh responden petani cabai, bahwa pupuk Organik Super Petroganik tidak terdapat kandungan logam berat, selain itu penggunaan pupuk Organik Super Petroganik tidak menyebabkan pemadatan tanah. Hal itu dikarenakan petani cabai menganggap bahwa penggunaan pupuk organik seperti pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik membantu dalam mempermudah pengolahan tanah, sehingga pemadatan tanah tidak terjadi.

Performans relative negative untuk atribut keamanan bagi tanah pada penggunaan pupuk yaitu pada pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar -0,17, pupuk Super Star Cap Tawon dengan Skor sebesar -0,13 dan pupuk Phonska dengan skor sebesar -0,06. Nilai negatif yang didapatkan oleh pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska yang termasuk dalam pupuk anorganik, dinilai oleh responden petani cabai bahwa penggunaan pupuk anorganik tersebut di lahan menyebabkan pemadatan tanah. hal tersebut menjadi kendala bagi petani, karena pengolahan tanah menjadi lebih sulit, tanahnya menjadi lebih keras. Penggunaan pupuk anorganik bagi tanaman cabai memang harus diseimbangkan, karena jika menggunakan pupuk anorganik tentu hasil tanaman cabai akan baik dari segi kualitas dan kuantitas, namun jika pupuk anorganik dipergunakan terus menerus tanpa ada penggunaan pupuk organik maka tanah yang digunakan untuk budidaya akan mengalami perubahan, terjadi pemadatan tanah dan tanaman cabai yang tadinya baik kualitas dan kuantitasnya akan menurun. Oleh karena itu penggunaan pupuk organik seperti pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik dapat membantu dalam menyeimbangkan penggunaan pupuk anorganik di lahan.

5. Peta posisi produk pupuk atribut Unsur Hara



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

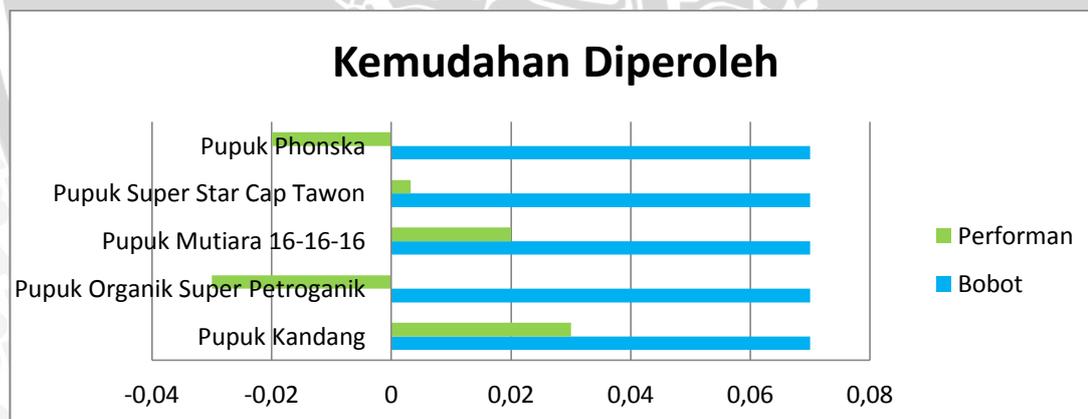
Gambar 9. Peta Posisi untuk Atribut Unsur Hara Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 9. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut unsur hara ke arah positif, yaitu sebesar 0,09. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut unsur hara sebesar 0,09. Keinginan tersebut menjadi pembandingan persepsi kualitas pada atribut unsur hara untuk tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut unsur hara, bisa diketahui dari nilai performans relatif tiap produk pupuk dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif untuk atribut unsur hara yaitu pada pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,01, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,01, dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,01. Keunggulan dari produk pupuk tersebut adalah unsur hara berupa komposisi Nitrogen (N), Fosfat (P) dan Kalium (K) yang tepat, sehingga dapat membantu memenuhi kebutuhan tanaman cabai. Kandungan pupuk yang ada pada pupuk Mutiara 16-16-16 yaitu Nitrogen 16 %, Fosfat 16 %, Kalium 16 %, memiliki kandungan tambahan berupa Magnesium Oksida 1,5 % dan Kalsium Oksida 5,0 %. Pada pupuk Super Star Cap Tawon kandungan pupuk yaitu Nitrogen 16%, Fosfat 16%, kalium 16%, memiliki kandungan tambahan berupa Sulfur 5%. Pada pupuk Phonska kandungan pupuk yaitu Nitrogen 15 %, Fosfat 15 %, Kalium 15 %, memiliki kandungan tambahan berupa Sulfur 10 %. Pupuk anorganik untuk tiap produknya memiliki kandungan tambahan, agar dapat memenuhi kebutuhan tanaman. Responden petani cabai melakukan pencampuran dalam pemakaian pupuk tersebut, misalnya untuk tanaman cabai besar pupuk

yang digunakan bisa 2-3 jenis produk. Hal ini dilakukan oleh responden agar tanaman cabai bisa tumbuh dengan baik dan hasilnya banyak.

Performans relatif negatif untuk atribut unsur hara yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,01 dan pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar -0,02. Nilai negatif yang didapatkan pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik, disebabkan oleh responden petani cabai yang menganggap bahwa kandungan pupuk pada pupuk organik seperti pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik hanya sedikit, dan jangka waktu yang lama bagi tanaman. Kandungan dari komposisi pupuk kandang tidak diketahui secara jelas, responden beranggapan bahwa untuk pupuk kandang memiliki kandungan C-Organik yang tinggi dan kandungan komposisi lainnya sangat sedikit. Pada pupuk Organik Super Petroganik kandungan komposisi pupuk jelas tertera pada kemasan yaitu C-Organik 12,5 %, C/N ratio 10-25, pH 4-8, dan kadar air 4-12 %. Komposisi dari unsur hara pupuk kandang dan pupuk Organik Super Petroganik memang tidak langsung terlihat pada tanaman, karena komposisi pupuk tersebut dapat memenuhi unsur hara dan mineral yang ada di tanah.

