



**ANALISIS KEPUASAN PETANI KENTANG TERHADAP FUNGISIDA
CURZATE 8/64 WP DI DESA SUMBERBRANTAS, KECAMATAN
BUMIAJI, KOTA BATU**

SKRIPSI

Oleh:

DWI WULANDARI AGUSTYARINI

135040107111032



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG**

2017

**ANALISIS KEPUASAN PETANI KENTANG TERHADAP FUNGISIDA
CURZATE 8/64 WP DI DESA SUMBERBRANTAS, KECAMATAN
BUMIAJI, KOTA BATU**

Oleh :

DWI WULANDARI AGUSTYARINI

135040107111032

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG**

2017



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Petani Kentang terhadap Fungisida
Curzate 8/64 WP di Desa Sumber Brantas, Kecamatan
Bumiaji, Kota Batu
Nama Mahasiswa : Dwi Wulandari Agustyarini
NIM : 135040107111032
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

Prof. Ir. Ratya Anindita, MS., Ph.D
NIP. 19610908 198601 1 001

Condro Puspo Nugroho, SP., MP.
NIP. 198804162014041001

Ketua Jurusan,

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :



LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I,

Penguji II,

Sugeng Riyanto, SP., M.Si
NIK. 2016098706011001

Condro Puspo Nugroho, SP., MP.
NIP. 198804162014041001

Penguji III,

Prof. Ir. Ratya Anindita, MS., Ph.D
NIP. 19610908 198601 1 001

Tanggal Pengesahan :

PERNYATAAN

Saya Dwi Wulandari Agustyarini selaku penulis dalam skripsi ini menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan melakukan konsultasi penyusunan dengan pembimbing skripsi Prof. Ir. Ratya Anindita, MS.,Ph.D dan Bapak Condro Puspo Nugroho, SP., MP. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2017

Dwi Wulandari Agustyarini



RIWAYAT HIDUP

Penulis skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Petani Kentang terhadap Fungisida Curzate 8/64 WP di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu memiliki nama lengkap Dwi Wulandari Agustyarini. Penulis lahir di Kota Bontang, Kalimantan Timur pada tanggal 09 Agustus 1995 sebagai putri kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Suwito Somo Mukiran dan Ibu Tri Harmini.

Penulis menempuh studi pendidikan dasar di Sekolah Dasar 2 Yayasan Pupuk Kalimantan Timur (YPK) pada tahun 2001 sampai 2007, kemudian penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama YPK pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2010. Pada tahun 2010 sampai 2013 penulis studi di Sekolah Menengah Atas YPK. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SPMK.

Malang, Juli 2017

Dwi Wulandari Agustyarini

RINGKASAN

Dwi Wulandari Agustyarini, 135040107111032. Analisis Kepuasan Petani Kentang terhadap Fungisida Curzate 8/64 WP di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Dibawah bimbingan Prof. Ir. Ratya Anindita, MS., Ph.D dan Bapak Condro Puspo Nugroho, SP., MP sebagai pembimbing.

