

RINGKASAN

TUKASA. 12504010111194. Analisis Kesadaran Merek Benih Jagung Hibrida di Desa Pesido, Kecamatan Jatiroto, Kab. Wonogiri. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS.

Jagung merupakan salah satu tanaman pangan yang dapat mengambil peran dalam pembangunan sektor pertanian. Jagung sebagai tanaman pangan di Indonesia, menduduki urutan kedua setelah padi dalam hal luas panennya, luas panen padi pada tahun 2015 sebesar 14.115.475 Ha, sedangkan luas panen jagung sebesar 3.786.815 Ha (BPS, 2016). Meski demikian, jagung mempunyai peranan yang tidak kalah pentingnya dengan padi. Komoditas jagung tergolong komoditas yang strategis dan memiliki prospek yang cerah. Peningkatan kebutuhan jagung di dalam negeri berkaitan erat dengan perkembangan industri pangan dan pakan. Oleh sebab itu, upaya peningkatan produksi jagung perlu mendapat perhatian yang besar.

Penelitian dilakukan di Kecamatan Jatiroto. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel wilayah yaitu bahwa Kecamatan tersebut merupakan daerah yang memiliki produktivitas jagung terbesar di Kabupaten Wonogiri sehingga terpilih Kecamatan Jatiroto. Tujuan penelitian ini adalah: 1. Menganalisis atribut-atribut produk benih jagung hibrida yang dipertimbangkan oleh petani jagung di daerah penelitian; 2. Menganalisis kesadaran merek berdasarkan atribut terpilih produk benih jagung hibrida di daerah penelitian.

Metode penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Adapun karakteristik tersebut antara lain: pengguna produk benih jagung hibrida, terdaftar pada kelompok tani Sido Makmur I, berusia lebih dari 25 tahun, dan berdomisili di Desa Pesido. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara menggunakan kuisioner dan alat peraga produk benih jagung hibrida. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan tingkat kesadaran merek responden.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Atribut yang dipertimbangkan oleh petani jagung di Desa Pesido Kecamatan Jatiroto Kabupaten Wonogiri dalam membeli produk benih jagung hibrida ialah atribut harga, kualitas, kadaluarsa, bahan pengemas, nama baik perusahaan, label, dan umur panen. Merek yang memiliki tingkat *Top of Mind* paling tinggi adalah merek BISI-2 yaitu sebesar 86%. Merek yang memiliki tingkat *Brand Recall* paling tinggi adalah P21 sebesar 78% diikuti oleh merek Pertiwi 3 sebesar 72%, sedangkan merek yang memiliki tingkat *Brand Recognition* dan *Unaware of Brand* paling tinggi adalah merek NK22 sebesar 46% untuk *Brand Recognition* dan 54% untuk *Unaware of Brand*.

Berdasarkan atribut terpilih yang dipertimbangkan oleh petani, maka perusahaan diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas atribut-atribut dari produk benih jagung yang diproduksi, yaitu antara lain memperpanjang tanggal kadaluarsa, meningkatkan bahan pengemas, meningkatkan nama baik perusahaan, label dan umur panen produk benih jagung hibrida. Perusahaan juga diharapkan

dapat mempertimbangkan harga yang ditetapkan untuk produknya sehingga petani dapat mempertimbangkan produk benih jagung tersebut dalam pembelian produk benih jagung.



SUMMARY

TUKASA. 125040101111194. Analysis of Brand Awareness Hybrid Corn Seed in Pesido Village, Jatiroto Subdistrict, Wonogiri District. Under Guidance Prof. Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS.

Corn is one crop that can take a role in the development of the agricultural sector. Corn as a food crop in Indonesia, second only to rice in terms of area harvest, rice harvested area in 2015 amounted to 14,115,475 hectares, while the area of the corn harvest of 3,786,815 ha (CBS, 2016). However, corn has a role that can't as important as rice. Corn classified as strategic commodity and has a bright prospect. The increase in corn demand in the country is closely related to the development of food and feed industry. Therefore, efforts to increase maize production should receive the most attention.

The study was conducted in the Subdistrict Jatiroto. Criteria used in the sampling area is that the sub-district is an area that has the largest maize productivity in Wonogiri District so selected of Jatiroto. The purpose of this study are: 1. To analyze the attributes of hybrid corn seed products are considered by a corn farmer in the area of research; 2. Analyzing brand awareness based on attributes of selected hybrid corn seed products in the area of research.

Methods used to determine the respondents in this study is a non-probability sampling method (sampling is not random) by using purposive sampling technique, where the sample is selected based on their characteristics. The characteristics include: the hybrid corn seed products, registered on Sido Makmur farmer group I, aged over 25 years, and lives in the village of Pesido. Data were collected by interview using a questionnaire and props hybrid corn seed products. The analysis used is descriptive analysis that is used to describe the respondents' level of brand awareness.