6. Peta posisi produk pupuk atribut kemudahan diperoleh



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Gambar 10. Peta Posisi untuk Atribut Kemudahan Diperoleh Produk Pupuk Di Desa Bocek

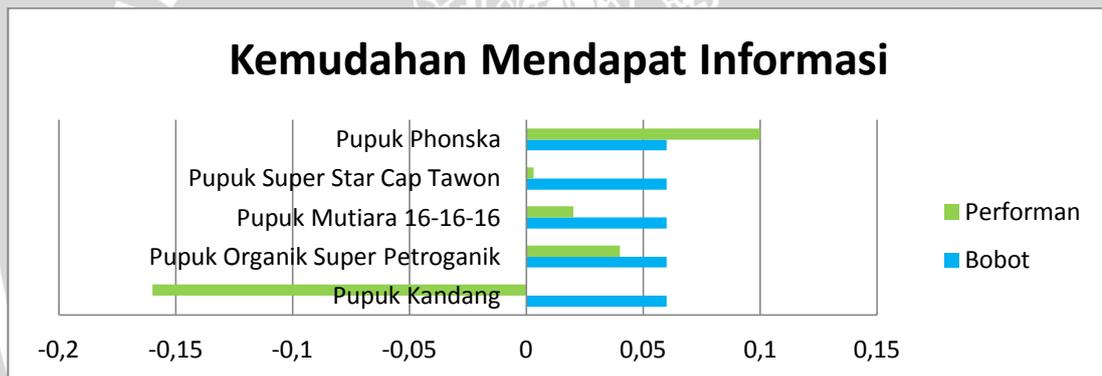
Berdasarkan Gambar 10. dapat diketahui bahwa untuk atribut kemudahan diperoleh, bobot ke arah positif, yaitu sebesar 0,07. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut kemudahan diperoleh sebesar 0,07.

Keinginan tersebut menjadi pembanding bagi persepsi kualitas untuk atribut kemudahan diperoleh tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut kemudahan diperoleh, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif untuk atribut kemudahan diperoleh yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar 0,03, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,02 dan pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,00. Keunggulan yang dimiliki pupuk kandang untuk atribut kemudahan diperoleh, dikarenakan petani yang ada di Desa Bocek sebagian besar memiliki hewan ternak berupa sapi. Kotoran sapi dimanfaatkan oleh petani untuk pupuk kandang. Responden petani cabai sebagian besar memiliki hewan ternak, oleh karena itu lebih mudah mendapatkan pupuk kandang. Keunggulan atribut kemudahan diperoleh dari pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Super Star Cap Tawon yaitu pupuk tersebut merupakan pupuk non subsidi, sehingga apa bila dikios-kios tempat penjualan pupuk sudah hampir habis stok pupuknya, bisa secara langsung mengambil stok pupuk ditempat penyimpanan lainnya yang dijadikan sebagai distributor pupuk.

Performans relatif negatif untuk atribut kemudahan diperoleh yaitu pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar -0,03 dan pupuk Phonska dengan skor sebesar -0,02. Nilai negatif dari pupuk Organik Super Petroganik dan pupuk Phonska disebabkan perlu waktu menunggu stok pupuk datang ke kios-kios dan tempat penjualan resmi stok pupuk sudah habis. Pupuk Organik Super Petroganik dan pupuk Phonska merupakan pupuk subsidi dari pemerintah, dan dalam pendistribusiannya harus sesuai dengan tahap-tahap penyediaan pupuk. Kios-kios dan tempat resmi agen pupuk bersubsidi, harus melaporkan saat stok pupuk tinggal sedikit atau sudah habis kepada distributor yang menyediakan pupuk tersebut, kemudian distributor akan melaporkan tentang kebutuhan pupuk untuk kios-kios yang stok pupuknya kosong. Perusahaan pupuk bersubsidi yang sudah diberi wewenang oleh pemerintah untuk menyediakan pupuk di daerah Jawa Timur adalah PT. Petrokimia Gresik. Pupuk Organik Super Petroganik dan pupuk Phonska merupakan produk dari PT. Petrokimia Gresik, oleh karena itu distributor resmi pupuk subsidi melaporkan ke PT. Petrokimia Gresik dengan melakukan PO (Pre Order), dari PT. Petrokimia Gresik memberikan jawaban kepada distributor

dengan cara DO (*Delivery Order*) yang berisikan tempat pengambilan pupuk (pabrik penyimpanan) yang memiliki stok pupuk untuk kebutuhan di kios-kios dan tempat resmi penjualan pupuk. Distributor yang sudah mendapatkan DO dari perusahaan, mengambil pupuk sesuai dengan pesanan dari DO tersebut. Pabrik tempat penyimpanan pupuk memberikan stok pupuk sesuai dengan DO yang diperlihatkan oleh distributor. Pupuk yang sudah didapatkan oleh distributor kemudian dikirim ke kios-kios dan tempat resmi penjualan pupuk yang sudah memesan. Tahap-tahap dari awal pemesanan pupuk sampai dengan pengiriman stok pupuk memerlukan waktu beberapa hari. Hal ini yang menyebabkan perbedaan dalam ketersediaan stok pupuk saat petani memerlukan pupuk tersebut, antara pupuk subsidi dan pupuk non subsidi.

7. Peta posisi produk pupuk atribut kemudahan mendapat informasi



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Gambar 11. Peta Posisi untuk Atribut Kemudahan mendapat Informasi Produk Pupuk Di Desa Bocek

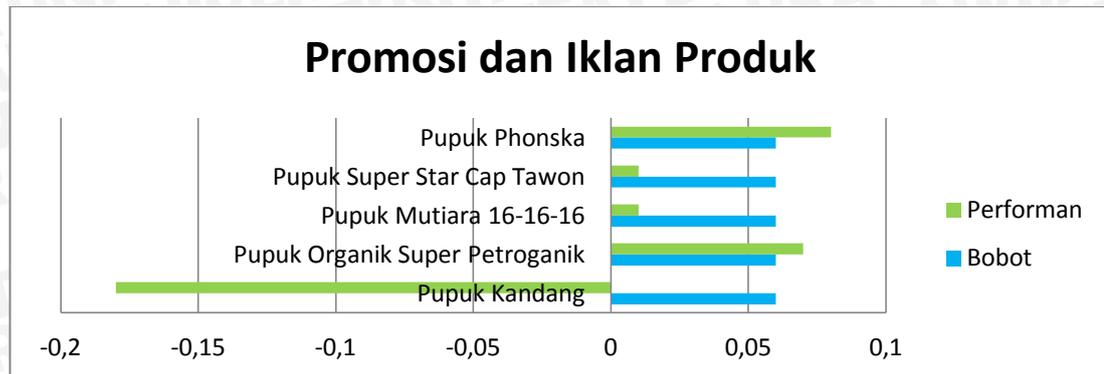
Berdasarkan Gambar 11. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut kemudahan mendapat informasi ke arah positif, yaitu sebesar 0,06. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut kemudahan mendapat informasi sebesar 0,06. Keinginan tersebut menjadi pembanding bagi persepsi kualitas pada atribut kemudahan mendapat informasi untuk tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut kemudahan mendapat informasi, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif untuk atribut kemudahan mendapat informasi yaitu pada pupuk Organik Super