Serangan jamur *Phytophthora infestans* mendorong petani untuk menggunakan fungisida sebagai solusinya. Fungisida Curzate 8/64 WP menjadi salah satu fungisida yang terus digunakan setiap musim tanam. Petani mengaplikasikan fungisida Curzate 8/64 WP selalu dicampur dengan fungisida yang lain. Pencampuran fungisida dengan merek lain tidak selalu baik untuk tanaman. Petani mencampurkan fungisida yang satu dengan yang lainnya karena hasil yang dirasakan petani dirasa kurang. Pencampuran fungisida yang satu dengan yang lain dipengaruhi oleh kualitas maupun atribut yang ditawarkan. Oleh sebab itu, agar tidak merugikan petani maka perlu adanya perbaikan kinerja agar petani tidak mencampurkan fungisida yang satu dengan yang lainnya. Kepuasan petani dalam menggunakan fungisida dipengaruhi oleh kinerja dari atribut-atribut fungisida. Jika atribut yang diharapkan sesuai dengan hasil yang dirasakan, maka petani akan merasa puas dan akan membeli kembali hingga loyal. Untuk itu, penelitian ini bertujuan (1) mengetahui proses pengambilan keputusan petani dalam memilih produk fungisida Curzate 8/64 WP sebagai pengendali jamur *Phytophthora infestans* pada tanaman kentang; (2) menganalisis tingkat kepuasan petani sebagai konsumen terhadap produk fungisida Curzate 8/64 WP, (3) menganalisis tingkatan loyalitas petani yang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Hal tersebut didasari karena Desa Sumberbrantas menjadi sentra produksi kentang. Metode penentuan responden yang digunakan dalam penelitian adalah metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Dengan menggunakan rumus slovin maka sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Alat data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif untuk menjawab tujuan pertama, analisis IPA dan CSI untuk menjawab tujuan kedua, dan analisis deskriptif untuk menjawab tujuan ketiga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses pengambilan keputusan petani kentang memilih menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena memiliki dua bahan aktif yang berbeda cara kerja dan petani merasa puas setelah menggunakannya. Berdasarkan hasil pengukuran dengan metode CSI bahwa tingkat kepuasan petani sebesar 78,57% yang menunjukkan bahwa petani puas terhadap fungisida Curzate 8/64 WP. Dengan menggunakan metode IPA menunjukkan bahwa atribut kemampuan produk dalam mengatasi jamur dan pengaruh efek samping pada tanaman masih perlu dilakukan perbaikan oleh perusahaan. Secara keseluruhan petani menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP tidak merasa kecewa dan petani terbiasa menggunakan fungisida tersebut atau disebut *habitual buyer*. Dari hasil penelitian yang telah didapatkan, dapat dikemukakan saran dari penelitian ini, yaitu bagi produsen fungisida Curzate 8/64 WP sebaiknya dilakukan perbaikan pada atribut yang masuk ke dalam kuadran A karena atribut tersebut merupakan atribut yang dianggap sangat penting bagi petani.

SUMMARY

Dwi Wulandari Agustyarini. 135040107111032. Analysis of Farmer Satisfaction Toward Curzate 8/64 WP Fungicide in Sumberbrantas Village, Bumiaji Sub-District, Batu City. Under guidance Prof.Ir.Ratya Anindita, MS., Ph.D and Mr.Condro Puspo Nugroho, SP., MP. as a tutors minor thesis main.

The *Phytophthora infestans* attacks encourage farmers to use fungicide as the solution. Curzate 8/64 WP fungicide become one of fungicides that continued to be used every growing season. Farmers apply a Curzate 8/64 WP fungicide always mixed with other fungicides. Mixing a fungicide with another brand not always good. Farmers who mixing fungicide with another brand because the result perceived less strong. Mixing the fungicide with another brand is influenced by the quality and attributes that is offered. Therefore, we needs to improving the attributes to be good performance so that farmers not mixing a fungicide. Farmers satisfaction in using fungicide influenced by the performance of attributes fungicide. If their performance in conformity with expectation, so farmers would be satisfied and will buy back to bound to the product. So, this study aims to (1) to describe the farmer decision making process when buying Curzate 8/64 WP fungicide, (2) to analyze the satisfaction level of the farmer toward Curzate 8/64 WP fungicide, and (3) to analyze the loyalty level category's of the farmers when using Curzate 8/64 WP fungicide.

This research was conducted in the Sumberbrantas village, Bumiaji sub-district, Batu city. It is based because this village be potato production center. The determination method of the respondents is the the probability of sampling method with simple random sampling by 40 respondents. The method used in this research are decriptive analysis to the decision making process and the level loyalty farmer, importance performance analysis (IPA), and customer satisfaction index (CSI).

