

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman hayati. Apabila potensi sumber daya alam tersebut dikombinasikan dengan sumber daya manusia, modal dan teknologi yang baik akan menjadi penyangga kekuatan sektor pertanian di Indonesia. Sebagai negara agraris yang sedang berkembang, sudah seharusnya Indonesia melakukan banyak pembangunan ke arah yang lebih baik. Tujuan dari pembangunan pertanian itu sendiri untuk meningkatkan produksi, pendapatan, taraf hidup petani, menambah kesempatan kerja dan memperluas kesempatan untuk berusaha. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu perhatian khusus bagi petani di pedesaan karena sebagian besar mereka bekerja di sektor pertanian.

Menurut Hartanto (2010), untuk mencapai hasil produksi tanaman sesuai dengan yang diharapkan, tanaman memerlukan faktor-faktor tumbuh yang optimum. Salah satu faktor tersebut adalah ketersediaan unsur hara di dalam tanah. Tanah memiliki dua fungsi dalam budidaya tanaman, yaitu sebagai sumber penyedia unsur hara dan air bagi tanaman, serta tempat perakaran tanaman. Fungsi tanah sebagai penyedia unsur hara dan air bagi tanaman dapat menghilang sehingga menyebabkan kesuburan tanah menurun menjadi tanah marjinal. Tanah marjinal untuk budidaya tanaman merupakan tanah yang mempunyai sifat-sifat fisika, kimia dan biologi yang tidak optimal untuk kebutuhan pertumbuhan tanaman. Jika tanah ini diusahakan untuk budidaya tanaman, maka memerlukan masukan teknologi sehingga akan menambah biaya produksi. Selain itu, tanah ini juga tidak mempunyai fungsi ekologis yang baik terhadap lingkungan. Jika tanah tidak dapat menyediakan unsur hara yang cukup bagi tanaman, maka pemberian pupuk akan menjadi sangat penting dilakukan untuk memenuhi kekurangan unsur hara tersebut.

Hasil penelitian Pusat Tanah dan Agroklimat Bogor mengungkapkan bahwa sebagian besar tanah pertanian di Indonesia mengalami penurunan kesuburan akibat penggunaan pupuk kimia, sehingga produktivitasnya pun menjadi menurun. Salah

satu penyebab penurunan kualitas tanah yaitu penggunaan pupuk kimia secara terus menerus. Penggunaan pupuk kimia yang diterapkan petani selama revolusi hijau menjadikan kerusakan tanah karena residu yang disebabkan bahan kimia. Tanah yang terkena bahan kimia terus menerus akan mengalami degradasi kesuburan dan mengalami ketergantungan pada bahan kimia (Quida, 2011).

Penurunan produktivitas lahan yang tidak terkendali dapat menyebabkan lahan menjadi kritis. Luas lahan kritis di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya degradasi hutan serta belum diterapkannya teknologi konservasi tanah yang memadai. Dari hasil survei Direktorat Kehutanan tahun 1985 pada 75 DAS (sebagian dari jumlah DAS di Indonesia) jumlah lahan kritis telah mencapai 16 juta ha dan meningkat 2,5% per tahun. Sedangkan dari laporan Suranggajiwa (1975), luas lahan kritis pada seluruh DAS di Indonesia mencapai 30 juta ha dan meningkat 2% per tahun. Dapat diprediksi betapa luasnya lahan kritis di Indonesia hingga saat ini (Majid, 2012).

Pemenuhan kebutuhan pangan di Indonesia didukung oleh pembangunan pertanian yang mengandalkan tingginya penggunaan bahan kimia seperti pupuk anorganik, herbisida maupun pestisida. Namun, penggunaan bahan kimia dalam jangka panjang dan terus menerus menimbulkan dampak buruk bagi ekosistem. Menyadari dampak buruk yang ditimbulkan oleh penggunaan bahan kimia sintetis secara berlebihan dan terus menerus dalam pertanian membuat masyarakat semakin bijaksana dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan. Gaya hidup sehat ini membuat masyarakat mengurangi penggunaan bahan kimia non alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintetis dan hormon tumbuh dalam produksi pertanian. Pangan sehat dan bergizi tinggi kemudian diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan istilah pertanian organik.