Petroganik dengan skor sebesar 0,04, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,02, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor 0,00 dan pupuk Phonska dengan skor 0,01. Keunggulan dari kemudahan mendapat informasi dimiliki oleh pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap tawon, dan pupuk Phonska, disebabkan pelayanan yang diberikan perusahaan untuk menarik minat konsumen pupuk. Kemudahan informasi yang diberikan oleh perusahaan pupuk merupakan pengenalan dari produk pupuk, terhadap petani. Pengenalan informasi dari perusahaan dilakukan dengan kerja sama dari para pedagang kios-kios pupuk, penyuluhan petani, tukar informasi sesama petani.

Performans relatif negatif untuk atribut kemudahan mendapat informasi tentang produk pupuk yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,16. Nilai negatif yang didapatkan dari pupuk kandang, dikarenakan informasi yang didapatkan tentang produk pupuk tersebut tidak terlalu banyak dilakukan. Hal ini dikarenakan petani mengetahui tentang manfaat pupuk sudah lama, melalui penyuluhan dan pemanfaatan dari kotoran hewan ternah yang banyak diusahakan oleh petani di Desa Bocek. Pemanfaatan kotoran hewan agar dapat dijadikan pupuk bagi tanaman mendapatkan respon baik dari petani, sehingga untuk seterusnya dari informasi yang ada tentang produk pupuk kandang tidak terlalu dipentingkan oleh petani. Kemudahan informasi yang ada pada pupuk kandang, dirasa petani sudah cukup karena petani untuk proses pembuatan dan penggunaan pupuk kandang tidak memiliki kendala. Kemampuan petani dalam pengolahan sendiri pupuk kandang melalui informasi singkat dari petani lain, dan langsung mempraktekkan sendiri tanpa bantuan dari orang yang berpengalaman.

8. Peta posisi produk pupuk atribut promosi dan iklan produk



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Gambar 12. Peta Posisi untuk Atribut Promosi dan Iklan Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 12. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut promosi dan iklan produk pupuk mengarah ke positif, yaitu sebesar 0,06. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut promosi dan iklan produk pupuk sebesar 0,06. Keinginan tersebut menjadi pembandingan bagi persepsi kualitas yang ada pada atribut promosi dan iklan produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut promosi dan iklan, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif untuk atribut promosi dan iklan produk pupuk yaitu pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar 0,07, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,01, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,01, dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,08. Keunggulan promosi dan iklan yang dimiliki oleh pupuk Organik Super Petroganik, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska dikarenakan perusahaan dalam menarik minat konsumen pupuk (petani) melalui promosi dan iklan dari masing-masing produk pupuk. Promosi dan iklan yang dilakukan bisa dengan memberikan brosur dan pamflet kepada petani, selain itu bisa dengan memberikan hadiah pada saat-saat tertentu membeli produk.

Performans relatif negatif untuk atribut promosi dan iklan produk pupuk yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,18. Nilai negatif promosi dan iklan produk pupuk kandang dikarenakan produksi pupuk kandang dibuat sendiri oleh sebagian besar responden petani cabai, sehingga promosi dan iklan untuk pupuk

kandang tidak diperlukan. Bagi petani yang tidak memiliki hewan ternak, membeli kotoran hewan kepada peternak hewan yang menyediakannya. Promosi dan iklan jarang ada, bahkan untuk sebagian responden petani tidak mengetahui orang-orang yang menjual pupuk kandang.

9. Peta posisi produk pupuk atribut harga



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Gambar 13. Peta Posisi untuk Atribut Harga Produk Pupuk Di Desa Bocek

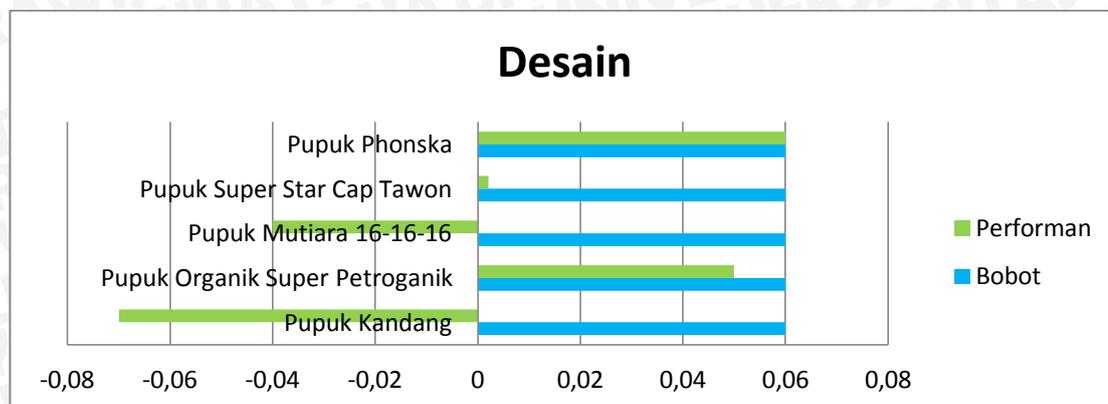
Berdasarkan Gambar 13. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut harga ke arah positif, yaitu sebesar 0,09. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut harga sebesar 0,09. Keinginan tersebut menjadi pembanding bagi persepsi kualitas pada atribut harga dari tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut harga, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif untuk harga yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar 0,07, pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar 0,02, dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,06. Keunggulan harga pada pupuk kandang dikarenakan biaya yang dikeluarkan selama proses pembuatan dikerjakan sendiri, dengan biaya yang murah. Bagi responden yang memiliki hewan ternak sendiri, memanfaatkan kotoran hewannya untuk pupuk kandang dilahan. Namun bagi petani yang tidak memiliki hewan ternak, bisa membeli pupuk kandang kepada peternak yang menjual kotoran hewan. Harga dari pupuk kandang yang dibeli petani dari peternak sebesar Rp. 15.000/100 kg, dan kotoran hewan tersebut telah diolah sehingga dapat langsung digunakan oleh petani. Keunggulan harga pada pupuk Organik Super Petroganik dikarenakan pupuk Organik Super Petroganik