The result of this research shows that in the decision making process, farmers choose Curzate 8/64 WP fungicide because it has two different active ingredients and farmers satisfied after using it. The result of this research using CSI method showed that the level of farmer satisfaction 78,57% which indicates that farmers satisfied. The result of this research using IPA showed that the efficacy of fungicide and no side effects on the plant are a top priority. As a whole farmers using Curztae 8/64 WP fungicide do not fell disappointed. As a whole farmers enter to the habitual buyer level. The research that has been obtained, can be explained advice from the study that is for producer of Curzate 8/64 WP fungicide should be done improvement in attribute which enters into a quadrant A because those attributes considered very important for farmers.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Analisis Kepuasan Petani Kentang terhadap Fungisida Curzate 8/64 WP di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Skripsi ini merupakan kewajiban setiap mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya dalam rangka menyelesaikan studi tahap sarjana (S-1).

Penelitian yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kepuasan petani terhadap penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP. Penulisan skripsi ini merupakan proses belajar yang dilakukan oleh penulis agar penulis dapat mengenal, mempelajari, dan menganalisis fakta-fakta mengenai kepuasan petani, yang kemudian disajikan ke dalam bentuk karya ilmiah berupa skripsi.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Ir. Ratya Anindita, MS., Ph. D selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Condro Puspo Nugroho, SP., MP. selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran dalam penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini.

Malang, Juli 2017

Penulis



DAFTAR ISI

Teks	Halaman
RINGKASAN.....	I
SUMMARY.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
RIWAYAT HIDUP.....	IV
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR GAMBAR.....	VII
DAFTAR TABEL.....	VIII
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Teori Perilaku Konsumen.....	8
2.3. Teori Kepuasan Konsumen.....	9
2.3.1. Definisi Kepuasan Konsumen.....	9
2.3.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	10
2.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	12
2.4. Karakteristik Produk.....	12
2.4.1. Atribut Produk.....	12
2.4.2. Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.5. Loyalitas Konsumen.....	14
2.6. Pestisida.....	16
2.6.1. Definisi Pestisida.....	16
2.6.2. Cara Kerja Fungisida.....	17
2.6.3. Fungisida Merek Curzate 8/64 WP.....	18
2.6.4. Fungisida Pesaing.....	19
2.7. Kentang.....	19
2.8. Analisis Data.....	20
2.8.1. Importance Performance Analysis.....	20
2.8.2. Customer Satisfaction Index.....	22
III. KERANGKA PEMIKIRAN	
3.1. Kerangka Pemikiran.....	24
3.2. Hipotesis.....	27
3.3. Batasan Masalah.....	27
3.4. Definisi Operasional.....	27
3.4.1. Pengukuran Variabel.....	27
VI. METODE PENELITIAN	
4.1. Metode Penentuan Lokasi.....	40
4.2. Metode Penentuan Responden.....	40
4.3. Metode Pengumpulan Data.....	41
4.4. Metode Analisis Data.....	41



4.4.1. Deskripsi Proses Pengambilan Keputusan.....	41
4.4.2. Analisis Kepuasan Konsumen.....	41
4.4.3. Tingkatan Loyalitas Konsumen.....	45

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	47
5.1.1. Kondisi Geografis Desa Sumberbrantas.....	47
5.1.2. Kondisi Demografis Desa Sumberbrantas.....	48
5.2. Karakteristik Responden.....	50
5.3. Proses Pengambilan Keputusan Petani Kentang Membeli Fungisida.....	54
5.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	55
5.3.2. Pencarian Informasi.....	55
5.3.3. Evaluasi Alternatif.....	57
5.3.4. Keputusan Pembelian.....	57
5.3.5. Hasil Pascapembelian.....	59
5.4. Tingkat Kepuasan Petani Kentang.....	61
5.4.1. Analisis IPA.....	61
5.4.2. Analisis CSI.....	72
5.5. Tingkat Loyalitas Petani Kentang.....	74

