I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan Pestisida dalam upaya penyelamatan produksi pertanian dari gangguan hama dan penyakit tanaman masih sangat besar, terutama apabila telah melebihi ambang batas pengendalian atau ambang batas ekonomi. Pestisida banyak dibutuhkan masyarakat pada bidang pertanian (pangan, perkebunan, perikanan, peternakan), penyimpanan hasil pertanian, kehutanan (tanaman hutan dan pengawetan hasil hutan), pemukiman, bangunan, pengangkutan dan lain-lain (Ditjen PSP, 2011).

Pemanfaatan pestisida dalam bidang pertanian sangat penting tetapi pada sistem pertanian organik, pestisida kimia tidak dibutuhkan. Pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia buatan pabrik, khususnya pestisida (Nurhidayati, 2008). Disisi lain, Untung (2000) *dalam* Effendi (2009) mengungkapkan bahwa pertanian dengan sistem Pengendalian Hama Terpadu (PHT) masih menggunakan pestisida kimia dalam mengendalikan Organisme Pengganggu Tanaman (OPT).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kebutuhan pestisida ialah perubahan iklim. Dampak dari perubahan iklim ialah tanaman mengalami stress sehingga rentan terhadap serangan OPT, serangga hama dan mikroba termofilik (menyukai kondisi panas) lebih diuntungkan dengan makin panjangnya musim kemarau dan meningkatnya temperatur, organisme yang saat ini bukan sebagai OPT suatu saat dapat menjadi OPT dan OPT dapat berekspansi ke wilayah lain (Syahri, 2013). Dampak-dampak tersebut mengakibatkan terjadinya peningkatan penggunaan pestisida.

Tanaman hortikultura merupakan tanaman yang rentan terhadap serangan OPT sehingga dapat mempengaruhi produksi. Perkembangan serangan/populasi OPT tidak dapat diprediksi dan kadang-kadang menyimpang dari pola normalnya. Populasi atau intensitas serangan OPT dapat berkembang pesat dan mendadak (eksplosif) atau terjadinya perubahan status OPT, dari tidak berpengaruh menjadi berpengaruh terhadap produksi (Ditjen Hortikultura, 2014). Produksi tanaman hortikultura dari tahun 2011-2014 berturut-turut sebesar 29.501.303 ton,

30.556.359 ton, 30.299.934 ton dan 32.208.559 ton (Ditjen Hortikultura, 2015). Dari data tersebut, terlihat bahwa terjadi peningkatan produksi pada tahun 2012 dan 2014 sehingga secara tidak langsung terjadi peningkatan input, khususnya pestisida.

Salah satu tanaman hortikultura yang banyak menggunakan pestisida ialah tanaman wortel. Pestisida digunakan untuk mengendalikan hama ulat tanah, orong-orong, manggot-manggot, ulat daun, kutu daun dan bercak daun (Cahyono, 2002). Produksi tanaman wortel dari tahun 2011-2014 berturut-turut adalah 526.917 ton, 465.527 ton, 512.112 ton dan 495.798 ton dengan produktivitas rata-rata 16 ton/Ha (Kementan, 2015). Dari data tersebut terlihat terjadi penurunan produksi wortel pada tahun 2012 dan 2014. Sedangkan munurut Cahyono (2002), produktivitas wortel dapat mencapai 20-25 ton/Ha. Kalau dibandingkan dengan produktivitas nasional maka terjadi *gap* produktivitas yang besar yaitu 4-9 ton/Ha. Hal tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor, salah satunya ialah serangan OPT.

Ada 3.541 merek pestisida yang terdaftar di Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian Indonesia, 1.198 diantaranya adalah insektisida (Ditjen PSP, 2015) sehingga secara tidak langsung, petani diberikan banyak pilihan untuk memilih insektisida yang sesuai dengan usahataninya. Fenomena tersebut mengakibatkan terjadi persaingan diantara perusahaan insektisida untuk menarik petani memakai produk perusahaannya. Menurut Roup Purohim (2013) *dalam* Esya (2015), hampir setiap perusahaan nasional dapat dipastikan memiliki produk dengan bahan aktif glifosat, parakuat, 2,4-D, sipermetrin, alfa sipermetrin, lamda sihalotrin, mankozeb, dan lain-lain. Akibatnya, setiap perusahaan pestisida nasional memiliki produk dengan kategori yang sama atau mirip. Hal ini menjadikan peta persaingan dalam bisnis pestisida khususnya insektisida semakin ketat. Persaingan perusahaan pestisida dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1. *Market Share* Perusahaan Pestisida Global

No	Nama perusahaan	Negara	*Market Share*
1	Bayer	Jerman	19%
2	Syngenta	Swiss	19%
3	BASF	Jerman	11%
4	DOW AgroScience	USA	10%
5	Monsanto	USA	9%
6	Dupont	USA	6%

Sumber: etc Group, 2008

Dari tabel 1, dapat dilihat bahwa 6 perusahaan menguasai 79% pangsa pasar pestisida dunia. Bayer dan Syngenta merupakan pemimpin pasar pestisida dunia dengan *market share* 19%, sedangkan perusahaan yang mempunyai *market share* sama dengan atau kurang dari 10% ialah DOW AgroScience, Monsanto dan Dupont. Pada data lain, dapat dilihat bahwa perusahaan insektisida di Indonesia di kuasai oleh perusahaan Syngenta Indonesia dan Bayer Indonesia. Selain itu dilengkapi posisi persaingan perusahaan, yang menempatkan Syngenta sebagai peringkat pertama dan yang terakhir ialah DOW AgroScience. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Posisi Persaingan Antar Perusahaan Insektisida Di Indonesia