Pertanian organik merupakan teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Gaya hidup sehat seperti ini telah menekankan bahwa produk pertanian

harus memenuhi beberapa syarat diantaranya aman dikonsumsi (*food safety attributes*), kandungan nutrisi tinggi (*nutritional attributes*) dan ramah lingkungan (*ecolabelling attributes*). Preferensi konsumen seperti ini menyebabkan permintaan produk pertanian organik dunia meningkat pesat (Departemen Pertanian, 2012). Pasar produk pertanian organik dunia meningkat 20% per tahun, oleh karena itu pengembangan budidaya pertanian organik perlu diprioritaskan pada tanaman pangan dan hortikultura untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan bahkan ekspor. Luas lahan yang tersedia untuk pertanian organik di Indonesia sangat besar. Dari 75,5 juta ha lahan yang dapat digunakan untuk usaha pertanian, baru sekitar 25,7 juta ha yang telah diolah untuk sawah dan perkebunan (BPS, 2000). Pertanian organik menuntut agar lahan yang digunakan tidak atau belum tercemar oleh bahan kimia. Dalam pemilihan lahan, kualitas dan luasan lahan sangat mempengaruhi. Lahan yang belum tercemar adalah lahan yang belum diusahakan, tetapi secara umum lahan demikian kurang subur. Lahan yang subur umumnya telah diusahakan secara intensif dengan menggunakan bahan pupuk dan pestisida kimia (Departemen Pertanian, 2012).

Usaha pemerintah dalam mendorong petani untuk memaksimalkan penggunaan pupuk organik tidaklah mudah, dibutuhkan tahapan-tahapan untuk membangun kesadaran masyarakat dalam mencapai tujuan pembangunan pertanian jangka panjang. Upaya ini tidak hanya dilakukan atas kesadaran petani, melainkan diperlukan adanya peran pemerintah bersama segenap elemen masyarakat yang harus bekerjasama mempercepat pengembangan inovasi teknologi pupuk organik secara nasional. Banyaknya merek pupuk organik yang diproduksi dan telah beredar luas di pasaran, memberikan banyak pilihan bagi konsumen sebelum menggunakan pupuk organik. Dalam kenyataannya, merek-merek pupuk organik tidak hanya bersaing dengan merek pupuk organik lainnya, namun juga bersaing dengan pupuk kimia yang memiliki reaksi lebih cepat dalam meningkatkan produktivitas tanaman sehingga sangat sesuai dengan tujuan industrialisasi dalam peningkatan pembangunan pertanian. Kondisi demikian mengharuskan produsen untuk semakin peka dan dapat memahami perilaku konsumen sehingga dapat membantu membangun kesadaran

masyarakat akan pentingnya pertanian organik salah satunya melalui pembentukan citra merek yang positif. Dalam mencapai tujuannya, perusahaan membutuhkan berbagai macam strategi, salah satunya strategi dalam menghadapi persaingan adalah manajemen merek melalui kegiatan periklanan. Menurut Kartajaya (2004), merek dapat menjadi komponen keunggulan bersaing yang sangat kuat dan sulit ditiru oleh pesaing. Merek memiliki peranan yang sangat penting dalam strategi pemasaran, dimana merek tidak hanya dianggap sebagai sebuah nama, logo atau simbol, namun juga menjadi jaminan kualitas produk yang diberikan pada konsumen.

Semakin dikenalnya merek sebagai akibat dari persepsi dan keyakinan atas produk tertentu akan menimbulkan citra atau *image* terhadap pemakainya. Citra atau *image* merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya (Kotler, 2002). Pencitraan diperoleh sesuai dengan pemahaman dan pengetahuan konsumen terhadap suatu ciri atau karakteristik yang ada pada perusahaan dan terbentuk dari bagaimana perusahaan tersebut melakukan kegiatan operasionalnya. Persepsi yang positif terhadap suatu merek akan menciptakan citra yang baik. Jika perusahaan ingin memenangkan persaingan dan bertahan lama di pasar, maka hal terpenting yang harus diperhatikan yaitu bagaimana perusahaan dapat menciptakan citra merek yang positif bagi masyarakat. *Brand image* yang baik dapat menciptakan perasaan positif pada diri konsumen saat membeli atau menggunakan merek tertentu. Sebaliknya, apabila suatu merek memiliki *brand image* yang negatif di mata konsumen, kemungkinan kecil konsumen akan menggunakan produk dengan merek tersebut.