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan.....	77
6.2. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Luas panen, produktivitas dan produksi kentang di Indonesi.....	1
2.	Produksi kentang di kota Batu.....	2
3.	Pengukuran variabel tingkat kinerja Curzate 8/64 WP.....	30
4.	Pengukuran variabel tingkat kepentingan Curzate 8/64 WP.....	34
5.	Pengukuran variabel loyalitas petani.....	38
6.	Kriteria Customer Satisfaction Index.....	45
7.	Luas wilayah di Desa Sumberbrantas.....	47
8.	Kondisi demografi penduduk Desa Sumberbrantas.....	48
9.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
10.	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	50
11.	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	51
12.	Karakteristik responden berdasarkan lama usahatani.....	51
13.	Karakteristik responden berdasarkan luas lahan.....	52
14.	Sumber informasi pengetahuan fungisida.....	54
15.	Keputusan pembelian fungisida curzate 8/64 WP.....	56
16.	Pascapembelian fungisida curzate 8/64 WP.....	58
17.	Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut Curzate 8/64 WP.....	59
18.	Perhitungan nilai Customer Satisfaction Index.....	68



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Diagram Kartesius.....	4
2.	Kerangka Pemikiran.....	26
3.	Bentuk Kemasan Fungisida Curzate 8/64 WP.....	60
4.	Fungisida Pertama di Campur.....	61
5.	Fungisida Saat Mengendap.....	61
6.	Informasi Kandungan Bahan Aktif.....	63
7.	Cara Penggunaan Fungisida.....	64
8.	Diagram Kartesius Hasil Penelitian.....	66
9.	Tingkatan Loyalitas Hasil Penelitian.....	72



L. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kentang merupakan tanaman hortikultura yang memiliki kandungan karbohidrat selain beras, jagung, dan gandum. Menurut (Asgar, 2013), perbandingan protein terhadap karbohidrat yang terdapat dalam umbi kentang lebih tinggi dari pada biji sereal dan umbi lainnya. Tanaman kentang memiliki nilai ekonomis yang cukup baik karena kentang tidak hanya dijadikan sayuran, tetapi saat ini banyak industri pengolahan makanan ringan yang menggunakan kentang sebagai bahan baku untuk produk olahannya. Hasil panen kentang dikonversi menjadi berbagai macam produk olahan seperti kentang goreng, kripik kentang, kentang beku, dan sebagainya. Konsumsi kentang setiap tahunnya juga terus meningkat. Menurut Kementerian Pertanian Tahun 2015 bahwa konsumsi kentang pada tahun 2015 meningkat cukup signifikan yaitu dari 1.476 kg meningkat menjadi 2.294 kg. Hal ini memberikan peluang bagi para petani untuk membudidayakan komoditas kentang.

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa produksi kentang di Indonesia mengalami peningkatan dan juga penurunan setiap tahun. Pada tahun 2011 hingga 2013 produksi kentang terus mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2014 produksi kentang mengalami penurunan sebesar 128.545 ton.

Tabel 1. Luas panen, produktivitas, dan produksi kentang di Indonesia

	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Luas Panen (Ha)	59.88	65.99	70.19	76.29	66.29
Produktivitas (Ton/Ha)	15,96	16,58	16,02	17,67	18,20
Produksi (Ton)	955.488	1.094.232	1.124.282	1.347.815	1.219.270

Sumber : Kementerian Pertanian diolah 2016

Indonesia memiliki beberapa sentra produksi kentang, salah satunya adalah Provinsi Jawa Timur tepatnya berada di Kota Batu. Dapat dilihat pada tabel 2 bahwa setiap tahunnya produksi kentang di Kota Batu terus meningkat. Namun, pada tahun 2014 peningkatannya tidak signifikan. Produksi kentang yang



menurun dan kenaikannya yang tidak signifikan dapat disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya karena serangan jamur *Phytophthora infestans* yang menyebabkan timbul penyakit. Menurut Nugroho (2011), penyakit akibat jamur *Phytophthora infestans* akan lebih banyak muncul ketika musim hujan, sehingga dapat menyebabkan penurunan produksi kentang hingga 90%.