From the research it can be concluded that the attributes considered by a corn farmer in the village Pesido Jatiroto District of Wonogiri in buying hybrid corn seed products are the attributes of price, quality, expired, packaging materials, the company's good name, label, and time of harvest. Brands that have high levels of highest Top of Mind is a brand BISI-2 that is equal to 86%. Brands that have high levels of Brand Recall highest was P21 by 78%, followed by the brand Pertiwi 3 by 72%, while the brands that have high levels of Brand Recognition and unaware of Brand highest is the brand NK22 by 46% for Brand Recognition and 54% for unaware of brand.

Based on the attributes selected to be considered by the farmers, the company is expected to improve the quality attributes of the product corn seed produced, among other things extend the expiration date, improving packaging materials, enhance the company's good name, label and harvesting products hybrid corn seed. The company is also expected to consider a set price for their

products so that farmers can consider the corn seed products in the purchase of corn seed products.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kesadaran Merek Jagung terhadap Benih Jagung Hibrida (Kasus di Desa Pesido, Kecamatan Jatiroto, Kabupaten Wonogiri). Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan kelulusan jenjang pendidikan S1 di Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.

Penelitian dilakukan di Kecamatan Jatiroto. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel wilayah yaitu bahwa Kecamatan tersebut merupakan daerah yang memiliki produktivitas jagung terbesar di Kabupaten Wonogiri sehingga terpilih Kecamatan Jatiroto. Tujuan penelitian ini adalah: 1. Menganalisis atribut-atribut produk benih jagung hibrida yang dipertimbangkan oleh petani jagung di daerah penelitian; 2. Menganalisis kesadaran merek berdasarkan atribut terpilih produk benih jagung hibrida di daerah penelitian.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna maka dari itu mohon masukan dan kritik yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, Agustus 2016

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Wonogiri pada tanggal 31 Desember 1994 sebagai anak kedua dari sepuluh bersaudara pasangan Bapak Parno dengan Ibu Sanik Hidayati. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 2 Kopen pada tahun 2000 sampai tahun 2006, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Jatipurno pada tahun 2006 sampai tahun 2009. Pada tahun 2009 sampai tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikannya di SMA Budi Utomo Perak Jombang, dan pada tahun 2012 penulis melanjutkan studi kejenjang Strata-1 sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur melalui jalur SBMPTN.

Pengalaman kerja penulis pernah menjadi Tenaga Pendamping UPSUS Pajale Kabupaten Gresik yang diselenggarakan Kementerian Pertanian pada tahun 2015.