memiliki harga yang terjangkau untuk pupuk organik dengan berbagai keunggulan lain dari produknya. Harga dari pupuk Organik Super Petroganik adalah Rp. 20.000/40 kg. Responden petani cabai menggunakan pupuk Organik Super Petroganik dilahan dengan campuran pupuk kandang, dimana pupuk Organik Super Petroganik digunakan sebagai pelengkap untuk kekurangan pupuk kandang. Namun ada juga petani yang menggunakan pupuk Organik Super Petroganik sebagai pupuk organik utama dilahannya, tanpa menggunakan pupuk kandang. Pertimbangan petani cabai terhadap pemakaian pupuk dilahan disesuaikan dengan kemampuan petani cabai dalam membeli pupuk, harga disesuaikan dengan keuangan yang ada. Pupuk Organik Super Petroganik merupakan pupuk organik subsidi dari pemerintah, sehingga harga dari pupuk Organik Super Petroganik telah disesuaikan dengan kemampuan pembelian pupuk bagi petani. Keunggulan harga dari pupuk Phonska dikarenakan pupuk Phonska merupakan pupuk NPK yang disubsidi oleh pemerintah, sehingga harganya lebih terjangkau dibanding pupuk NPK jenis lainnya. Kebutuhan petani cabai terhadap pupuk Phonska, merupakan salah satu pupuk yang harus digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanaman cabai. Harga dari pupuk Phonska adalah Rp.115.000/50 kg. Bagi petani cabai harga dari pupuk Phonska sangat membantu untuk petani yang keuangannya kurang, dengan berbagi keunggulan lainnya yang ada pada pupuk Phonska.

Performans relatif negatif harga yaitu pada pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar -0,01 dan pupuk Super Star Cap tawon dengan skor sebesar -0,04. Nilai negatif pada pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Super Star Cap Tawon dikarenakan harga pupuk tersebut termasuk harga yang mahal. Pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Super Star Cap Tawon merupakan pupuk importir dari luar negeri, sehingga tidak ada subsidi dari pemerintah, bagi petani yang ingin menggunakan pupuk tersebut harus mengeluarkan biaya yang lebih mahal dibanding pupuk subsidi. Harga dari pupuk Mutiara 16-16-16 adalah Rp. 380.000/50 kg dan harga pupuk Super Star Cap Tawon adalah Rp. 195.000/50 kg. Harga yang lebih mahal dibanding pupuk subsidi, tidak menjadi permasalahan bagi responden petani cabai, karena pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Super Star Cap Tawon membantu dalam menghasilkan tanaman cabai yang baik. Pemakaian pupuk Mutiara 16-16-16 dan pupuk Super Star Cap Tawon digunakan

dengan campuran pupuk lainnya. Hal ini dilakukan agar penyerapan pupuk bagi tanaman cabai dapat dipenuhi, walaupun harga dari pupuk tersebut lebih mahal.

10. Peta posisi produk pupuk atribut desain



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

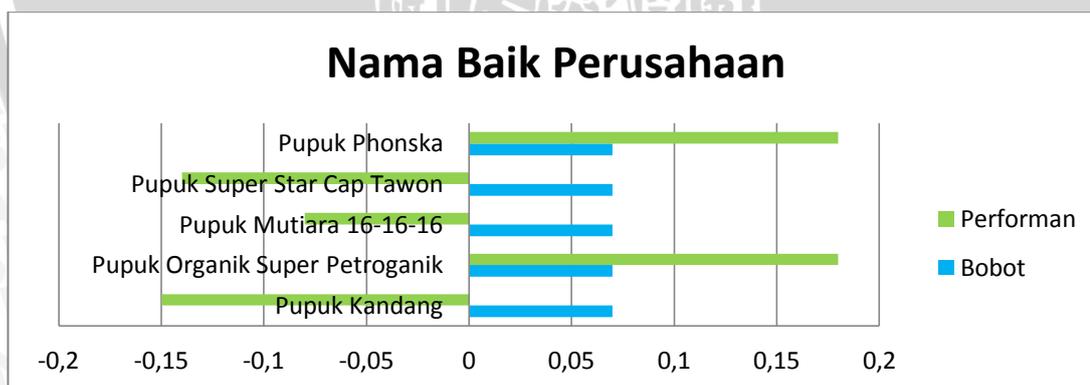
Gambar 14. Peta Posisi untuk Atribut Desain Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 14. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut desain pada produk pupuk ke arah positif, yaitu sebesar 0,06. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut desain sebesar 0,06. Keinginan tersebut menjadi pembandingan bagi persepsi kualitas pada atribut desain yang ada pada masing-masing produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut desain, bisa diketahui dari nilai performans relatif tiap produk pupuk dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif desain yaitu pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar 0,05, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,00 dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,06. Keunggulan desain yang ada pada pupuk Organik Super Petroganik dikarenakan desain berupa tulisan nama produk pupuk, yaitu Petroganik yang ditulis dengan besar pada kemasan sehingga memudahkan petani dalam membaca dari nama produk tersebut, selain itu logo dari PT. Petrokimia Gresik beserta gambar banteng yang menjadi ciri khas dari produksi pupuk PT. Petrokimia Gresik. Keunggulan desain dari pupuk Super Star Cap Tawon berupa gambar Tawon yang besar pada kemasan, yang menandakan bahwa produk pupuk tersebut adalah pupuk Super Star Cap Tawon. Keunggulan desain pupuk Phonska sama dengan pupuk Organik Super Petroganik yaitu ada logo dari

PT. Petrokimia Gresik dan gambar banteng sebagai ciri khas dari pupuk produksi Pt. Petrokimia Gresik. Tulisan lain yang ada pada kemasan sebagai salah satu desain produk adalah tulisan tentang keterangan komposisi kandungan pupuk yang selalu dicantumkan. Hal itu berlaku untuk semua produk pupuk buatan perusahaan yang memiliki kemasan.