PT. Petrokimia Gresik merupakan perusahaan yang memproduksi salah satu jenis pupuk organik dengan merek Super Petroganik. Keberadaan anak perusahaan PT. Petrogres di berbagai wilayah di Indonesia menambah pengetahuan konsumen pupuk akan berbagai macam produk pupuk kimia dan organik serta menambah referensi konsumen dalam penggunaan pupuk bagi lahannya. Bocek merupakan salah satu desa di Kabupaten Malang yang dipilih oleh PT. Petrogres sebagai lokasi untuk kegiatan produksi pupuk oleh anak perusahaan PT. Petrogres yaitu PT. Gresik Cipta Sejahtera. Keberadaan anak perusahaan tersebut, akan menambah pengetahuan konsumen di Desa Bocek tentang PT. Petrogres dan produknya. Dari uraian latar belakang, maka

diperlukan penelitian mengenai pengaruh *brand image* terhadap pemakaian pupuk organik Super Petroganik, yang dilakukan oleh petani di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Salah satu masalah utama dalam pembangunan pertanian adalah terus berlangsungnya proses degradasi lahan pertanian. Degradasi sumberdaya lahan pertanian yang dihadapi terutama adalah menurunnya kesuburan fisik, kimia dan biologi tanah sebagai akibat dari penggunaan tanah yang *over intensif*, menurunnya penggunaan pupuk organik, serta kurangnya penerapan usahatani konservasi (Anonymous, 2012). Tanaman membutuhkan makanan dan unsur hara yang cukup agar dapat tumbuh dengan baik dan menghasilkan produksi yang tinggi. Untuk mencapai jumlah produksi pertanian yang maksimal, petani banyak menggunakan pupuk kimia. Seringkali aplikasi pupuk kimia yang dilakukan oleh petani melebihi dosis yang dianjurkan. Penggunaan bahan kimia yang kurang bijaksana dan dilakukan secara terus menerus, selain akan mengakibatkan pemborosan biaya usaha tani, juga akan merusak kondisi dan kesuburan tanah. Pemberian urea dalam jumlah berlebihan dan berlangsung kontinyu ke dalam tanah akan mengakibatkan tanah menjadi masam, sehingga mengakibatkan penyerapan unsur hara tertentu menjadi terhambat. Penggunaan bahan kimia secara berlebihan juga akan mengancam kelangsungan hidup mikroorganisme yang berada dalam tanah dan akan menjadikan tanaman lebih mudah terserang hama maupun penyakit (Masparry, 2011).

Menyadari dampak buruk yang akan timbul akibat penggunaan pupuk kimia, membuat masyarakat perlahan beralih menggunakan pupuk organik dalam kegiatan pertaniannya. Begitu juga dengan masyarakat Desa Bocek Kecamatan Karangploso yang mulai agresif menggunakan pupuk organik dalam kegiatan budidaya tanaman. Proses adaptasi sistem pertanian kimia menjadi organik oleh petani, tidak dilalui dengan cara yang mudah. Salah satu upaya yang mendukung yaitu penerapan sistem pemupukan berimbang. Upaya tersebut harus dilalui dengan beberapa tahapan oleh produsen pupuk dan pemerintah mulai dari pengenalan produk yang dilakukan dengan

penyebaran brosur, penyuluhan, penyelenggaraan kegiatan percontohan seperti *demonstration plot* (demplot) hingga masyarakat benar-benar yakin untuk menggunakan pupuk organik tersebut.

