

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan ini akan dijabarkan tentang gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi profil produk fungsida, deskripsi responden, uji *Cochran Q test*, serta analisis persepsi petani krisan terhadap posisi merek dengan menggunakan *multidimensional scaling* dan *correspondence analysis* pada produk fungsida.

5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

5.1.1 Karakteristik Desa Sidomulyo Kecamatan Batu Kota Batu

Karakteristik Desa Sidomulyo terdiri dari geografi dan topografi Desa Sidomulyo, luas wilayah Desa Sidomulyo, jumlah dusun Desa Sidomulyo, batas wilayah Desa Sidomulyo, pendudukan Desa Sidomulyo, sosial ekonomi masyarakat Desa Sidomulyo, serta prasarana dan sarana Desa Sidomulyo.

1. Geografis dan Topografi Desa Sidomulyo

Desa Sidomulyo terletak di Kecamatan Batu, Kota Batu. Desa ini terletak di kaki gunung sebelah selatan gunung Arjuna dengan ketinggian 800 – 850 meter di atas permukaan air laut, 17°C-25°C suhu udara dan memiliki tanah yang subur. Desa Sidomulyo memiliki topografi berupa daratan tinggi.

2. Luas Wilayah Desa Sidomulyo

Luas wilayah yang dimiliki Desa Sidomulyo adalah 270,821 hektar. Luas wilayah tersebut dimanfaatkan oleh penduduk sebagai sawah irigasi, bangunan, kolam, pemukiman dan lain-lain. Secara rinci penggunaan lahan di Desa Sidomulyo dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Luas Wilayah Berdasarkan Penggunaan Lahan Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, 2015.

| No | Penggunaan Lahan | Luas Wilayah (ha) |
|----|----------------------|-------------------|
| 1 | Sawah irigasi teknis | 184,021 |
| 2 | Bangunan | 1,500 |
| 3 | Kolam | 4,000 |
| 4 | Pemukiman | 53,000 |
| 5 | Tanah kas Desa | 14,506 |
| 6 | Lapangan | 1 |

(Lanjutan) Tabel 4. Luas Wilayah Berdasarkan Penggunaan Lahan Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, 2015.

| No | Penggunaan Lahan | Luas Wilayah (ha) |
|----|----------------------------|-------------------|
| 7 | Perkantoran / Pemerintahan | 2 |
| 8 | Jalan | 42 |
| 9 | Lainnya | 3,000 |

Sumber: Data Sekunder, 2015

Dari tabel 4 dapat diketahui penggunaan luas lahan terbesar adalah sawah irigasi. Kondisi tanah yang subur inilah menjadikan peluang bagi penduduk Desa Sidomulyo untuk menggunakan lahannya sebagai sawah irigasi. Luas lahan ini dimanfaatkan untuk pertanian sayur-mayur (kubis, selada, sawi), buah-buahan (apel, jeruk) dan tanaman hias (krisan, mawar).

3. Jumlah Dusun Desa Sidomulyo

Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu memiliki tiga dusun, dua belas RW dan lima puluh RT. Tiga dusun tersebut terdiri dari dusun Tinjumoyo, Tonggolari dan Sukorembug.

4. Batas wilayah Desa Sidomulyo

Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu memiliki batas wilayah sebagai berikut:

| | |
|-----------------|----------------------|
| Sebelah utara | : Kecamatan Bumiaji, |
| Sebelah selatan | : Kelurahan Sisir, |
| Sebelah barat | : Desa Sumberejo, |
| Sebelah timur | : Kecamatan Bumiaji. |

5. Penduduk Desa Sidomulyo

Jumlah penduduk Desa Sidomulyo tahun 2015 sebanyak 7.754 jiwa. Di Desa Sidomulyo secara administratif terbagi dalam 12 rukun warga (RW) dan 50 rukun tetangga (RT) dengan jumlah kepala keluarga (KK) sebanyak 2.209. Mayoritas penduduk di Desa Sidomulyo berjenis kelamin perempuan. Secara rinci jumlah penduduk Desa Sidomulyo kecamatan Batu kota Batu dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, 2015.

| No | Penduduk | Jumlah (Jiwa) |
|----|--------------------------------|---------------|
| 1 | Jumlah Penduduk Desa Sidomulyo | 7.754 |
| 2 | Jumlah Menurut Jenis Kelamin | |
| | Laki-laki | 3.787 |
| | Perempuan | 3.967 |
| 3 | Jumlah Menurut Kepala Keluarga | 2. 209 |

Sumber : Data Sekunder, 2015.

6. Sosial Ekonomi Desa Sidomulyo

Kondisi sosial ekonomi Desa Sidomulyo tahun 2015 terdiri dari tingkat pendidikan, mata pencaharian dan agama. Hal ini dapat dilihat secara rinci pada tabel 6.

Tabel 6. Sosial Ekonomi Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, 2015.

| No | Sosial Ekonomi | Jumlah (Jiwa) |
|----|-----------------------------|---------------|
| 1. | Pendidikan | |
| | a. Belum tamat SD/Sederajat | 877 |
| | b. Tamat SD/Sederajat | 2.407 |
| | c. SLTP/Sederajat | 1.533 |
| | d. SLTA/Sederajat | 1.705 |
| | e. Tamatan Akademik (D1-D3) | 177 |
| | f. Tamatan Sarjana (S1-S3) | 469 |
| | g. Tidak/Belum Sekolah | 686 |
| 2. | Mata Pencaharian | |
| | a. Belum/Tidak Bekerja | 1.250 |
| | b. Pelajar/Mahasiswa | 1.240 |
| | c. Polri | 122 |
| | d. PNS | 5 |
| | e. Petani | 1.578 |
| | f. Swasta | 687 |
| | g. BUMN | 12 |
| | h. Peternak | 11 |
| | i. Wiraswasta/Pedagang | 541 |
| 3. | Agama | |
| | a. Islam | 7630 |
| | b. Katholik | 39 |
| | c. Protestan | 7 |
| | d. Hindu | 0 |
| | e. Budha | 4 |
| | f. Kepercayaan | 3 |

Sumber: Data Sekunder, 2015.

Pada tabel 6 tingkat sosial di Desa Sidomulyo ditunjukkan pada data tingkat pendidikan dan agama. Tingkat pendidikan akhir di Desa Sidomulyo mayoritas adalah tamatan SD/ sederajat. Tingkatan pendidikan ini berpengaruh terhadap cara berpikir seseorang dan pola tindak seseorang, selain itu pendidikan juga berpengaruh bagi peningkatan kualitas keterampilan dan kemampuan seseorang dalam berbuat dan berinteraksi dengan lingkungannya. Mayoritas penduduk Desa Sidomulyo beragama islam.

Sedangkan tingkat ekonomi di Desa Sidomulyo dapat diketahui dari data tingkat mata pencaharian Desa Sidomulyo. Berdasarkan data mata pencaharian

penduduk Desa Sidomulyo terbesar adalah petani. Hal ini berbanding lurus dengan luas pertanian di Desa Sidomulyo yang mendominasi penggunaan lahan dari seluruh luas lahan di Desa Sidomulyo yang berjumlah 184,01 ha. Selain itu, kondisi tanah yang subur dijadikan penduduk Dsa Sidomulyo bercocok tanam diantaranya tanaman bunga hias (mawar, krisan), sayur mayur (kubis, selada), buah (apel).

7. Prasarana dan Saran Desa Sidomulyo

Prasarana dan sarana di Desa Sidomulyo cukup lengkap seperti tempat ibadah, koperasi, toko swalayan, pendidikan, parawisata, sarana pemerintahan dll. Prasarana dan sarana ini berfungsi sebagai alat penunjang keberhasilan suatu proses atau upaya yang dilakukan di dalam pelayanan publik di Desa Sidomulyo. Prasarana dan sarana terbanyak di Desa Sidomulyo yaitu toko klontong, toko klontong yang dimaksud diantaranya yaitu toko pertanian, toko kebutuhan sembako dll. Berikut merupakan rincian prasarana dan sarana Desa Sidomulyo pada tabel 7. Tabel 7. Prasarana dan Sarana Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, 2015.

| No | Prasarana dan Sarana | Jumlah (unit) |
|----|--------------------------|---------------|
| 1 | Tempat Ibadah | 39 |
| 2 | Koperasi | 2 |
| 3 | Industri Kerajinan Mebel | 6 |
| 4 | Toko Swalayan | 7 |
| 5 | Toko Klontong | 72 |
| 6 | Angkutan | 6 |
| 7 | Usaha Pertenakan | 15 |
| 8 | Industri Rumah Tangga | 12 |
| 9 | Parawisata | 7 |
| 10 | Sarana Pendidikan | 17 |
| 11 | Sarana Olahraga | 4 |
| 12 | Sarana Pos Kamling | 11 |
| 13 | Sarana Pemerintah | 8 |

Sumber : Data Sekunder, 2015.