Performans relatif negatif desain yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,07 dan pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar -0,04. Nilai negatif desain pada pupuk kandang dikarenakan pupuk kandang tidak memiliki kemasan sehingga desain (tulisan, logo, gambar atau simbol) tidak ada. Responden petani cabai tidak memperhatikan kemasan untuk pupuk kandang karena dibuat sendiri, sehingga pupuk kandang tidak memiliki desain seperti pupuk lain buatan perusahaan. Nilai negatif desain pada pupuk Mutiara 16-16-16 disebabkan oleh tulisan yang ada pada pupuk Mutiara 16-16-16 yang dianggap responden petani cabai kurang besar, sehingga untuk membacanya perlu ketelitian. Logo dari pupuk Mutiara 16-16-16 juga kurang menarik bagi petani, bahkan ada sebagian responden yang tidak mengetahui logo dari pupuk Mutiara 16-16-16.

11. Peta posisi produk pupuk atribut nama baik perusahaan



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Gambar 15. Peta Posisi untuk Atribut Nama Baik Perusahaan Produk Pupuk Di Desa Bocek

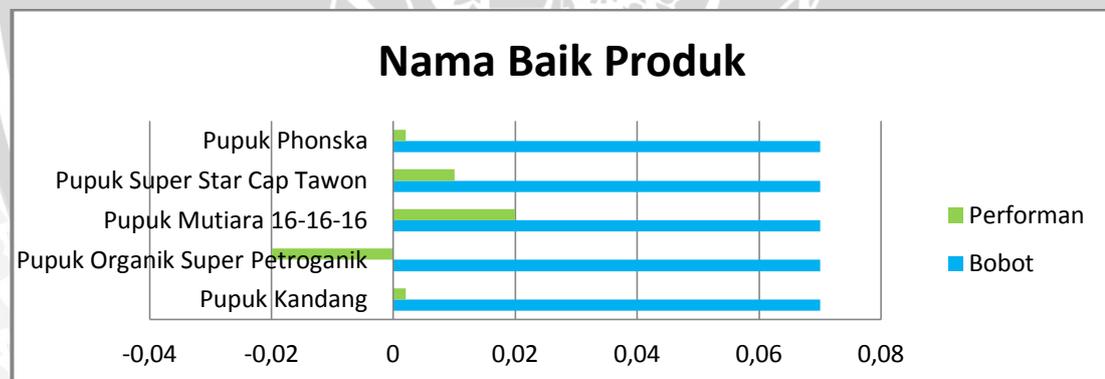
Berdasarkan Gambar 15. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut nama baik perusahaan pupuk ke arah positif, yaitu sebesar 0,07. Nilai dari bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai terhadap atribut nama baik

perusahaan pupuk sebesar 0,07. Keinginan tersebut sebagai harapan petani cabai terhadap atribut nama baik perusahaan yang ada pada produk pupuk. Keinginan dari atribut nama baik perusahaan akan dibandingkan dengan persepsi kualitas atribut nama baik perusahaan pada tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut nama baik perusahaan, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot produk pupuk sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. Performans relatif positif nama baik perusahaan yaitu pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar 0,18 dan pupuk Phonska sebesar 0,18. Keunggulan yang ada pada pupuk Organik Super Petroganik dan pupuk Phonska dikarenakan perusahaan yang memproduksi pupuk tersebut sudah dikenal oleh responden petani cabai. PT. Petrokimia Gresik merupakan perusahaan yang memproduksi pupuk Organik Super Petroganik dan pupuk Phonska, PT. Petrokimia Gresik merupakan salah satu perusahaan pupuk pemerintah yang memperjual belikan pupuk subsidi. Pemerintah memberikan wewenang kepada PT. Petrokimia Gresik untuk dapat memenuhi kebutuhan produk pupuk di daerah Jawa Timur. Pengenalan produk pupuk dari PT. Petrokimia Gresik melalui berbagai informasi, promosi dan iklan produk sangat banyak, serta pupuk yang diproduksi dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan tanaman.

Performans relatif negatif nama baik perusahaan yaitu ada pada pupuk kandang dengan skor sebesar -0,15, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar -0,08 dan pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar -0,14. Nilai negatif nama baik produk pupuk kandang dikarenakan pupuk kandang tidak khusus diproduksi oleh perusahaan, sehingga responden tidak memberikan kesan dari persepsi kualitas nama perusahaan. Petani yang memproduksi sendiri pupuk kandang memiliki persepsi kualitas sendiri terhadap hasil produksi pupuk kandang, menyatakan bahwa pupuk kandang baik buatannya baik sehingga tidak perlu perusahaan lain yang memproduksi selagi petani mampu. Nilai negatif nama baik perusahaan pada pupuk Mutiara 16-16-16 dikarenakan responden petani cabai tidak mengetahui perusahaan importir yang menangani pupuk Mutiara 16-16-16. Petani cabai mengetahui bahwa pupuk Mutiara 16-16-16 merupakan pupuk dari luar negeri yaitu dari Norwegia, sedangkan perusahaan importir yang ada di

Indonesia adalah PT. Merauke Tetap Jaya hanya sebagian kecil dari responden petani cabai yang mengetahuinya. Pengetahuan tentang perusahaan yang memproduksi pupuk merupakan salah satu cara dalam mengenal produk pupuk yang di anggap memiliki persepsi kualitas baik. Perusahaan memiliki wewenang dan tanggung jawab kepada pupuk yang diproduksi. Nilai negatif nama baik perusahaan pada pupuk Super Star Cap Tawon dikarenakan responden petani cabai banyak yang tidak mengetahui tentang perusahaan importir yang memproduksi pupuk Super Star Cap Tawon. PT. Kertopaten Kencana merupakan perusahaan importir yang berwenang terhadap produk pupuk Super Star Cap Tawon, sebagian kecil responden yang mengetahui perusahaan tersebut. petani cabai lebih banyak mengetahui bahwa pupuk Super Star Cap Tawon merupakan pupuk yang berasal dari luar negeri yaitu korea. Nama baik perusahaan merupakan suatu pengenalan bagi produk pupuk yang akan dipasarkan, jika produk pupuk tersebut baik maka secara tidak langsung petani memiliki persepsi kualitas yang baik terhadap produk pupuk yang produksi oleh perusahaan.