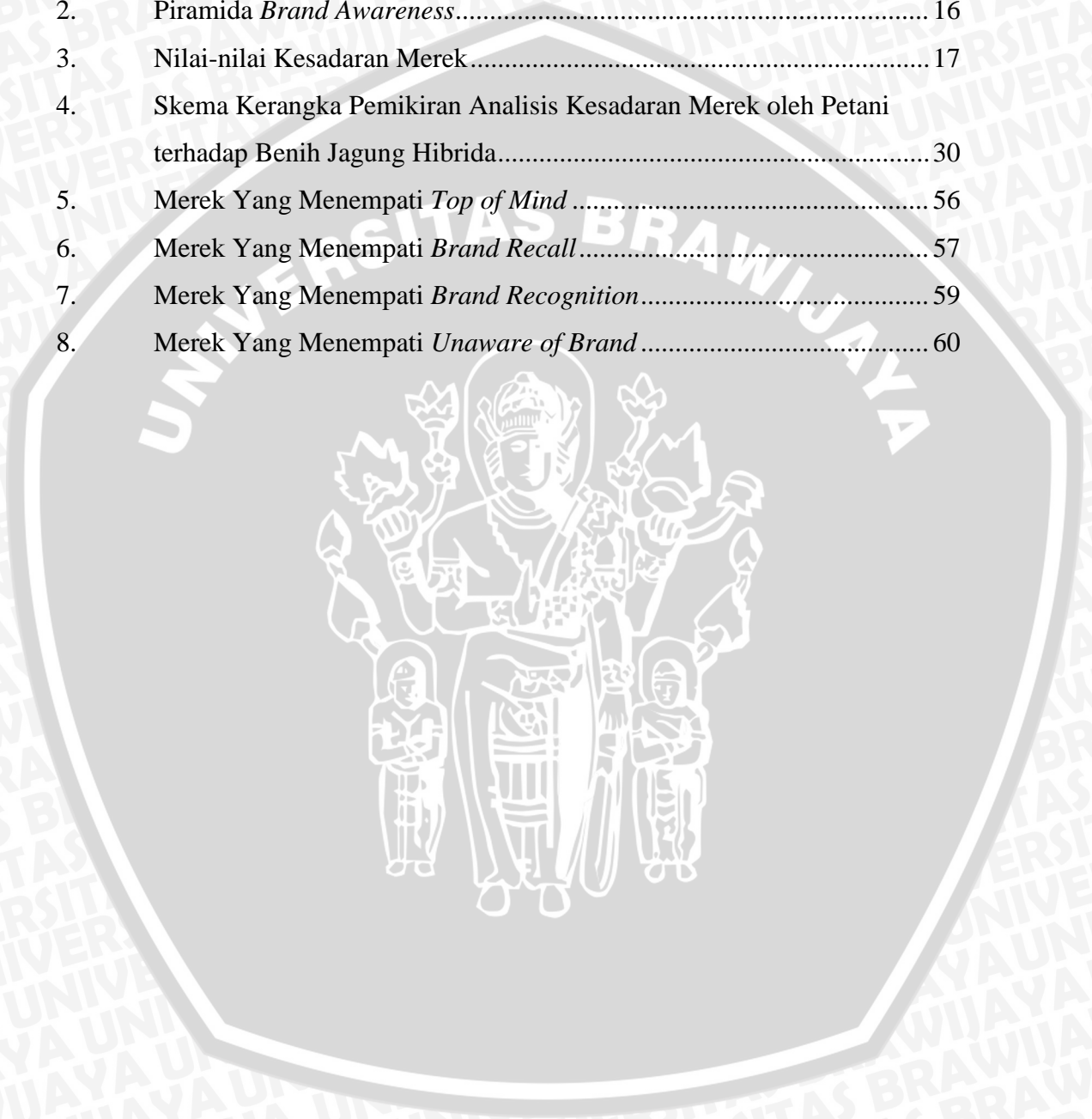
DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Perilaku Konsumen.....	10
2.3 Tinjauan Kesadaran Merek	14
2.4 Tinjauan Merek	23
2.5 Tinjauan Benih Jagung Hibrida	26
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	
3.1 Kerangka Pemikiran.....	28
3.2 Hipotesis Penelitian.....	31
3.3 Batasan Masalah.....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Metode Penentuan Lokasi	36
4.2 Metode Penentuan Responden	36
4.3 Metode Pengumpulan Data	37
4.4 Metode Pengujian Instrumen	38
4.5 Metode Analisis Data.....	40
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
5.2 Deskripsi Responden.....	50
5.3 Atribut Produk yang Dipertimbangkan Oleh Petani	52
5.4 Kesadaran Merek Berdasarkan Atribut Terpilih.....	55
5.5 Hubungan Tingkat Kesadaran Merek dengan Profil Responden.....	61
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
1.	Tahap-tahap Proses Pembelian	10
2.	Piramida <i>Brand Awareness</i>	16
3.	Nilai-nilai Kesadaran Merek.....	17
4.	Skema Kerangka Pemikiran Analisis Kesadaran Merek oleh Petani terhadap Benih Jagung Hibrida.....	30
5.	Merek Yang Menempati <i>Top of Mind</i>	56
6.	Merek Yang Menempati <i>Brand Recall</i>	57
7.	Merek Yang Menempati <i>Brand Recognition</i>	59
8.	Merek Yang Menempati <i>Unaware of Brand</i>	60



DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Kriteria Indeks Reliabilitas	40
2.	Komposisi Penduduk Kabupaten Wonogiri dan Kecamatan Jatiroto Menurut Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2009.....	46
3.	Komposisi Penduduk Kabupaten Wonogiri dan Kecamatan Jatiroto Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2009	47
4.	Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian Kecamatan Jatiroto Tahun 2009	47
5.	Tata Guna Lahan di Kabupaten Wonogiri dan Kecamatan Jatiroto Tahun 2009.....	48
6.	Produksi Tanaman Pangan di Kabupaten Wonogiri dan Kecamatan Jatiroto Tahun 2009	49
7.	Data Responden Berdasarkan Usia.....	50
8.	Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
9.	Data Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan Per Bulan.....	52
10.	Data Responden Berdasarkan Luas Lahan	52
11.	Proporsi Jawaban YA (Uji Cochran Q Ke-1).....	53
12.	Hasil Pengujian Jawaban Responden dengan Uji Cochran Q	54
13.	Profil Responden Pada Tingkat Kesadaran <i>Top of Mind</i>	61
14.	Profil Responden Pada Tingkat Kesadaran <i>Brand Recall</i>	62
15.	Profil Responden Pada Tingkat Kesadaran <i>Brand Recognition</i>	63
16.	Profil Responden Pada Tingkat Kesadaran <i>Unaware of Brand</i>	65