5.2 Deskripsi Profil Produk Fungisida

Pada penelitian ini terdapat empat produk fungisida yang digunakan yaitu:

1. Dithane

Dithane adalah fungisida yang diproduksi oleh PT. Dow Agro Sciences Indonesia, fungisida ini berbentuk tepung karena dibelakang nama dagang tercantum singkata WP (wettable powder). Fungisida dithane telah terdaftar dan diizinkan untuk pertanian dan kehutanan dengan nomor pendaftaran RI

010201197459. Bahan aktif dari fungisida ini adalah Mankozeb 80% bahan aktif, angka 80% disini maksudnya adalah dosis (jumlah pestisida dalam liter atau kilogram yang digunakan untuk mengendalikan penyakit tiap satuan luas tertentu atau tiap tanaman dalam satu kali aplikasi atau lebih) 0,80 kg/ha untuk pengaplikasiannya. Dengan adanya mankozeb ini digunakan untuk mengendalikan penyakit pada tanaman apel (bercak daun Marsoniacoro-naria), kakao (penyakit busuk buah *phytophthora palmivora*), panili (penyakit busuk batang *Nectria vanillae*), krisan (penyakit karat *Puccinia chrysanthemum*) dll.

Berdasarkan cara kerja fungisida dithane termasuk fungisida sistemik yaitu jenis fungisida yang apabila disemprotkan ketanaman akan diserap dan didistribusikan keseluruh bagian tanaman melalui jaringan tanaman. Kelebihan dalam fungisida dithane antara lain:

- a. Lebih tahan terhadap pencucian dengan air hujan atau irigasi,
- b. Peningkatan daun cakupan menyebar dan bergerak dengan air untuk tempat masalah dimana spora bisa aktif,
- c. Harga terjangkau,
- d. Praktis tidak larut dalam pelarut organik,
- e. Memiliki standar FAO.

Namun dibalik itu dithane memiliki kelemahan yaitu mudah terurai tanpa meleleh pada suhu 192⁰C bila terkena air dan udara. Fungisida ini diproduksi dengan memiliki 3 ukuran yaitu 200g, 500g dan 1000 g. Harga produk fungisida dithane dipasaran berkisar antara Rp 75.000 – Rp 78.000 per kg.

2. Amistartop

Amistartop merupakan salah satu produk fungisida terbaru yang diproduksi oleh PT. Sygenta Indonesia. Produk ini telah terdaftar sebagai pestisida yang diizinkan untuk pertanian dan kehutanan tahun 2014, dengan nomor pendaftaran RI 01020120052228. Amistartop merupakan gabungan bahan aktif dari fungisida Score dan Amistar sehingga keampuhannya memberantas penyakit lebih tinggi. Kandungan bahan aktif dari amistartop adalah Azoxystrobin (200 g/l) dan Difenokonazole (125 g/l). Azoxystrobin merupakan fungisida yang berspektrum luas dan mampu melawan empat kelompok jamur patogen yang dapat menghalangi perkecambahan spora dan pertumbuhan miselia, sedangkan difenokonazole yaitu

fungisida yang menghambat ergosterol biosynthesis dari perkembangan selaput sel pada cendawan.

Berdasarkan cara kerja fungisida, amistartop termasuk fungisida sistemik yaitu jenis fungisida yang apabila disemprotkan ketanaman akan diserap dan didistribusikan keseluruh bagian tanaman melalui jaringan tanaman, serta berbentuk pekatan yang larut dalam air, berwarna kuning muda yang merupakan campuran dua bahan aktif yang mempunyai efektifitas tinggi dan pectrum pengendalian luas dalam mengendalikan penyakit. Fungisida ini diproduksi dengan memiliki 3 kemasan yaitu 50, 100 dan 250 ml. Harga produk fungisida ini dipasaran ukuran 50 ml Rp 32.000, 100 ml Rp 58.000 dan 250 ml Rp. 137.000. Kelebihan dalam produk amistartop antara lain :

- a. Mengendalikan penyakit tanaman bawang merah (mengendalikan penyakit bercak ungu *Alternaria porri* dan meningkatkan tinggi tanaman, jumlah daun dll), buah naga (penyakit antaraknosa *Colletotrichum gloesporioides*), cabai (penyakit bercak daun *Cercospora capsici* dan meningkatkan tinggi tanaman, jumlah buku dll), krisan (mengendalikan penyakit karat putih *Puccinia chrysanthemum*), dll,
 - b. Mengandung dua bahan aktif yang sangat kuat, efektif dan mempunyai sasaran yang luas serta memiliki dosis rendah sehingga meningkatkan hasil serta kualitas panen.
3. Antracol

Antracol adalah fungisida yang diproduksi oleh PT. Bayer Indonesia, serta fungisida ini terdaftar dan diizinkan pertanian dan kehutanan dengan nomor pendaftaran RI 010201197474. Produk tersebut telah diproduksi serta dipasarkan di Indonesia selama lebih dari 30 tahun. Antracol ini merupakan pestisida dengan formulasi tepung karena dibelakang nama dagang tercantu singkatan WP (*wettable powder*) yang terdiri dari bahan aktif Propineb 70%, sedangkan angka 70% disini maksudnya adalah dosis (jumlah pestisida dalam liter atau kilogram yang digunakan untuk mengendalikan penyakit tiap satuan luas tertentu atau tiap tanaman yang dilakukan dalam satu kali aplikasi atau lebih) 0,70 kg/ha untuk pengaplikasiannya. Dalam tujuannya, antracol diperuntukan untuk mengendalikan penyakit pada tanaman anggrek (penyakit bercak daun *Cerospora dendrobii*

penyakit busuk hitam *Phytophthora nicotianae*), anggur (penyakit tepung *Plasmopara viticola*), bawang merah (penyakit bercak ungu *Alternaria porri*), bawang putih (penyakit bercak ungu *Alternaria porri*), kedelai (penyakit karat *Phakopsoa pachyrrhizi*), ketimun (penyakit antraknosa *Colletotrichum gloesporioides*), krisan (penyakit karat *Puccinia chrysanthemum*) dll.

Berdasarkan cara kerja fungisida, antracol termasuk fungisida kontak yaitu fungisida yang hanya bekerja pada bagian yang terkena semprotan saja atau hanya pada bagian yang kontak langsung dengan larutan fungisida. Fungisida ini diproduksi dengan memiliki 3 kemasan yaitu 250g, 500g dan 1000 g. Harga produk fungisida ini dipasaran berkisar Rp 80.000 – Rp 85.000 per kg. Kelebihan dalam produk antracol antara lain :

- a. Bekerja efektif di segala musim (musim kering dan musim hujan),
 - b. Cocok untuk diaplikasikan di daratan rendah atau tinggi,
 - c. Dapat diandalkan, telah menjadi pemimpin pasar selama 30 tahun,
 - d. Merupakan sumber elemen penting (*zinc*),
 - e. Dapat ditoleransi leh beragam tanaman, juga untuk tanaman yang usianya masih muda (dalam tahap awal pertumbuhan).
4. Explore

Explore adalah fungisida yang diproduksi oleh PT. Dharma Guna Wibawa. Fungisida ini telah terdaftar dan diizinkan untuk pertanian dan kehutanan dengan nomor pendaftaran RI 0102012008364. Kegunaan fungisida explore yaitu untuk zat pengatur tumbuh untuk tanaman yang digunakan pada tanaman jagung (penyakit embun tepung (*Oidium tingitanim*), karet (penyakit bidang sadap *Ceratocystis fimbriata*), padi (penyakit blas *Pryricularia ryzae*), krisan (penyakit karat *Puccinia chrysanthemum*) dll. Berdasarkan cara kerja fungisida Explore sama dengan fungisida Dithane dan Amistartop yaitu sistemik. Bahan aktif yang digunakan adalah difenokonazol 250 g/l.

5.3 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan petani krisan di Desa Sidomulyo, selain itu responden mengetahui keempat merek fungisida yaitu Dithane, Amistartop, Antracol, dan Explore. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah

42 orang, dengan karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pengalaman.