No	Nama Perusahaan	Posisi Perusahaan	Market Share
1	PT Syngenta	3,411	14,77%
2	PT Bayer Crop Science	3,238	16,16%
3	PT DAPI	2,833	7,55%
4	PT BASF	2,7	7-9%
5	PT Dow Agro Science	2,64	7-9%

Sumber: Matriks CPM, Nugroho (2008) *dalam* Wahyuningtyas (2010)

Dari tabel 2, dapat dilihat bahwa posisi persaingan Syngenta berada diperingkat pertama, disusul Bayer Crop Science diposisi kedua dan pada posisi terakhir yaitu DOW AgroScience. Selain itu, perusahaan pestisida nasional juga ikut dalam persaingan. Peta persaingan tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Matrik CPM Perusahaan Pestisida

No	Nama Perusahaan	Nilai
1	PT Syngenta	3,72
2	PT Petrosida	2,72
3	PT Petrokimia Kayaku	2,47

Sumber: Matrik CPM, Esya (2015)

Berdasarkan tabel 2 dan 3, maka dipilih 2 merek insektisida yaitu merek Syngenta dan DOW AgroScience. Selain itu, berdasarkan survei dilokasi penelitian, merek Syngenta dan DOW AgroScience merupakan merek insektisida yang sering digunakan petani wortel dalam mengendalikan OPT. Pada merek DOW AgroScience diperlukan usaha lebih untuk meningkatkan posisi persaingan dan pangsa pasar di Indonesia.

Salah satu strategi keberhasilan merek agar dapat diterima oleh pasar (konsumen) adalah persepsi kualitas merek. Kualitas (sebagaimana dipersepsikan oleh konsumen) berdampak positif pada pangsa pasar dan profitabilitas (Tjiptono, Chandra dan Adriana, 2008). Persepsi kualitas merek *(brand perceivet quality)* menurut Sumarwan dkk (2009) adalah Persepsi secara menyeluruh oleh konsumen mengenai kualitas suatu barang dan jasa yang dinilai memenuhi atau tidak memenuhi harapan konsumen. Salah satu cara untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas merek insektisida yaitu dengan melihat atribut-atribut yang ada dalam merek tersebut. Menurut Tjiptono dkk (2008), atribut merupakan ciri spesifik atau karakteristik tertentu yang dirancang dalam sebuah produk atau jasa.

Berdasarkan uraian di atas maka persepsi kualitas merek (*brand perceived quality*) insektisida pada usahatani wortel dilihat berdasarkan pada kinerja perusahaan dan kepentingan (harapan konsumen) masing-masing atribut penting untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

DOW AgroScience telah melakukan banyak usaha dalam meningkatkan penjualan dan pangsa pasar di Indonesia. Usaha-usaha tersebut diantaranya dengan terus melakukan inovasi terhadap produk perlindungan tanaman termasuk insektisida sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam 5 tahun kedepan DOW AgroScience akan mengeluarkan 4 produk diantaranya Enlist Duo, Arylex, Rinskor (Herbisida) dan fungisida (belum ada nama). Setelah mengeluarkan produk-produk tersebut, dalam 5 tahun mendatang lagi DOW AgroScience akan mengeluarkan produk berupa 3 produk insektisida, 5 produk fungisida, 1 produk herbisida dan 1 fungisida *post harvest* (setelah panen).

Selain itu, DOW AgroScience melakukan promosi pada produk-produk yang baru masuk pasar. Jenis promosi yang dilakukan ialah promosi secara personal. Seorang *salesman* yang direkrut oleh DOW AgroScience harus memiliki kualifikasi mumpuni, berupa pengetahuan tentang produk, komunikasi secara efektif, mampu bekerja sama dengan team dan bersosialisasi dengan masyarakat dengan baik, mampu menganalisis kebutuhan pasar dan mengembangkan serta mengimplementasi rencana strategis (DOW AgroScience, 2015). Selain itu,

perusahaan DOW AgroScience mengeluarkan produk insektisida pada tahun 1974 dengan nama produk Lorsban atau di Indonesia dikenal Dursban (DOW AgroScience, 2015). Sedangkan perusahaan Syngenta baru memperkenalkan produk insektisida pada tahun 1985 dengan merek Karate sehingga merek Syngenta merupakan pendatang baru pada pasar insektisida (Syngenta, 2015).

Faktanya, merek DOW AgroScience masih kalah bersaing dengan merek Syngenta. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 2, yaitu posisi persaingan dan *market share,* DOW AgroScience menempati urutan terakhir dari lima merek insektisida multinasional. Sedangkan Syngenta, menempati urutan pertama pada posisi persaingan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka didapatkan pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Atribut apa saja yang dipertimbangkan oleh petani wortel terhadap persepsi kualitas insektisida merek DOW AgroScience dan Syngenta?
2. Bagaimana persepsi kualitas merek menurut petani wortel terhadap insektisida merek DOW AgroScience dan Syngenta?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Menganalisis atribut-atribut yang dipertimbangkan oleh petani wortel terhadap persepsi kualitas insektisida merek DOW AgroScience dan Syngenta?
2. Menganalisis persepsi kualitas merek menurut petani wortel terhadap insektisida merek DOW AgroScience dan Syngenta?

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi siapa saja yang berminat melakukan penelitian tentang *brand perceived quality*
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi perusahaan insektisida untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi petani dan dapat dijadikan referensi dalam pengeluaran produk baru.