Semakin banyaknya pupuk dengan berbagai jenis merek dipasaran, akan menambah jumlah pesaing bagi PT. Petrokimia Gresik. Pupuk kimia yang memiliki reaksi lebih cepat bagi tanaman, akan menjadi pesaing terberat bagi pupuk organik. Beberapa contoh pupuk kimia tersebut adalah NPK Phonska, ZA dan Urea. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan produk pupuk organik Super Petroganik dan berusaha menciptakan kekuatan pada merek tersebut. Salah satu cara perusahaan untuk tetap bertahan di tengah persaingan bersama jenis pupuk anorganik dan jenis pupuk kandang yaitu menciptakan citra merek yang positif pada pupuk organik Super Petroganik. Citra merek yang baik secara emosional akan memberikan kesan yang positif oleh konsumen terhadap produk yang digunakan. Merek yang kuat melekat dalam benak konsumen merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan dalam membangun usahanya. Schiffman dan Kanuk (2000) menyatakan bahwa citra yang dimiliki di dalam pikiran konsumen cenderung memberikan kontribusi yang lebih penting terhadap kesuksesan sebuah merek dibandingkan karakteristik fisik atau aktual yang dimiliki produk, sehingga pemasar berusaha untuk menciptakan citra merek yang konsisten dengan citra diri konsumen yang sesuai dengan segmentasi pasar yang ditargetkan.

Menurut Rangkuti (2004), *brand image* (citra merek) adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*. Banyaknya faktor yang menjadi pertimbangan petani konsumen dari segi pencitraan merek, dapat dipilah sesuai dengan komponen pembentuk citra merek. Simamora (2004) menyatakan bahwa citra merek terdiri atas citra pembuat yang meliputi popularitas perusahaan, kredibilitas perusahaan dan keluasan jaringan perusahaan, citra pemakai yang mencakup gaya hidup dan kelas sosial serta citra produk yang meliputi atribut produk, manfaat produk dan penggunaan operasional. PT. Petrokimia Gresik merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi pupuk

organik Super Petroganik. Keberadaan salah satu pabrik bernama PT. Gresik Cipta Sejahtera sebagai anak perusahaan yang dikelola PT. Petrokimia Gresik di Desa Bocek, cukup mendukung pengetahuan warga Desa Bocek untuk mengenal produk pupuk organik Super Petroganik sebagai salah satu pupuk yang diproduksi oleh PT. Petrokimia Gresik. Namun dalam penggunaannya, konsumen juga tetap melibatkan pemakaian pupuk kimia dan penambahan pupuk kandang.

Dengan demikian, pertanyaan yang dapat dirumuskan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel citra merek (*brand image*) yang meliputi citra pembuat, citra produk dan citra pemakai dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pemakaian pupuk organik Super Petroganik oleh petani?
2. Bagaimana pengaruh citra merek (*brand image*) berdasarkan variabel citra pembuat, citra produk dan citra pemakai terhadap pemakaian pupuk organik Super Petroganik oleh petani?
3. Variabel citra merek (*brand image*) manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap pemakaian pupuk organik Super Petroganik oleh petani?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis variabel-variabel citra merek yang meliputi citra pembuat, citra produk dan citra pemakai sebagai faktor yang dipertimbangkan oleh petani dalam pemakaian pupuk organik Super Petroganik.
2. Menganalisis pengaruh variabel citra merek (*brand image*) berdasarkan citra pembuat, citra produk dan citra pemakai terhadap jumlah pemakaian pupuk organik Super Petroganik oleh petani.
3. Menganalisis variabel citra merek (*brand image*) manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap pemakaian pupuk organik Super Petroganik oleh petani.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan citra merek (*brand image*) produk pupuk.

2. Bagi penulis

Sebagai bahan pembelajaran bagi penulis untuk menambah pengetahuan khususnya mengenai perilaku konsumen yang berkaitan dengan citra merek (*brand image*).

3. Bagi pembaca

Sebagai informasi tambahan dan bahan perbandingan bagi para pembaca atau semua pihak yang ingin mengadakan penelitian dengan topik serupa dan diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan dengan citra merek (*brand image*).