5.3.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia responden merupakan salah satu karakteristik penduduk yang pokok, hal ini berkaitan dengan perilaku konsumen karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk atau jasa yang berbeda. Siklus hidup seorang konsumen akan ditentukan oleh usianya karena perbedaan tingkat usia menimbulkan perbedaan pertimbangan dalam mengkonsumsi atau mempersepsikan suatu produk. Dalam hal ini, responden yang berusia muda akan lebih mudah menerima informasi produk mana yang berkualitas karena ingatannya masih bagus. Sedangkan responden yang berusia tua akan sulit menerima informasi yang baru sehingga ada kemungkinan responden tersebut menggunakan produk yang sudah lama digunakannya. Namun tidak menutup kemungkinan responden yang berusia tua lebih berpengalaman dalam membedakan produk yang berkualitas. Penelitian yang dilakukan di Desa Sidomulyo dengan karakteristik tingkatan usia yang berbeda, disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Responden Berdasarkan Usia.

| No | Usia | Jumlah (Orang) |
|--------|-------|----------------|
| 1 | 25-35 | 13 |
| 2 | 36-46 | 19 |
| 3 | 47-57 | 10 |
| Jumlah | | 42 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 8 terdapat tiga kelompok petani berdasarkan usianya. Responden yang rentang umur 36-46 tahun memiliki jumlah petani paling banyak dengan persentase sebesar 45%. Apabila dihubungkan dengan produk fungisida bisa dijelaskan bahwa distribusi responden menunjukkan angka yang 36-46 tahun dimungkinkan sebagai pengguna fungisida karena pengalaman yang lebih dalam berusahatani. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah dewasa dalam berpikir, menerima informasi dari luar dan mempersiapkan produk fungisida mana yang dipilih untuk dibeli.

5.3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik penduduk yang pokok serta aspek terpenting dalam perilaku konsumen karena jenis kelamin dapat mempengaruhi dan menentukan merek mana yang akan dibeli. Perbedaan jenis kelamin akan membentuk perilaku pembelian yang berbeda pula, serta berpengaruh penting terhadap tingkah laku demografis maupun sosial ekonomi. Berikut ini adalah tabel rincian distribusi responden berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 9. Rsponden Berdasarkan Jenis Kelamin.

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) |
|----|---------------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 29 |
| 2 | Perempuan | 13 |
| | Jumlah | 42 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa responden yang ditemui dalam penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki dengan persentase sebesar 69%. Banyaknya responden laki-laki menunjukkan bahwa petani di Desa Sidomulyo sebagian besar adalah laki-laki dan menunjukkan bahwa penentu sebagian besar keputusan dalam membeli fungisida yang dibutuhkan serta diinginkannya.

5.3.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi cara berpikir, cara pandang dan persepsinya terhadap suatu masalah sehingga menimbulkan berbagai pertimbangan yang berbeda pada setiap individu. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin mudah untuk menerima informasi, mengelolanya, dan menanggapi. Berikut di bawah ini merupakan tabel responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang ditemui dalam penelitian.

Tabel 10. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah (Orang) |
|----|--------------------|----------------|
| 1 | SD | 3 |
| 2 | SMP | 9 |
| 3 | SMA | 19 |
| 4 | Perguruan Tinggi | 11 |
| | Jumlah | 42 |

Sumber : Data Prime diolah, 2016.

Pada tabel 10 dapat dilihat bahwa persentase pendidikan responden yang paling banyak ditemui sebesar 45% adalah SMA dari jumlah keseluruhan. Hal ini

menunjukkan bahwa kepedulian akan pendidikan di Desa Sidomulyo tinggi dan ini mempengaruhi cara berpikir, cara pandang serta persepsi petani kepada suatu produk.

5.3.4 Responden Berdasarkan Pengalaman dalam Berusahatani

Pengalaman dalam berusahatani berpengaruh terhadap sikap dan pengetahuan petani dalam budidaya krisan. Sikap ini akan menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dalam menilai informasi dari suatu produk. Berikut merupakan sajian data mengenai responden berdasarkan pengalaman dalam berusahatani.

Tabel 11. Reponden Berdasarkan Pengalaman dalam Berusahatani.

| No | Pengalaman dalam Berusahatani | Jumlah (Orang) |
|--------|-------------------------------|----------------|
| 1 | < 4 tahun | 3 |
| 2 | 4-7 tahun | 34 |
| 3 | > 7 tahun | 5 |
| Jumlah | | 42 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Berdasarkan tabel 11 mengenai responden berdasarkan pengalaman berusahatani yang paling banyak adalah 4-7 tahun dengan persentase 81% dari jumlah keseluruhan, hal ini mengindikasikan bahwa responden telah cukup lama berusahatani krisan di Desa Sidomulyo. Banyaknya pengalaman berusahatani selama 4-7 tahun maka responden dapat memberikan pengetahuan dalam kegiatan berusahatani krisan dan menilai informasi suatu produk fungisida.

5.4 Atribut yang Dipertimbangkan

5.4.1 Uji Cochran Q Test

Uji *Cochran Q test* merupakan suatu alat yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama dalam penelitian yaitu menentukan atribut-atribut yang menjadi pertimbangan petani terhadap merek fungisida. Pada hakekatnya seorang konsumen (petani) akan melakukan aktivitas memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan suatu obyek sebelum melakukan keputusan pembelian. Hal ini, diawali dengan adanya stimuli yang mengenai panca indera dan disebut dengan sensasi. Asal stimuli sangat beragam, ada yang berasal dari luar individu atau dari dalam individu. Setelah mengalami stimuli, konsumen (petani) mengorganisasikan stimuli tersebut dengan mengelompokkan, menghubungkan stimuli yang dilihat

supaya dapat diinterpretasikan sehingga mempunyai makna. Proses tersebut merupakan proses persepsi yang terjadi pada konsumen (petani).

Dalam penelitian ini pengukuran atribut yang dipertimbangkan dengan menggunakan uji *cochran*. Berdasarkan hasil perhitungan dilakukan tiga kali iterasi didapatkan hasil bahwa semua responden mempunyai kesamaan pendapat terhadap atribut yang dipertimbangkan petani terhadap merek fungisida. Dengan demikian, semua responden dianggap sepakat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan, sehingga atribut yang diuji ini dianggap sah (valid) sebagai instrumen penelitian. Dan proporsi jawaban responden tersebut sebagai berikut, disajikan pada tabel 12.

Tabel 12. Proporsi jawaban responden terhadap atribut yang menjadi Pertimbangan petani terhadap merek fungisida.

| No | Atribut | Jawaban 'ya' | Jawaban 'tidak' |
|--------|----------------------|--------------|-----------------|
| 1 | Harga | 38 | 4 |
| 2 | Keefektifitas Produk | 38 | 4 |
| 3 | Kemasan | 32 | 10 |
| 4 | Bentuk Produk | 36 | 6 |
| 5 | Keamanan | 37 | 5 |
| 6 | Promosi | 2 | 16 |
| 7 | Konsentrasi Formula | 35 | 7 |
| 8 | Bahan Aktif | 34 | 8 |
| 9 | Ketersediaan Produk | 34 | 8 |
| 10 | Kemudahan Informasi | 22 | 20 |
| Jumlah | | 393 | 88 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Berdasarkan data pada tabel 12 dapat dilihat bahwa atribut yang paling menjadi pertimbangan petani terhadap merek fungisida adalah keefektifitas produk dan harga memperoleh jawaban 'ya' terbanyak sebesar 38, sedangkan atribut kemudahan informasi merupakan atribut yang memperoleh jawaban 'ya' terkecil 22. Berdasarkan data tersebut dilakukan pengujian dengan *Cochran Q Test* terdapat pada lampiran 4. Berikut ini tabel 13 hasil iterasi atribut yang dipertimbangkan petani terhadap merek fungisida.

Tabel 13. Hasil pengujian terhadap atribut yang menjadi pertimbangan petani Terhadap merek fungisida.

| Iterasi | Q hitung | Q tabel | Keputusan | Keterangan |
|---------|----------|---------|-----------|------------------------|
| I | 46,402 | 16,92 | Tolak Ho | Dilanjutkan iterasi I |
| II | 22,955 | 15,51 | Tolak Ho | Dilanjutkan iterasi II |
| III | 7,467 | 14,07 | Terma Ho | Pengujian selesai |

Sumber : Data Primer, 2016.

Pada tabel 13, iterasi I didapatkan nilai Q hitung lebih besar dari Q tabel maka Ho ditolak, dimana nilai Q hitung sebesar 46,402 sedangkan nilai Q tabel sebesar 16,92 dengan taraf signifikan 0,05 dan derajat kebebasan (dk) adalah jumlah atribut yang diuji dikurangi 1 yaitu $10-1=9$ dari tabel *Chi Square Distribution*. Hal ini berarti belum ada kesamaan pendapat terhadap atribut yang dipertimbangkan petani terhadap merek fungisida, sehingga proses *cochran* harus diulang dengan menghilangkan atribut yang memiliki jawaban 'ya' terkecil yaitu atribut kemudahan informasi sebesar 22. Setelah atribut kemudahan informasi dihilangkan, maka pengujian *cochran* dilanjutkan dan atribut yang digunakan berjumlah 9 atribut.

Hasil dari pengujian kedua (iterasi II) didapatkan hasil Q hitung sebesar 22,955 dan Q tabel dengan dk 8 sebesar 15,51. Hal ini berarti Q hitung lebih besar daripada Q tabel, sehingga dilakukan pengujian *cochran* dengan menghilangkan atribut promosi. Dengan menghilangkan atribut promosi, maka atribut yang digunakan pada pengujian *cochran* berjumlah 8 atribut.