Tabel 2. Produksi Kentang di Kota Batu

		Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
Luas Panen	(Ha)	154	282	409	413	414
Produksi	(kw)	27.611	50.869	73.320	76.252	77.973

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Batu diolah 2015

Serangan penyakit tersebut mendorong petani untuk menggunakan fungisida sebagai solusi untuk mencegah dan mengurangi penyakit. Penggunaan fungisida di percaya petani dapat mencegah dan mengurangi serangan penyakit. Sehingga setiap kali musim tanam petani akan menggunakan fungisida. Tentunya petani akan lebih selektif dalam memilih fungisida yang tepat, baik dari segi kualitas maupun harga yang diterima.

Indonesia memiliki berbagai perusahaan yang bergerak dibidang produksi pestisida. Menurut (Komisi Pestisida, 2016) bahwa pestisida yang beredar dipasaran terdaftar sebanyak 3207 nama dagang. Tentunya dengan adanya permasalahan jamur *Phytophthora infestans* mendorong perusahaan pestisida untuk memproduksi fungisida guna memenuhi kebutuhan petani. Sehingga banyak macam pilihan fungisida di pasaran.

Fungisida untuk kentang salah satunya yang banyak digunakan di Kota Batu adalah fungisida dengan merek Curzate 8/64 WP yang mengandung dua bahan aktif. Fungisida Curzate 8/64 WP sudah mulai beredar sejak tahun 2001 dan sejak saat itu banyak petani kentang yang mulai menggunakan fungisida tersebut. Namun, tidak semua petani kentang hanya menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Fungisida Curzate 8/64 WP merupakan fungisida berbentuk tepung. Penggunaannya dengan mencampurkan fungisida sebanyak 2 – 4 g/l dengan menambahkan air sebanyak 500 - 1000 l/ha. Fungisida ini bermanfaat untuk mengendalikan penyakit busuk daun yang disebabkan oleh jamur *Phytophthora*



infestans. Selain bermanfaat, fungisida ini dapat menyebabkan bahaya bagi manusia, yaitu menyebabkan keracunan dan juga iritasi.

Banyak petani kentang menggabungkan fungisida Curzate 8/64 WP dengan fungisida yang lain setiap kali penyemprotan. Petani mencampurkan dengan merek yang lain dengan tujuan untuk memperkuat kemampuan fungisida dalam mengatasi serangan jamur. Pencampuran tersebut disebabkan oleh kualitas produk yang masih belum mampu untuk menjalankan fungsi-fungsinya secara sempurna. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Susila, Sumarwan and Kirbrandoko, 2014) bahwa kualitas produk juga dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk yang dirasakan merupakan manfaat yang diberikan oleh atribut fungisida Curzate 8/64 WP. Oleh sebab itu, atribut suatu produk penting untuk diperhatikan oleh perusahaan agar petani tetap memilih menggunakan fungisida tersebut. Beberapa atribut yang penting diperhatikan dalam penggunaan pestisida yaitu dilihat dari prinsip penggunaan pestisida menurut (Sudarmo, 1991) yaitu pestisida dalam perdagangan harus memenuhi persyaratan keamanan maksimum mulai dari penyimpanan, pengepakan, labeling harus diperhatikan, dan harga juga terjangkau bagi petani. Atribut produk yang telah dirasakan akan menentukan keputusan petani untuk melakukan pembelian ulang atau tidak. Jika petani merasa puas dengan atribut yang ditawarkan maka konsumen tersebut tentunya akan melakukan pembelian ulang. Namun, jika petani tidak merasa puas dengan atribut yang ditawarkan maka petani tersebut tidak akan mengulangi kembali menggunakan produk tersebut, bahkan akan berganti merek.

Pengukuran kepuasan petani terhadap penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP dilakukan guna meningkatkan tingkat kepuasan petani. Sehingga dengan adanya penelitian ini perusahaan dapat mengevaluasi kepuasan petani dan meningkatkan atribut yang menjadi pertimbangan petani.