12. Peta posisi produk pupuk atribut nama baik produk



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

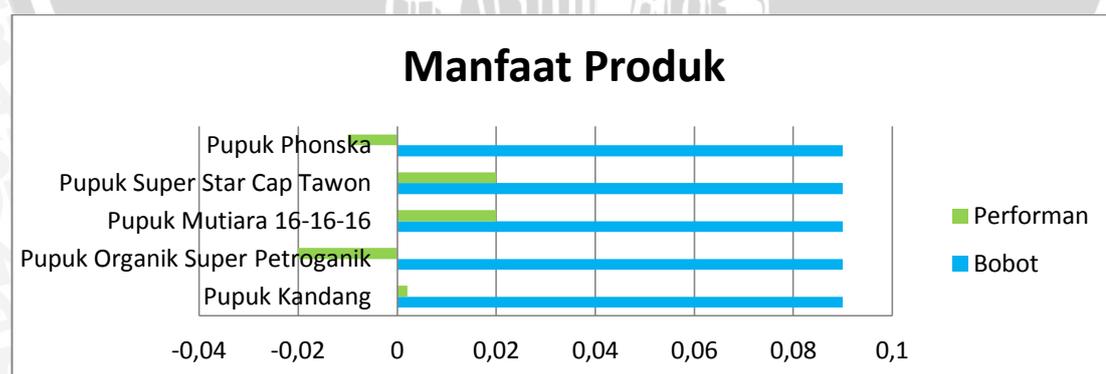
Gambar 16. Peta Posisi untuk Atribut Nama Baik Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 16. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut nama baik produk pupuk ke arah positif, yaitu sebesar 0,07. Nilai bobot menjelaskan tentang keinginan petani cabai pada atribut nama baik produk pupuk sebesar 0,07. Keinginan tersebut menjadi pembanding bagi persepsi kualitas pada atribut nama baik dari tiap produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut nama baik produk, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak

ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. performans relatif positif nama baik produk yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar 0,00, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,02, pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,01 dan pupuk Phonska dengan skor sebesar 0,00. Keunggulan nama baik produk pada pupuk kandang, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska dikarenakan pupuk tersebut telah lama ada, sehingga kesan petani terhadap produk tersebut telah terbentuk. Responden petani cabai yang pernah menggunakan pupuk memiliki kesan bahwa produk pupuk kandang, pupuk Mutiara 16-16-16, pupuk Super Star Cap Tawon dan pupuk Phonska dapat mempertahankan produknya hingga saat ini, berarti pupuk tersebut baik bagi tanaman.

Performans relatif negatif nama baik produk yaitu hanya pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar -0,02. Hal ini disebabkan oleh produk pupuk baru yaitu pupuk Organik Super Petroganik. Responden petani cabai memiliki kesan yang berbeda terhadap produk pupuk yang baru saja ada, perlu waktu untuk mengetahui apakah produk pupuk Organik Super Petroganik baik digunakan dilahan. Belum terbentuknya kesan dari nama produk pupuk Organik Super Petroganik merupakan salah satu tanda bahwa perlu adanya pengenalan produk lebih lanjut kepada petani.

13. Peta posisi produk pupuk atribut manfaat produk



Sumber : Data primer, 2013 (diolah)

Gambar 17. Peta Posisi untuk Atribut Manfaat Produk Pupuk Di Desa Bocek

Berdasarkan Gambar 17. dapat diketahui bahwa bobot untuk atribut manfaat produk pupuk ke arah positif, yaitu sebesar 0,09. Nilai bobot menjelaskan tentang

keinginan petani cabai pada atribut manfaat produk pupuk sebesar 0,09. Keinginan tersebut menjadi pembanding bagi persepsi kualitas pada atribut manfaat dari masing-masing produk pupuk. Baik atau tidaknya nilai dari atribut manfaat produk pupuk, bisa diketahui dari nilai performans relatif dan bobot sebagai tolak ukurnya. Posisi performans relatif ada yang positif dan negatif. performans relatif positif manfaat produk pupuk yaitu pada pupuk kandang dengan skor sebesar 0,00, pupuk Mutiara 16-16-16 dengan skor sebesar 0,02 dan pupuk Super Star Cap Tawon dengan skor sebesar 0,02. Keunggulan manfaat produk pupuk untuk pupuk kandang dikarenakan pupuk kandang dalam penggunaannya dilahan oleh responden petani cabai membantu memenuhi kebutuhan tanaman cabai. Lahan tanaman yang diberi pupuk kandang lebih mudah dalam pengolahannya, tekstur tanah tidak keras, sehingga hasil perakaran tanaman cabai bisa dalam untuk menyerap unsur hara mineral. Keunggulan manfaat produk pupuk Mutiara 16-16-16, karena pupuk Mutiara 16-16-16 memiliki manfaat yang baik untuk tanaman sehingga menghasilkan tanaman cabai yang besar-besar dan kuantitasnya tinggi. Manfaat pupuk Mutiara 16-16-16 langsung dapat dilihat hasilnya pada tanaman cabai, sehingga responden petani cabai senang dalam menggunakan pupuk tersebut, manfaat pupuk dipengaruhi dari kandungan komposisi pupuk, dimana komposisinya lebih beragam sehingga dapat memenuhi lebih banyak kebutuhan tanaman. Keunggulan manfaat produk pupuk Super Star Cap Tawon pada tanaman cabai adalah dalam hasil cabai yang diperoleh lebih baik, bagus dan kuantitasnya tinggi. Membantu dalam memenuhi kebutuhan tanaman cabai, karena kandungan pupuknya lebih banyak.