Pada pengujian ketiga (iterasi III) didapatkan Q hitung lebih kecil dari Q tabel, sehingga Ho dapat diterima dan pengujian *cochran* dihentikan. Hasil Q hitung 7,467 sedangkan Q tabel 14,07 dengan dk 7 dan α 0,05. Hal ini menyatakan bahwa empat atribut memiliki kemungkinan jawaban 'ya' yang sama untuk setiap atribut. Dengan kata lain, kedelapan atribut yang tersisa dapat dianggap sah atau valid.

5.4.2 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian dengan menggunakan *software* SPSS 16. Hasil uji validitas dan reliabilitas akan disajikan dalam lampiran 5. Berikut merupakan tahapan uji instrumen dengan menggunakan *software* SPSS 16.

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat diartikan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dan melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan fakta atau keadaan riil di lapangan. Dari uji tersebut didapatkan nilai validitas sebagai berikut.

Tabel 14. Hasil Uji Validitas

| No | Atibut | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----|----------------------|--------------|-------------|------------|
| 1 | Harga | 0.400 | 0.297 | Valid |
| 2 | Keefektifitas Produk | 0.500 | 0.297 | Valid |
| 3 | Kemasan | 0.707 | 0.297 | Valid |
| 4 | Bentuk Produk | 0.608 | 0.297 | Valid |
| 5 | Keamanan | 0.578 | 0.297 | Valid |
| 6 | Konsentrasi Formula | 0.604 | 0.297 | Valid |
| 7 | Bahan Aktif | 0.636 | 0.297 | Valid |
| 8 | Ketersediaan Produk | 0.450 | 0.297 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Uji validitas ini dilakukan dengan mengkorelasikan antara variabel dengan total nilai variabel. Berdasarkan nilai *product moment* dengan $(df) = n - 2$, dimana jumlah n 42 taraf signifikan 5% didapatkan $r_{tabel} = 0,297$. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka pertanyaan tersebut atau indikator tersebut dinyatakan *valid*. Berikut nilai validitas:

Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai r_{hitung} semua indikator bernilai positif dan lebih besar daripada r_{tabel} . Sehingga semua indikator dapat dinyatakan *valid* dan isi kuisioner dapat mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuisioner dapat dinyatakan reliabel apabila jawaban yang diberikan oleh responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memberi nilai *alpha cronbach* $> 0,6$. Hasil uji reliabilitas penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas.

| <i>Cronbach's Alpha</i> | N of Items |
|-------------------------|------------|
| .701 | 8 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Tabel 15 menjelaskan hasil uji reliabilitas memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa kuisioner tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi serta data tersebut dinyatakan konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda.

5.4.3 Deskripsi Atribut

Penelitian sebelumnya telah menyusun sepuluh atribut yang sesuai untuk karakteristik produk fungisida, namun atribut lolos pada uji *Cochran Q Test* adalah delapan atribut. Berikut adalah atribut yang dipertimbangkan petani terhadap karakteristik produk fungisida yaitu:

1. Keefektifitas Produk

Keefektifitas produk adalah seberapa besar tingkat target yang telah dicapai suatu produk. Dimana semakin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektifitas dari suatu produk. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keefektifitas produk termasuk atribut yang memiliki prioritas pertama petani dalam memilih dan menggunakan fungisida. Karena responden menganggap semakin ampuh suatu produk fungisida atau memiliki daya kerja produk yang bagus akan merubah persepsi terhadap produk fungisida. Hal ini dibuktikan dengan proporsi jawaban 'ya' terbanyak sebesar 38 responden. Selain itu didukung juga dengan pernyataan responden yang mengatakan bahwa.

"Indikator fungisida dikatakan efektif apabila fungisida tersebut tepat sasaran dan sesuai kebutuhan. Keefektifitasan ini dapat diketahui dengan evaluasi melalui pengamatan setelah aplikasi. Aplikasi berhasil jika populasi OPT menurun setelah dilakukannya aplikasi pestisida."

Hal ini sesuai dengan pendapat lupiyoadi (2011), menyatakan bahwa produk merupakan keseluruhan konsep obyek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Produk fungisida dapat dikatakan efektif apabila produk tersebut dapat memberikan nilai atau manfaat kepada konsumen, nilai atau

manfaat dari fungisida itu sendiri yaitu untuk melindungi tanaman supaya sehat dari infeksi jamur.

2. Harga

Hasil analisis dari 42 konsumen, diperoleh sebesar 90 persen menyatakan bahwa harga produk merupakan faktor yang sangat penting dan atribut yang dipertimbangkan petani. Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan untuk memperoleh suatu produk (Ferrinadewa, 2004). Masing-masing konsumen memiliki sensitivitas yang berbeda pada harga yang ditawarkan. Kualitas barang atau jasa turut menentukan tinggi atau rendah harga yang ditawarkan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Stanton (1996) menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas berubah-ubah seiring dengan perubahan yang terjadi pada harga. Semakin tinggi harga suatu produk semakin tinggi pula kualitas produk yang dipersepsikan oleh konsumen.

“Harga itu sangat mempengaruhi dalam keputusan, apabila harganya tidak terjangkau (mahal) biasanya kualitas fungisidanya bagus, sedangkan harganya terjangkau (murah) kualitas fungisidanya biasa aja. Kualitas yang dimaksud seperti keefektifitas produk, bahan aktif, konsentrasi formula dll”

3. Keamanan

Keamanan adalah suatu kondisi dimana produk tersebut tidak mengandung zat berbahaya yang aman digunakan oleh manusia (petani), bagi lingkungan dan dapat dikonsumsi. Bersumber tabel diatas menjelaskan bahwa keamanan merupakan atribut yang menjadi pertimbangan petani terhadap menggunakan fungisida. Hal tersebut didukung dengan proporsi jawaban ‘ya’ sebesar 37 responden. Selain itu, didukung dengan pernyataan responden terkait keamanan fungisida.

“Keamanan bagi produk fungisida itu penting, indikator keamanan yang dimaksud adalah dalam pengaplikasian fungisida. Pengaplikasian fungisida haruslah aman baik bagi pelaku/operator maupun bagi lingkungan.”

4. Bentuk Produk

Bentuk produk merupakan atribut yang menjadi pertimbangan berdasarkan persepsi petani. Bentuk produk fungisida terdapat dua yaitu bentuk cair dan bentuk

serbuk (tepung). Bentuk tersebut mempengaruhi penggunaan dari fungisida itu sendiri dan kemudahan dalam penggunaannya.

5. Konsentrasi Formula

Konsentrasi formula merupakan jumlah produk dalam ml yang ditambahkan pada air untuk menjadi campuran fungisida yang akan digunakan pada luasan tertentu dan satuannya adalah ml/l air. Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa kemudahan diperoleh termasuk dalam atribut yang menjadi atribut yang dipertimbangkan berdasarkan persepsi petani krisan dalam membeli fungisida. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil jawaban 'ya' sebesar 35 responden.

“Setiap hama atau penyakit memiliki ketahanan yang berbeda-beda sehingga dalam aplikasi fungisida dosis dan konsentrasi yang digunakan akan berbeda pula. Apabila penggunaan dosis yang tidak tepat misalnya kurang dari dosis anjuran tidak akan mematikan OPT, namun ada kemungkinan OPT akan membentuk sistem kekebalan terhadap jenis senyawa tersebut dan akan memicu terjadinya resistensi. Perhitungan kebutuhan fungisida untuk pengendalian OPT juga tergantung dari fase pertumbuhan tanaman atau volume semprot, luas tanaman dan konsentrasi larutan fungisida yang direkomendasikan (yang biasanya tertera dalam kemasan). Oleh karena itu, konsentrasi formula menjadi pertimbangan bagi petani.”

6. Bahan Aktif

Hasil analisis dari 42 konsumen, diperoleh sebesar 80 persen menyatakan bahwa bahan aktif pada fungisida merupakan atribut yang dipertimbangkan petani dalam memilih atau menggunakannya.. Bahan aktif sebagai atribut kelima karena petani beranggapan bahwa bahan kimia yang terkandung di dalam produk fungisida penting untuk diperhatikan dalam mengatasi permasalahan penyakit pada tanaman.

7. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk adalah sejauh mana keberadaan merek-merek fungisida ini mudah diperoleh. Dan nantinya kemudahan ini akan berdampak pada perilaku konsumen, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang mudahan memperoleh barang. Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa ketersediaan produk termasuk dalam atribut yang menjadi atribut yang dipertimbangkan berdasarkan persepsi petani krisan dalam membeli fungisida. Hal tersebut dapat diketahui dari

hasil jawaban ‘ya’ sebesar 34 responden. Berdasarkan hasil tersebut sesuai dengan pernyataan seorang responden saat diwawancarai.