1.2. Rumusan Masalah

Tingginya minat petani terhadap penggunaan fungisida sebagai pengendalian serangan jamur *Phytophthora infestans* mendorong produsen



fungisida untuk menciptakan fungisida yang tepat. Banyaknya fungisida yang beredar dipasaran dapat menguntungkan petani karena petani memiliki banyak pilihan untuk mendapatkan fungisida yang sesuai dengan tanamannya. Jika produsen tidak teliti maka produk yang ditawarkan bisa kalah bersaing. Produsen fungisida perlu mengetahui faktor yang menjadi keputusan petani dalam memilih fungisida. Banyak hal yang dipertimbangkan petani dalam memilih suatu produk karena jika salah memilih akan mengakibatkan kerugian yang besar, artinya bisa terjadi gagal panen.

Fungisida Curzate 8/64 WP yang saat ini banyak digunakan petani di Desa Sumberbrantas merupakan fungisida yang pasti digunakan setiap musim tanam. Tetapi tidak sedikit petani yang mengkombinasi dengan merek lain. Petani mengaplikasikan fungisida Curzate 8/64 WP selalu dicampur dengan fungisida yang lain. Pencampuran fungisida dengan merek lain tidak selalu baik untuk tanaman. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Yuantari, Widiarnako and Sunoko, 2013) bahwa petani mencampur pestisida tidak memperhatikan label dan hanya berdasarkan coba-coba dan pengalaman teman. Petani mencampurkan fungisida yang satu dengan yang lainnya karena hasil yang dirasakan petani dirasa kurang. Pencampuran fungisida yang satu dengan yang lain dipengaruhi oleh kualitas maupun atribut yang ditawarkan. Oleh sebab itu, agar tidak merugikan petani maka perlu adanya perbaikan kinerja agar petani tidak mencampurkan fungisida yang satu dengan yang lainnya.

Kepuasan petani dalam menggunakan fungisida dipengaruhi oleh kinerja dari atribut-atribut fungisida. Petani akan merasa puas jika kinerja dari atribut dapat melebihi atau sama dengan harapannya. Kinerja atribut memiliki manfaat besar bagi petani karena beberapa atribut menjadi pertimbangan utama dalam menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Menurut (Shofianah, Ahmad and Sunarti, 2014) bahwa beberapa atribut produk seperti kualitas, harga, dan desain berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan. Jika atribut yang diharapkan sesuai dengan hasil yang dirasakan, maka petani akan merasa puas dan akan membeli kembali produk tersebut. Dengan begitu petani dapat menjadi loyal terhadap fungisida Curzate 8/64 WP. Menurut Sumarwan (2011) dalam (Mustikarini and Simanjuntak, 2014) menyatakan jika semakin puas seorang



konsumen terhadap suatu merek maka konsumen akan semakin loyal terhadap merek tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Mustikarini and Simanjuntak, 2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara kepuasan dan loyalitas petani terhadap merek pestisida. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai kepuasan petani terhadap fungisida Curzate 8/64 WP.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan perumusan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Mengetahui proses pengambilan keputusan petani dalam memilih produk fungisida Curzate 8/64 WP sebagai pengendali jamur *Phytophthora infestans* pada tanaman kentang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan petani sebagai konsumen terhadap produk fungisida Curzate 8/64 WP.
3. Menganalisis tingkatan loyalitas petani yang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna untuk :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan dalam melakukan pemasaran. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tentang atribut fungisida yang perlu di lakukan perbaikan.
2. Sebagai referensi maupun untuk menambah pengetahuan bagi pihak yang tertarik dengan kepuasan petani.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kepuasan konsumen sebelumnya telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengalami penyempurnaan. Pada awalnya salah satu penelitian mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan oleh (Prasastono and Pradapa, 2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dengan menggunakan metode analisis regresi maka dapat dibuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang terbesar terhadap kepuasan konsumen. Beberapa atribut yang digunakan diantaranya tidak mudah kadaluarsa, kebutuhan dan keinginan, dan produk yang bervariasi. Sedangkan kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang diukur dengan menggunakan atribut sesuai keinginan, keterampilan dan kemampuan, perhatian, berstandar tinggi, dan sepenuh hati.