Performans relatif negatif manfaat produk pupuk yaitu pada pupuk Organik Super Petroganik dengan skor sebesar -0,02 dan pupuk Phonska sebesar -0,01. Nilai negatif manfaat produk pada pupuk Organik Super Petroganik, karena sebagian responden petani cabai memiliki kesan bahwa pupuk Organik Super Petroganik sama saja dengan manfaat pupuk kandang. Hal ini yang menyebabkan penggunaan pupuk Organik Super Petroganik sebagai pelengkap dari pupuk kandang. Responden yang menggunakan pupuk Organik Super Petroganik sebagai pupuk utama untuk memenuhi kebutuhan pupuk organik, kesan dari pupuk Organik Super Petroganik sebagai pupuk yang baik. Namun jika ada pupuk

kandang petani akan lebih dahulu menggunakan pupuk kandang. Nilai negatif manfaat produk pada pupuk Phonska, karena responden petani cabai memiliki kesan bahwa pupuk Phonska belum dapat memenuhi kebutuhan tanaman cabai, sehingga jika petani hanya menggunakan pupuk Phonska saja hasil tanaman cabai masih kurang optimal. Oleh sebab itu petani cabai menggunakan pupuk campuran NPK, tidak hanya pupuk Phonska saja. Namun menggunakan produk pupuk NPK dari produk lainnya.

5.3.3.1. Deskripsi Pembinaan Atribut Produk Pupuk

1. Pupuk Organik Super Petroganik dan Pupuk Phonska

Pembinaan atribut produk pupuk ditujukan untuk perusahaan pupuk PT. Petrokimia Gresik, karena penelitian ini menggunakan 2 merek pupuk dari PT. Petrokimia Gresik yaitu Pupuk Organik Super Petroganik dan Pupuk Phonska. Pada pupuk Organik Super Petroganik ada beberapa atribut yang masih memiliki nilai kurang (negatif) dari persepsi kualitas petani cabai. Atribut tersebut antara lain warna pupuk, merek, unsur hara, kemudahan diperoleh, nama baik produk, manfaat produk.

Pupuk Organik Super Petroganik merupakan pupuk yang masih dalam tahap sosialisasi, sehingga perlu pengenalan lebih lanjut kepada para konsumen pupuk (petani). Pada atribut warna pupuk yang ada pada pupuk Organik Super Petroganik dirasa petani sama saja, padahal dari perbedaan warna pupuk Organik Super Petroganik lebih coklat tua dibanding pupuk kandang yang berwarna coklat kehitaman. Warna yang ada pada pupuk Organik Super Petroganik sebenarnya merupakan pupuk olahan dari bahan-bahan organik, sehingga warna yang ada pada pupuk tersebut lebih kecoklatan akibat campuran bahan-bahan organik. Pada atribut merek pupuk Organik Super Petroganik memang belum terlalu diketahui oleh petani. Perlu adanya sosialisasi dari perusahaan terhadap merek dari pupuk Organik Super Petroganik. Pada atribut unsur hara pupuk, masih kurang diperhatikan oleh petani. Perusahaan sebaiknya lebih memperkenalkan kelebihan dari pupuk Organik Super Petroganik dari unsur hara pupuknya, dibanding dengan kandungan pupuk anorganik yang banyak mengandung bahan-bahan kimia. Unsur hara Organik Super Petroganik sudah menjelaskan terhadap bahan-

bahan organik yang terkandung, dan unsur hara tersebut dapat mempermudah petani dalam memberikan pupuk di lahan.

Atribut kemudahan diperoleh merupakan salah satu pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen (petani), namun kemudahan diperoleh pada pupuk Organik Super Petroganik dinilai masih kurang. Oleh karena itu perlu adanya ketersediaan pupuk di kios-kios atau tempat penjualan pupuk yang resmi, agar pupuk selalu ada. Petani dalam membeli pupuk perlu menunggu sampai adanya pengiriman pupuk dikios-kios, jika adapun pupuk dikios maka penjualannya tidak bisa terlalu banyak. Hal ini disebabkan kios-kios harus dapat membagi pupuk kepada para petani yang membutuhkan, bukan menyediakan pupuk sesuai keinginan petani dalam jumlah banyak jika ternyata ketersediaan pupuk dikios hampir habis. Pengiriman pupuk oleh distributor resmi pupuk harus lebih dipercepat waktu prosesnya, sehingga lebih cepat dalam menyediakan pupuk dikios-kios. Atribut nama baik produk berhubungan dengan pupuk merek dari pupuk Organik Super Petroganik. Jika petani sudah mengenal tentang produk pupuk Organik Super petroganik, telah menggunakan dan hasil dari penggunaan pupuk tersebut baik, maka secara tidak langsung nama baik produk akan meningkat (terkenal). Atribut manfaat produk pupuk Organik Super Petroganik yang ada di Desa Bocek masih bersaing dengan penggunaan pupuk kandang. Perusahaan perlu memberikan sosialisasi terhadap para petani tentang pupuk Organik Super Petroganik yang memiliki manfaat sama dengan pupuk kandang, bahkan dengan berbagai kelebihan lainnya seperti kemudahan pemakaian, kandungan pupuk yang lengkap, dan lain-lain. Perusahaan bisa lebih focus memberikan pengetahuan kepada para petani konsumen pupuk yang lain terhadap pupuk Organik Super Petroganik.

Perbaikan atribut pada pupuk Phonska yang bernilai negatif ada pada atribut keamanan bagi tanah, kemudahan diperoleh dan manfaat produk. Perbaikan atribut keamanan bagi tanah pada pupuk Phonska perlu dilakukan penelitian lebih lanjut bagi perusahaan, karena petani memiliki keluhan terhadap penggunaan pupuk phonska di lahan yang menyebabkan pemadatan tanah, sehingga untuk tumbuh dan berkembangnya tanaman lebih sulit, sebab akar tanaman tidak bisa masuk ke dalam tanah. Perlu penelitian lebih lanjut bagi

perusahaan terhadap pemakaian pupuk Phonska di lahan. Pada atribut kemudahan diperoleh pada pupuk Phonska sama dengan permasalahan yang ada pada pupuk Organik Super Petroganik, oleh karena itu PT. Petrokimia Gresik sebagai produsen pupuk perlu melakukan perbaikan terhadap atribut tersebut. Perbaikan yang lain yaitu pada atribut manfaat produk. Petani memiliki keluhan terhadap manfaat pupuk di lahan, pupuk Phonska dirasa kurang memberikan manfaat jika digunakan sendiri, harus ada penggunaan campuran dengan pupuk NPK merek lainnya. Perusahaan dapat melakukan penelitian lebih dalam lagi terhadap perbaikan atribut tersebut pada pupuk Phonska.