“Ketersediaan produk merupakan atribut yang dipertimbangkan petani dalam memilih atau menggunakan fungisida. Konsumen akan membeli karena produk yang telah teredia dan tidak sedikit konsumen yang kecewa apabila barang yang di inginkan oleh konsumen tidak tersedia.”

8. Kemasan

Hasil analisis dari 42 konsumen, diperoleh sebesar 76 persen menyatakan bahwa kemasan produk merupakan atribut yang dipertimbangkan petani. Kemasan merupakan sesuatu wadah atau bungkus sebuah produk yang membedakan produk satu dengan produk lainnya. Hal ini didukung dengan pernyataan seorang responden saat diwawancarai mengenai atribut kemasan sebagai atribut yang dipertimbangkan:

“Kemasan tiap produk berbeda-beda ada yang menggunakan botol atau plastik, selain itu ukurannya juga beda-beda ada yang 50, 100 tergantung kebutuhan harga. Apabila membutuhkan fungisida dalam jumlah banyak maka akan memilih ukuran kemasan yang besar. Jadi kemasan ini mempengaruhi dalam keputusan membeli fungisida.”

5.5 Posisi Merek Fungisida Berdasarkan Persepsi Konsumen

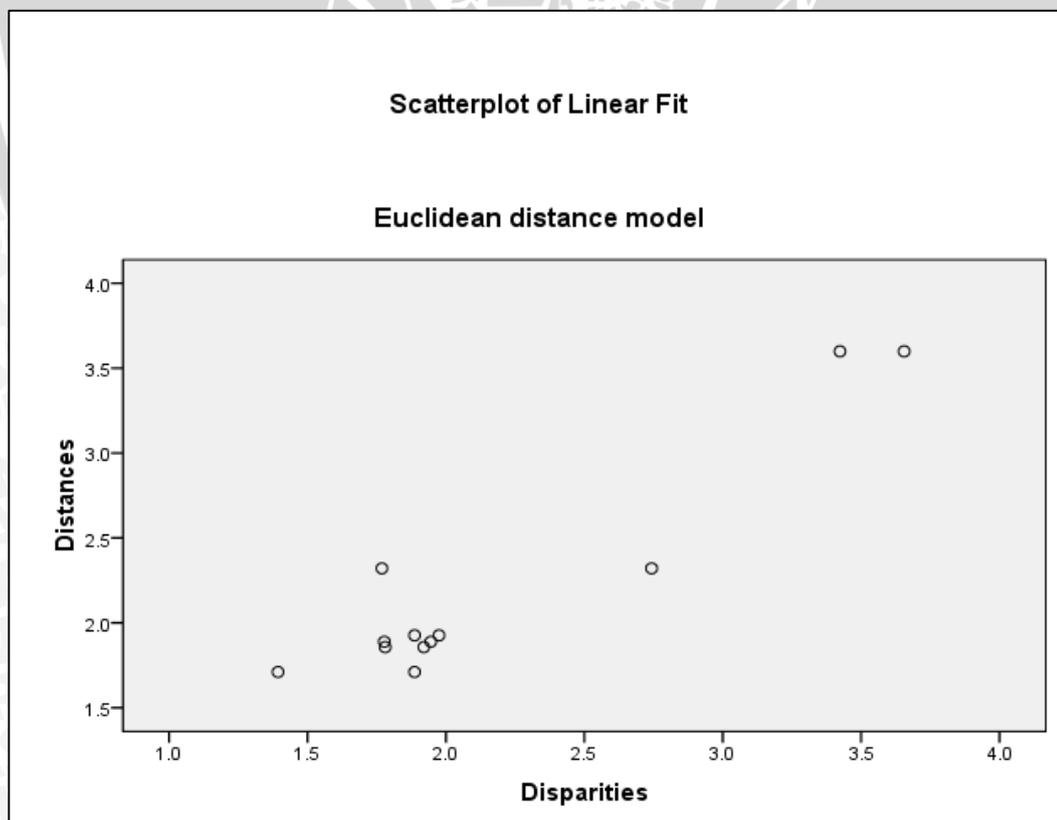
5.5.1 Posisi Merek Fungisida dengan *Multidimensional Scaling Analysis*

Multidimensional Scaling Analysis digunakan untuk mengetahui *positioning* suatu produk dibandingkan produk kompetitor. Responden diminta untuk memberikan penilaian mengenai merek fungisida yang satu dengan yang lainnya berdasarkan persepsi mereka terhadap atribut produk. Responden memberikan penilaian pada 6 pasangan merek fungisida yang dibandingkan. Hasil penilaian oleh responden selanjutnya dibuat matrik berordo 4x4 untuk masing-masing responden. Angka 4 menunjukkan jumlah merek fungisida. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 42 responden, sehingga jumlah matrik 4x4 yang diperoleh sebanyak 42 matrik. Keseluruhan data matrik ini dimana jumlah kolom 4 dan jumlah baris 168 yang diperoleh dari 4x42, selanjutnya input untuk mendapatkan peta posisi dari merek fungisida, data matrik tersebut diolah dengan program MDS dalam *run SPSS syntax*.

Dari hasil penjelasan dalam program MDS didapatkan hasil pengujian kehandalan (reliabilitas) dan kesahihan (validitas) dengan cara menghitung nilai *stress* (*bad of fit*) dan nilai R^2 (*index of fit*), sebagai berikut:

1. Hasil pengolahan data berdasarkan persepsi merek fungisida diperoleh R^2 sebesar 88% (lampiran 6). Nilai tersebut dikatakan baik karena sudah memenuhi standar nilai minimal R^2 yaitu sebesar 0,60 dengan asumsi bahwa semakin besar R^2 yang diperoleh, maka semakin baik tingkat kelayakannya.
2. Nilai *stress* (*Badness of Fit*) memperoleh sebesar 10 % (lampiran 6). Nilai tersebut dikategorikan cukup sesuai dengan kriteria. Nilai *stress* yang cukup biasanya disebabkan oleh kurangnya jumlah dimensi yang digunakan. Menurut Hair (2006), obyek yang harus digunakan minimal berjumlah 9 agar peta perseptual 2 dimensi stabil.

Meskipun kategori nilai *stress* model penelitian ini cukup, tidak ada responden yang perlu dihapus. Alasannya adalah terdapat kekonsistenan antara responden dalam menilai kemiripan merek fungisida. Kekonsistenan ini dapat dilihat dari grafik *Scatteplot of Linear Fit* yang menunjukkan pola garis ke kanan. Berdasarkan grafik ini, model penelitian ini tetap dapat digunakan.



Gambar 4. *Scatteplot of Linear Fit*

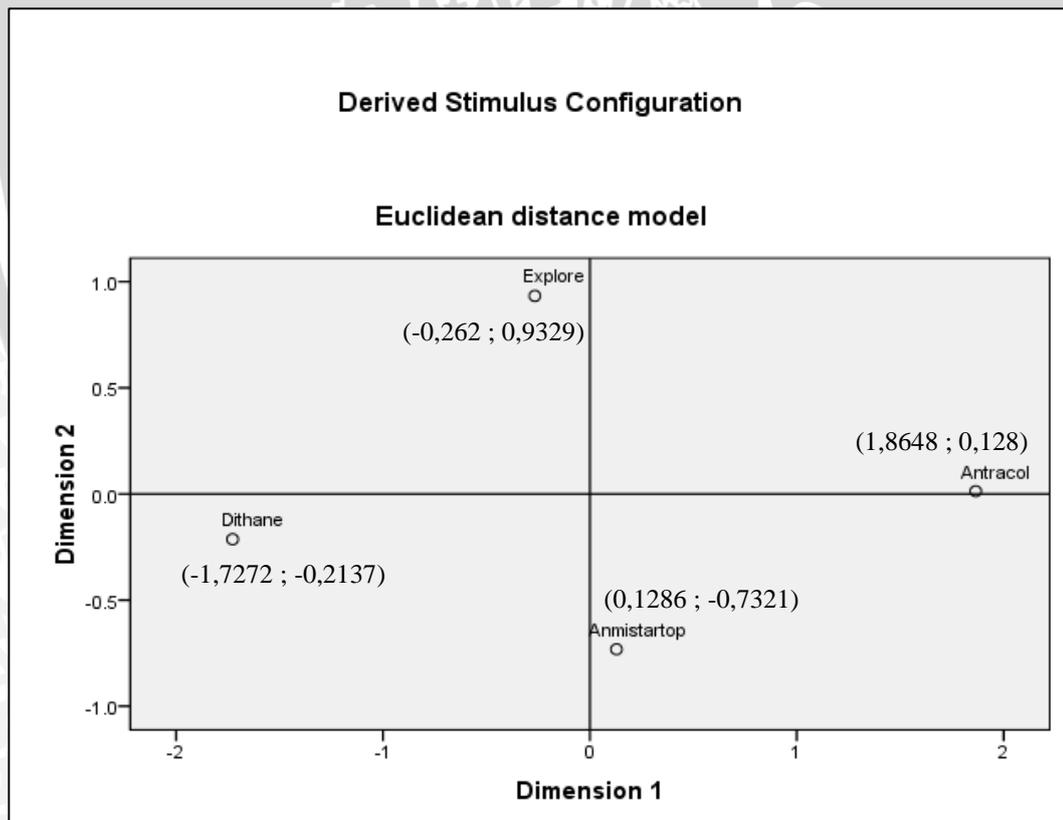
Setelah dilakukan pengujian kehandalan, kesahihan dan keselarasan output terakhir adalah *perceptual map* berdasarkan merek fungisida. Dari *perceptual map* ini didapatkan koordinat masing-masing merek fungisida yang ditunjukkan pada tabel 16 dibawah ini:

Tabel 16. Titik Absis atau Koordinat Merek Fungisida.

| No | Merek Fungisida | Absis (Dimensi 1) | Absis (Dimensi II) |
|----|-----------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Dithane | -1,7272 | -0,2137 |
| 2 | Amistartop | 0,1286 | -0,7321 |
| 3 | Antracol | 1,8648 | 0,128 |
| 4 | Explore | -0,2662 | 0,9329 |

Sumber : Data Prmer diolah, 2016.

Berdasarkan koordinat dari tabel 16 diatas dapat dihasilkan peta posisi dari masing-masing merek fungisida dengan konfigurasi seperti pada gambar 5. Gambar tersebut merupakan peta posisi hasil dari persepsi konsumen terhadap merek fungisida. Hasil peta posisi ini adalah benar dipandang dari sudut konsumen, berdasarkan perbandingan antara masing-masing merek fungisida.



Gambar 5. *Perceptual Map Analisis Multidimensional Scalng.*

Bersumber gambar 5 dapat diketahui posisi merek fungisida berdasarkan kuadran dan jarak setiap merek. Berikut penjelasan peta persepsi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Antracol

Fungisida Antracol berada pada kuadran I (1,8648 ; 0,128), kuadran ini terletak pada bagian kanan atas. Kuadran I memiliki dimensi 1 dan dimensi 2 bersifat positif, obyek yang berada pada kuadran I semakin dekat dengan nilai tertinggi dimensi 1 dan dimensi 2 memiliki faktor-faktor kedua dimensi yang sangat membedakan dengan merek fungisida lainnya. Walaupun merek fungisida Antracol tidak berada pada titik koordinat tertinggi tetap menurut responden fungisida Antracol dipersepsikan memiliki kekuatan dan paling unggul dibandingkan ketiga merek yang lainnya. Jika dibandingkan dengan merek lainnya Antracol memiliki kekuatan dimensi 1 dan dimensi 2. Hal tersebut dikarenakan merek Antracol berada pada angka dimensi 1 dan dimensi 2 positif, yang diartikan bahwa merek Antracol dipersepsikan baik pada atribut yang dijadikan aspek pertimbangan oleh petani krisan.

b. Amistartop

Fungisida Amistartop berada pada kuadran II (0,128 ; -0,7321), kuadran ini terletak pada bagian kanan bawah. Kuadran II memiliki dimensi 1 bersifat positif dan dimensi 2 bersifat negatif, obyek yang berada pada kuadran II memiliki kekuatan yang besar pada atribut yang dimiliki dimensi 1. Sementara terhadap dimensi 2 memiliki kekuatan yang lemah terhadap atribut produk dimensi 2. Berdasarkan letak merek fungisida Amistartop tidak berdekatan dengan merek fungisida lainnya sehingga dapat diartikan fungisida Amistartop tidak memiliki kesamaan dengan merek lainnya.

c. Dithane

Fungisida Dithane berada pada kuadran III (-1,7272 ; -0,2137), kuadran ini terletak pada bagian kiri bawah. Kuadran III memiliki dimensi 1 dan dimensi 2 bersifat negatif, obyek yang berada semakin dekat dengan angka terendah kedua dimensi tersebut tidak memiliki faktor-faktor yang membedakan baik terhadap dimensi 1 maupun dimensi 2. Sehingga dapat dipersepsikan fungisida Dithane memiliki keunikan tersendiri yang membedakan terhadap merek fungisida lainnya

yang letaknya berjauhan. Berdasarkan letak merek fungisida pada kuadran III hanya ditempati oleh fungisida Dithane, dapat diartikan fungisida tersebut tidak memiliki kesamaan dengan merek yang lainnya.

d. Explore

Fungisida Explore berada pada kuadran IV (-0,2662 ; 0,9329), kuadran ini terletak pada bagian kiri atas. Kuadran IV memiliki dimensi 1 bersifat negatif dan dimensi 2 bersifat positif, obyek yang berada pada kuadran IV memiliki kekuatan yang lemah pada atribut yang dimiliki dimensi 1. Sementara terhadap dimensi 2 memiliki kekuatan yang besar terhadap atribut produk dimensi 2. Berdasarkan letak merek fungisida pada kuadran IV hanya ditempati oleh fungisida Explore, dapat diartikan fungisida tersebut tidak memiliki kesamaan dengan merek lainnya.

Berdasarkan *perceptual map* analisis *multidimensional*, dapat disimpulkan masing-masing fungisida memiliki tingkat perbedaan yang tinggi. Merek fungisida yang posisinya berdekatan menurut persepsi petani dianggap memiliki tingkat kesamaan yang relatif dekat jika dibandingkan dengan merek fungisida yang berjauhan. Merek fungisida yang posisinya berdekatan dianggap sebagai pesaing dekat oleh masing-masing petani. Akan tetapi hal ini tidaklah berarti merek fungisida yang posisinya berjauhan tidak bersaing satu sama lain. Keempat merek fungisida dipersepsikan tidak memiliki kemiripan dengan merek fungisida yang lainnya, hal ini dikarenakan posisi merek fungisida tidak berdekatan dengan fungisida lain. Walaupun keempat merek fungisida berjauhan tidak berarti keempat merek fungisida tersebut tidak bersaing satu sama lain.

Disamping itu, posisi merek fungisida yang dipersepsikan memiliki kekuatan dan lebih unggul dibandingkan ketiga merek yang lainnya adalah fungisida Antracol. Jika dibandingkan dengan merek lainnya Antracol memiliki kekuatan yang besar pada dimensi 1 dan dimensi 2. Hal tersebut dikarenakan Antracol berada pada angka dimensi 1 dan 2 bersifat positif. Sedangkan fungisida Dithane dipersepsikan kurang baik, hal ini dikarenakan terdapat atribut yang memiliki kelemahan menurut petani serta letak fungisida Dithane yang berada di kuadran III dimana memiliki sifat dimensi 1 dan dimensi 2 negatif.

Pada peta posisi fungisida terdapat delapan atribut yang dijadikan aspek pertimbangan oleh konsumen. Dimensi atribut tersebut diantaranya harga,

keefektifitas produk, kemasan, bentuk produk, keamanan, konsentrasi formula, bahan aktif dan ketersediaan produk Kelemahan pada analisis *multidimensional scaling* adalah pada peta posisi merek hanya berupa gambaran kuadran tanpa mengetahui bagaimana posisi suatu merek dengan atribut yang valid berdasarkan persepsi konsumen atau melihat atribut apa yang mendasari merek berada dalam posisi tersebut.

5.5.2 Posisi Merk Fungsida dengan *Correspondence Analysis*

Correspondence analysis bertujuan untuk menentukan posisi produk fungsida berdasarkan kepuasan terhadap atribut antara fungsida satu dengan lainnya. Sebelum melakukan analisis *correspondence* terlebih dahulu dilakukan pengujian kelayakan model analisis CA dengan uji *chi square*. Hasil uji *chi square* akan disajikan dalam lampiran 7.

Tabel 17. Uji *Chi Square*.

| Chi-Square Test | |
|-----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | 1.724E2 ^a |
| Df | 21 |
| Asymp. Sig. (2-sides) | .000 |

a. 0 cell (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 107,79

Sumber : Data Primer diolan, 2016.

Dari tabel 17 dapat dilihat nilai *chi square* adalah 172.398 sedangkan nilai *chi square* tabel dengan nilai kepercayaan 0,05 dan df 21 adalah 32.671. karena *chi square* hitung > *chi square* tabel maka tolak Ho. Hal ini berarti tidak terdapat perbedaan persepsi petani terhadap kedelapan atribut untuk setiap produk dan analisis CA dapat dilakukan antara atribut dan produk.

Setelah mengetahui kelayakan analisis CA dengan uji *chi square*, maka *correspondence analysis* dapat dilakukan. Hasil uji *correspondence analysis* dapat dilihat pada lampiran 8.