Penelitian tersebut disempurnakan oleh (Widjoyo, Rumambi and Kunto, 2013) bahwa pengukuran kepuasan konsumen dapat diukur dengan metode yang lain. Pada penelitian ini peneliti mengukur kepuasan konsumen dengan menambahkan metode analisis gap. Hal ini dilakukan karena analisis regresi hanya dapat mengetahui variabel yang satu dengan variabel lainnya. Sedangkan adanya analisis gap dapat diketahui kesenjangan antara kinerja yang dirasakan dengan kepentingan konsumen. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini bahwa kualitas pelayanan yaitu responsiveness dapat berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan perusahaan kepada konsumen sangat penting.

Penelitian kepuasan konsumen terus mengalami perkembangan. Ikasari, dkk (2014) melakukan penyempurnaan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam penelitiannya. Metode CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan skala likert. Dengan menganalisis 17 atribut didapatkan hasil bahwa konsumen merasa puas terhadap produk dengan tingkat kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh atribut kejelasan BPOM, ketersediaan



produk, harga, ukuran kemasan, kepraktisan kemasan, manfaat, kecepatan pelayanan, dan kejelasan masa kadaluarsa.

Berdasarkan penelitian tersebut, (Mustikarini and Simanjuntak, 2014) menyempurnakan penelitian dengan menggunakan tiga alat analisis yaitu CSI, IPA, dan uji *Chi-Square*. Penelitian dilakukan agar dapat mengatasi persaingan yang ada. Dengan menganalisis 9 atribut didapatkan hasil bahwa atribut harga, kualitas produk, manfaat, sertifikasi, kemampuan mengendalikan hama dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu pada penelitian ini juga dilakukan pengukuran loyalitas dengan menggunakan tingkatan loyalitas yang terdiri dari *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*, dimana hasil yang didapat bahwa konsumen masuk kedalam setiap tingkatan tersebut. Penelitian ini disempurnakan oleh (Munisih, 2015) dengan menggunakan metode analisis regresi bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulan dari telaah penelitian terdahulu yaitu penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan agar mampu bersaing dengan produk pesaing. Hal ini dikarenakan dengan melakukan penelitian kepuasan konsumen dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen saat ini. Sehingga kedepannya perusahaan dapat memperbaiki pelayanan atau produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu dengan melakukan wawancara menggunakan kuesioner dan dapat diukur dengan beberapa metode analisis data. Metode yang digunakan terus mengalami perkembangan, diantaranya analisis regresi linier berganda, *Gap Analysis*, uji *Chi-Square*, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satsifaction Index* (CSI). Sedangkan untuk mendapatkan hasil dalam pengukurannya yaitu dengan memberikan atribut kualitas pelayanan maupun kualitas produk untuk dinilai.

Penelitian yang akan dilakukan peneliti saat ini sama dengan penelitian sebelumnya yaitu mengetahui tingkat kepuasan konsumen untuk memperbaiki kinerja perusahaan agar mampu bersaing dengan produk pesaing dan meningkatkan kepuasan petani. Namun pada penelitian ini produk yang akan diteliti adalah fungsida Curzate 8/64 WP, dimana dalam sepengetahuan peneliti



bahwa sebelumnya belum pernah dilakukan terhadap fungsida Curzate 8/64 WP.

Selain itu atribut yang digunakan dalam menganalisis yaitu dengan menggabungkan atribut-atribut yang pernah diteliti seperti harga, lokasi, keterandalan, dan desain produk, serta menambahkan atribut yang lain yang disesuaikan dengan produk. Alat analisis yang akan digunakan adalah IPA dan CSI karena alat analisis ini memiliki hasil akhir yang praktis, dimana dengan mudah dapat diketahui perbandingan kinerja dan kepentingan produk serta diketahui atribut mana yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan.