2. Pupuk Mutiara 16-16-16

Perbaikan atribut produk pupuk Mutiara 16-16-16, yang memiliki performansi kurang pada perusahaan PT. Merauke Tetap Jaya yaitu atribut keamanan bagi tanah, harga, desain dan nama baik perusahaan. Perbaikan untuk atribut keamanan bagi tanah pada pupuk Mutiara 16-16-16, yang disebabkan oleh pemakaian pupuk Mutiara 16-16-16 (pupuk anorganik) pada tanah sehingga terjadi pemadatan tanah, perlu dilakukan penelitian dari perusahaan tentang dampak dari penggunaan pupuk tersebut terhadap tanah. Benar atau tidaknya penggunaan pupuk yang bisa menyebabkan pemadatan tanah, selain itu faktor-faktor yang dapat mendukung sehingga terjadinya pemadatan tanah saat menggunakan pupuk. Hal ini perlu dilakukan karena manfaat pupuk pada dasarnya untuk dapat memenuhi kebutuhan tanah dan tanaman, jika terjadi dampak yang merugikan perlu adanya penelitian yang lebih spesifik dan perbaikan produk. Pada atribut harga yang memang lebih mahal dibandingkan dengan harga pupuk lainnya dalam penelitian ini, menjadi salah satu faktor penting dalam pemilihan suatu produk pupuk. Harga yang relatif lebih mahal dibanding dengan pupuk lain, menjadi hal penting dalam pembelian suatu produk. Petani yang ingin menggunakan produk pupuk tersebut kadang mengalami kendala dari harga yang relatif lebih mahal. Akibatnya konsumen pupuk tidak bisa menggunakan pupuk secara maksimal, karena dalam pembelian pupuk tidak bisa sesuai kebutuhan di lahan. Harga pupuk memiliki pengaruh penting, sehingga untuk proses pembelian dan penggunaan pupuk tidak bisa sesuai harapan. Perlu penentuan harga yang tepat, dalam

mempertimbangkan kemampuan petani yang lebih terjangkau. Pada atribut desain berupa logo, gambar maupun symbol pada kemasan, perlu dilakukan oleh produk. Hal ini dikarenakan desain merupakan salah satu daya tarik dalam menarik konsumen, selain itu penanda yang jelas terhadap suatu produk dan mempermudah dalam mengingat suatu produk. Pada pupuk Mutiara 16-16-16 masih kurang jelas terhadap logo, gambar maupun symbol yang bisa membedakan dengan produk lain. Atribut terakhir yaitu nama baik perusahaan yang kurang diketahui (dikenal) oleh petani. Padahal perusahaan merupakan produsen yang bertanggung jawab terhadap suatu produk, dan semakin perusahaan tersebut dikenal oleh konsumen maka terjadi peningkatan kualitas terhadap produk dari perusahaan tersebut. Perusahaan importir dari pupuk Mutiara 16-16-16 adalah PT. Merauke Tetap Jaya, tapi tidak banyak konsumen (petani cabai) yang mengetahui terhadap produk dari PT. Merauke Tetap Jaya. Perlunya sosialisasi terhadap pengenalan perusahaan dari suatu produk, sehingga konsumen (petani cabai) lebih mempercayai dari adanya produk tersebut, karena ada perusahaan yang bertanggung jawab terhadap produk pupuk yang diproduksinya.

3. Pupuk Super Star Cap Tawon

Perbaikan atribut produk pupuk Super Star Cap Tawon, yang memiliki performans kurang pada perusahaan PT. Kertopaten Kencana yaitu atribut keamanan bagi tanah, harga, dan nama baik perusahaan. Perbaikan atribut keamanan bagi tanah pada pupuk Super Star Cap Tawon (pupuk anorganik) dikarenakan penggunaan pupuk yang memiliki dampak negatif berupa pemadatan tanah. Penggunaan pupuk Super Star Cap Tawon dilahan, dengan adanya dampak negatif tersebut perlu dilakukan penelitian lebih jauh, dengan adanya dampak tersebut dilahan tanam. Manfaat pupuk Super Star Cap Tawon (pupuk anorganik) yang dapat memenuhi kebutuhan tanaman secara cepat, perlu ditinjau lebih jauh terhadap tanah. Hal lain yang menjadi faktor-faktor pendukung sehingga terjadinya pemadatan tanah saat penggunaan pupuk Super Star Cap Tawon perlu diperhatikan dan diteliti lebih mendalam. Pada atribut harga pupuk Super Star Cap Tawon yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan pupuk lainnya dalam penelitian ini, perlu ditinjau lebih jauh, karena harga merupakan salah satu faktor

penting dalam pemilihan suatu produk. Petani yang ingin menggunakan produk pupuk tersebut kadang mengalami kendala dari harga yang relatif lebih mahal. Akibatnya konsumen pupuk tidak bisa menggunakan pupuk secara maksimal, karena saat pembelian pupuk tidak bisa sesuai kebutuhan dilahan. Perlu penentuan harga yang tepat, dalam mempertimbangkan ketetapan harga dengan kemampuan daya beli petani terhadap suatu produk pertanian seperti pupuk. Atribut terakhir yaitu nama baik perusahaan yang kurang diketahui (dikenal) oleh petani. Padahal perusahaan merupakan produsen yang bertanggung jawab terhadap suatu produk, dan semakin perusahaan tersebut dikenal oleh konsumen, maka terjadi peningkatan kualitas terhadap produk dari perusahaan tersebut. Perusahaan importir dari pupuk Super Star Cap Tawon adalah PT. Kertopaten Kencana, tapi tidak banyak konsumen (petani cabai) yang mengetahui terhadap produk dari PT. Kertopaten Kencana. Perlunya sosialisasi terhadap pengenalan perusahaan dari suatu produk, sehingga konsumen (petani cabai) lebih mempercayai dari adanya produk tersebut, karena ada perusahaan yang bertanggung jawab terhadap produk pupuk yang diproduksinya.