Tabel 18. Tabulasi Data *Correspondence Analysis*.

| Atribut | Merek | | | |
|----------------------|------------|----------|---------|---------|
| | Amistartop | Antracol | Explore | Dithane |
| Harga | 123 | 125 | 162 | 140 |
| Keefektifitas Produk | 165 | 375 | 150 | 344 |
| Kemasan | 160 | 150 | 145 | 200 |
| Bentuk Produk | 160 | 310 | 151 | 304 |
| Keamanan | 178 | 182 | 165 | 184 |

(Lanjutan) Tabel 18. Tabulasi Data *Correspondence Analysis*.

| Atribut | Merek | | | |
|---------------------|------------|----------|---------|---------|
| | Amistartop | Antracol | Explore | Dithane |
| Konsentrasi Formula | 162 | 174 | 158 | 180 |
| Bahan Aktif | 127 | 250 | 125 | 250 |
| Ketersediaan Produk | 180 | 312 | 175 | 315 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

Tabel 18 dapat dilihat bahwa keempat merek fungisida mendapatkan penilaian persepsi yang berbeda untuk setiap atribut. Selain itu dapat mengetahui bagaimana posisi keempat merek fungisida berdasarkan kepuasan terhadap atribut antara fungisida satu dengan lainnya, tetapi ini bersifat sementara dan tidak dapat disimpulkan dengan melihat tabulasi data kuisioner. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis *correspondence* dengan SPSS. Pada analisis *correspondence* terdapat tiga output yang digunakan untuk mengetahui bagaimana posisi keempat merek fungisida berdasarkan kepuasan atribut.

1. *Row Profiles*

Output *row profiles* digunakan untuk mengetahui letak atau posisi kedelapan atribut produk (harga, keefektifitas produk, kemasan, bentuk produk, keamanan, konsentrasi formula, bahan aktif dan ketersediaan produk) fungisida dari setiap merek fungisida yang dibandingkan. Berikut analisis dari output *correspondence analysis*.

Tabel 19. *Row Profiles*.

| Atribut | Merek | | | |
|----------------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | Amistartop | Antracol | Explore | Dithane |
| Harga | .224 | .227 | .295 | .255 |
| Keefektifitas Produk | .161 | .363 | .146 | .333 |
| Kemasan | .244 | .229 | .221 | .305 |
| Bentuk Produk | .173 | .335 | .163 | .329 |
| Keamanan | .251 | .257 | .233 | .260 |
| Konsentrasi Formula | .240 | .258 | .234 | .267 |
| Bahan Aktif | .169 | .332 | .166 | .332 |
| Ketersediaan Produk | .183 | .318 | .178 | .321 |
| Mass | .200 | .299 | .196 | .305 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.



Nilai profil baris diperoleh dari perhitungan hasil kuisioner (data asli) dibagi dengan jumlah masing-masing baris. Berikut penjelasan profil setiap baris:

- a. Atribut harga memiliki nilai tertinggi sebesar 0,295 pada merek Explore dari PT. Dharma Guna Wibawa. Menunjukkan bahwa atribut harga produk Explore memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida lain. Atribut harga dipersepsikan baik yang berarti harga merek fungisida Explore sangat terjangkau menurut persepsi petani.
- b. Atribut keefektifitas produk memiliki nilai tertinggi sebesar 0,363 pada merek Antracol dari PT. Bayer Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut keefektifitas produk Antracol memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut keefektifitas produk dipersepsikan baik yang berarti keefektifitas produk merek fungisida Antracol sangat efektif.
- c. Atribut kemasan memiliki nilai tertinggi sebesar 0,305 pada merek Dithane dari PT. Dow Agro Sciences Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut kemasan produk Dithane memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut kemasan dipersepsikan baik yang berarti kemasan merek Dithane sangat sesuai kebutuhan menurut persepsi petani.
- d. Atribut bentuk produk memiliki nilai tertinggi sebesar 0,335 pada merek Antracol dari PT. Bayer Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut bentuk produk Antracol memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut bentuk produk dipersepsikan baik yang berarti bentuk produk merek Antracol sangat mudah digunakan.
- e. Atribut keamanan memiliki nilai tertinggi sebesar 0,260 pada merek Dithane dari PT. Dow Agro Science Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut keamanan produk Dithane memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut keamanan dipersepsikan baik yang berarti keamanan merek Dithane sangat aman.
- f. Atribut konsentrasi formula memiliki nilai tertinggi sebesar 0,267 pada merek Dithane dari PT. Dow Agro Science Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut konsentrasi formula memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut konsentrasi formula dipersepsikan baik yang berarti konsentrasi formula merek Dithane sangat sesuai kebutuhan.

- g. Atribut bahan aktif memiliki nilai tertinggi sebesar 0,332 pada merek Antracol dari PT. Bayer Indonesia dan merek Dithane dari PT. Dow Agro Science Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut bahan aktif memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut bahan aktif dipersepsikan baik yang berarti merek Antracol dan Dithane sangat sesuai kebutuhan.
- h. Atribut ketersediaan produk nilai tertinggi sebesar 0,321 pada merek Dithane dari PT. Dow Agro Science Indonesia. Menunjukkan bahwa atribut ketersediaan produk memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan merek fungisida yang lain. Atribut ketersediaan produk dipersepsikan baik yang berarti ketersediaan produk merek Dithane sangat mudah tersedia (diperoleh).

2. Column Profiles

Output *column profiles* digunakan untuk mengetahui letak atau posisi keempat merek produk fungisida terhadap atribut produk (harga, keefektifitas produk, kemasan, bentuk produk, keamanan, konsentrasi formula, bahan aktif dan ketersediaan produk) fungisida berdasarkan persepsi petani krisan. Berikut analisis dari output *correspondence analysis*.

Tabel 20. *Colum Profiles*.

| Atribut | Merek | | | | |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------|
| | Amistartop | Antracol | Explore | Dithane | Mass |
| Harga | .098 | .067 | .132 | .073 | .088 |
| Keefektifitas Produk | .131 | .200 | .122 | .179 | .165 |
| Kemasan | .127 | .080 | .118 | .104 | .104 |
| Bentuk Produk | .127 | .165 | .123 | .159 | .147 |
| Keamanan | .142 | .097 | .134 | .096 | .113 |
| Konsentrasi Formula | .129 | .093 | .128 | .094 | .107 |
| Bahan Aktif | .101 | .133 | .102 | .130 | .120 |
| Ketersediaan Produk | .143 | .166 | .142 | .164 | .156 |

Sumber : Data Primer diolah, 2016.

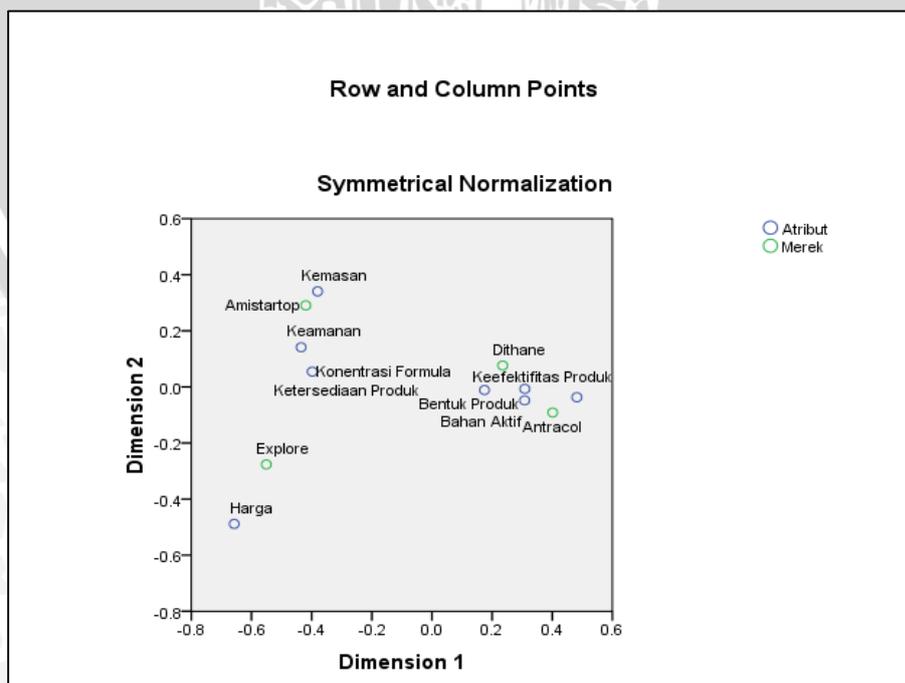
Nilai profil kolom diperoleh dari perhitungan hasil kuisisioner (data asli) dibagi dengan jumlah masing-masing kolom. Berikut penjelasan profil setiap kolom:

- a. Merek fungisida Amistartop dari PT. Sygenta Indonesia memiliki nilai tertinggi sebesar 0.143 pada atribut ketersediaan produk. Menunjukkan bahwa atribut ketersediaan produk memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan atribut produk yang lain. Sehingga dapat dikatakan atribut ketersediaan produk sebagai karakteristik merek Amistartop.

- b. Merek fungisida Antracol dari PT. Bayer Indonesia memiliki nilai tertinggi sebesar 0.200 pada atribut keefektifitas produk. Menunjukkan bahwa atribut keefektifitas produk memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan atribut produk yang lain. Sehingga dapat dikatakan atribut keefektifitas produk sebagai karakteristik merek Antracol.
- c. Merek fungisida Explore dari PT. Dharma Guna Wibawa memiliki nilai tertinggi sebesar 0,142 pada atribut ketersediaan produk. Menunjukkan bahwa atribut ketersediaan produk memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan atribut produk yang lain. Sehingga dapat dikatakan atribut ketersediaan produksi sebagai karakteristik merek Explore.
- d. Merek fungisida Dithane dithane dari PT. Dow Agrosiences Indonesia memiliki nilai tertinggi sebesar 0,179 pada atribut keefektifitas produk. Menunjukkan bahwa atribut keefektifitas produk memiliki proporsi nilai tertinggi dibandingkan atribut produk yang lain. Sehingga dapat dikatakan atribut keefektifitas produk sebagai karakteristik merek Dithane.

3. Row and Column Points

Output *row and column point* merupakan penggabungan keduanya yaitu *row points* dan *column points*. Dari *perceptual map* ini dapat dilihat bagaimana posisi setiap merek fungisida berdasarkan kepuasan atribut antara fungisida satu dengan lainnya.



Gambar 6. *Perceptual Map Correspondence Analysis*

Bersumber gambar 6 dapat diketahui posisi produk fungisida berdasarkan kepuasan terhadap atribut antara fungisida satu dengan lainnya. Berikut penjelasan peta persepsi diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Antracol

Apabila dilihat dari posisi fungisida Antracol memiliki kedekatan pada atribut bahan aktif, bentuk produk, keefektifitas produk dan ketersediaan produk. Namun apabila dilihat secara spesifik, fungisida Antracol memiliki kedekatan pada atribut bahan aktif yang menjadikannya sebagai keunggulan produk tersebut. Kedekatan produk tersebut dapat dilihat dari jarak atribut yang paling dekat dengan merek fungisida Antracol. Agar preferensi petani tetap terjaga, hendaknya fungisida Antracol dapat mempertahankan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya.

b. Dithane

Apabila dilihat dari posisi fungisida Dithane memiliki kedekatan pada atribut keefektifitas produk. Keefektifitas produk dijadikan sebagai keunggulan pada produk Dithane, karena jarak atribut yang paling dekat dengan merek fungisida Dithane.

c. Amistartop

Apabila dilihat dari posisi fungisida Amistartop memiliki kedekatan pada atribut konsentrasi formula, keamanan dan kemasan. Namun apabila dilihat secara spesifik, fungisida Amistartop memiliki kedekatan pada atribut kemasan yang menjadikannya sebagai keunggulan produk tersebut. Kedekatan produk tersebut dapat dilihat dari jarak atribut yang paling dekat dengan merek fungisida Amistartop.

d. Explore

Apabila dilihat dari posisi fungisida Explore hanya memiliki kedekatan pada atribut harga. Harga produk dijadikan sebagai keunggulan pada produk Explore, karena jarak atribut yang paling dekat dengan merek fungisida Explore.

Keunggulan atribut pada suatu merek ini merupakan hasil dari persepsi konsumen terhadap merek yang dijadikan sebagai dasar pembeda suatu merek dengan merek lainnya. Selain itu, keunggulan tersebut bagi produsen merupakan citra suatu merek yang harus dipertahankan dan terus dikomunikasikan kepada konsumen, sehingga merek tersebut memiliki posisi yang unik di benak konsumen.

Bersumber pada analisis *correspondence* berdasarkan kepuasan delapan atribut oleh responden, terdapat satu atribut yang dipersepsikan positif pada dua merek fungisida (Dithane dan Antracol) yaitu keefektifitas produk. Hal ini menjadikan atribut keefektifitas produk sebagai keunggulan dari fungisida Dithane dan Antracol serta dipercaya oleh petani di Desa Sidomulyo memiliki kemampuan untuk membunuh jamur atau penyakit. Disamping itu merek fungisida Antracol memiliki keunggulan atribut lebih banyak dibandingkan merek fungisida lainnya.

5.5.3 Perbandingan Posisi Merek Fungisida dengan Pendekatan Langsung dan Pendekatan Tidak Langsung

Menurut Sumarwan (2000) untuk mengetahui posisi merek, suatu perusahaan terdapat dua metode pengukuran persepsi merek yaitu pendekatan langsung dan pendekatan tidak langsung. Berdasarkan hasil analisis pengukuran persepsi dengan menggunakan pendekatan langsung (*multidimensional scaling*) dan pendekatan tidak langsung (korespondensi) tidak terdapat perbedaan posisi merek fungisida. Hal ini dikarenakan tujuan dari kedua pendekatan tersebut sama yaitu untuk mengetahui posisi suatu produk atau merek. Akan tetapi, terdapat perbedaan orientasi pada pendekatan langsung maupun pendekatan tidak langsung. Pendekatan langsung lebih berorientasi kepada merek yang dibandingkan, sedangkan pendekatan tidak langsung berorientasi pada atribut atau karakteristik dari merek.

Bersumber dari hasil pendekatan langsung (*multidimensional scaling*) diperoleh posisi merek fungisida Antracol dipersepsikan lebih kuat/unggul dibandingkan ketiga merek fungisida yang lainnya. Selain itu, merek fungisida Antracol berada pada dimensi 1 dan dimensi 2 bernilai positif pada peta posisi. Hasil dari pendekatan tidak langsung tidak berbeda dengan pendekatan sebelumnya dimana merek fungisida Antracol dipersepsikan baik oleh petani krisan di Desa Sidomulyo. Hal ini dikarenakan petani mempersepsikan fungisida Antracol memiliki keunggulan pada beberapa atribut.

Siklus hidup produk memiliki pengaruh terhadap *positioning*, hal ini terjadi pada fungisida Antracol dimana petani krisan Desa Sidomulyo awalnya lebih mengenal fungisida Antracol dibandingkan fungisida Dithane dikarenakan fungisida tersebut efektif dalam membantu mengendalikan penyakit karat putih.

Dengan adanya promosi fungisida Dithane dikenal oleh petani, sehingga mereka beralih menggunakan fungisida Dithane yang dipersepsikan oleh petani lebih murah dibandingkan fungisida Antracol serta memiliki keefektifitas produk yang cepat juga. Walaupun demikian posisi Dithane belum mampu menggantikan posisi Antracol. Dimana posisi Antracol dipersepsikan petani krisan Desa Sidomulyo tetap lebih unggul, dikarenakan fungisida Antracol memiliki keunggulan lainnya yaitu bahan aktif yang sesuai dengan kebutuhan, bentuk produk yang mudah digunakan, serta produknya mudah diperoleh.

Selain itu, menurut robbins (2003) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu pelaku persepsi, target dan situasi. Pelaku persepsi diantaranya sikap, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu dan pengharapan. Sedangkan target yang dapat mempengaruhi adalah adanya hal baru, gerakan, bunyi, ukuran, latar belakang dan kedekatan. Yang terakhir situasi dipengaruhi tiga hal yaitu waktu, keadaan dan keadaan sosial. Salah satu contoh faktor yang mempengaruhi persepsi petani krisan di Desa Sidomulyo adalah pelaku persepsi sikap. Sikap dari petani krisan terhadap fungisida yang sama belum tentu mempersepsikan hasil yang sama pula. Misalnya saat peneliti melakukan wawancara ke petani krisan tentang produk fungisida Dithane, petani memiliki persepsi yang berbeda-beda.

Singgih (1993) menambahkan karakteristik petani dapat mempengaruhi penilaian persepsi yaitu perhatian yang selektif, ciri-ciri rangsangan, nilai-nilai dan kebutuhan individu serta pengalaman terdahulu. Karakteristik petani di Desa Sidomulyo dalam memilih fungisida dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kondisi iklim apabila iklim hujan petani menggunakan fungisida kontak sedangkan iklim kemarau petani menggunakan fungisida sistemik. Faktor sosial lainnya adalah pengalaman dari sesama petani. Disamping faktor sosial terdapat faktor pribadi yang mempengaruhi antara lain kesesuaian atau sependan kebutuhan individu petani.

Sehingga penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti bahwa “Diduga posisi merek yang dipersepsikan baik oleh petani krisan adalah Dithane”, tidak terbukti dan tidak diterima karena yang dipersepsikan baik adalah Antracol.