2.2. Teori Perilaku Konsumen

Konsumen merupakan setiap orang yang memakai suatu barang atau jasa untuk diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan. Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa (Sunyoto, 2013). Sedangkan (Engel, Blackwell and Miniard, 1994) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Menurut (Sumarwan, 2011), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Dalam melakukan penggunaan produk, seorang konsumen tidak sembarangan dalam mengambil produk. Konsumen memiliki pertimbangan-pertimbangan yang digunakan untuk menggunakan produk. Selain itu ada faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan produk. Menurut (Sangadji and Sopiah, 2013), faktor-faktor utama penentu keputusan pembelian dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial. Dari pengaruh faktor-faktor tersebut, konsumen akan melakukan pengambilan keputusan.

Menurut Engel, dkk. (dalam (Sangadji and Sopiah, 2013), proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan,



pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan hasil. Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen mulai mengalami suatu permasalahan dan kemudian memulai mencari solusi. Pencarian solusi tersebut dengan mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu yang cocok dijadikan solusi dalam permasalahan tersebut. Produk yang menjadi pilihan tersebut dievaluasi untuk mengetahui seberapa baik produk tersebut untuk dapat memecahkan masalah. Pada proses ini konsumen membandingkan berbagai merek pilihan yang dapat memberikan manfaat serta masalah yang dihadapinya. Evaluasi alternatif tersebut akan mengarahkan kepada keputusan pembelian. Pembeli akan menentukan sikap dalam pengambilan keputusan apakah membeli atau tidak. Jika memilih untuk membeli produk, dalam hal ini konsumen dihadapkan pada beberapa alternatif pengambilan keputusan seperti produk, merek, penjualan kuantitas dan waktu pembelannya. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Tahap ini dapat memberikan informasi yang penting bagi perusahaan apakah produk dan pelayan yang telah dijual dapat memuaskan konsumen atau tidak.

2.3. Teori Kepuasan Konsumen

2.3.1. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul ketika membandingkan kinerja suatu produk dengan ekspektasi mereka (Kotler and Keller, 2009). Begitu juga dengan pernyataan (Sangadji and Sopiah, 2013) bahwa kepuasan merupakan perasaan yang dirasakan seseorang baik rasa senang maupun kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Kepuasan konsumen dirasakan ketika harapan konsumen setelah menggunakan produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang harus dicapai suatu perusahaan. Memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan kunci utama perusahaan untuk mengatasi persaingan.

Menurut (Sumarwan, 2011), kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (*product performance*).

Produk akan berfungsi sebagai berikut: konsumen akan merasa puas ketika produk yang dirasakan berfungsi lebih baik dari yang diharapkan atau yang disebut diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*); konsumen akan merasa netral atau tidak merasa puas dan tidak puas ketika fungsi dari produk yang dirasakan seperti yang diharapkan atau yang disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*); konsumen akan merasa tidak puas ketika fungsi dari suatu produk yang dirasakan buruk atau tidak sesuai dengan yang diharapkan, inilah yang disebut diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*).

Menurut Engel, dkk (dalam (Tjiptono, 2008), kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang dirasakan konsumen baik senang maupun kecewa setelah merasakan suatu produk dengan membandingkan harapan atau kepentingan yang diinginkan dengan hasil atau kinerja yang dirasakan. Perasaan senang akan muncul ketika konsumen merasa puas pada saat produk yang dirasakan memberikan hasil sama atau melebihi harapan. Sedangkan perasaan kecewa muncul ketika konsumen merasa tidak puas karena hasil dari produk yang dirasakan tidak memenuhi harapan konsumen.

2.3.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting yang perlu dilakukan perusahaan. Pengukuran tersebut akan memberikan masukan bagi perusahaan untuk dijadikan dasar pengembangan serta implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (dalam (Sunyoto, 2013),



pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan empat metode yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Sasaran

Suatu organisasi yang berpusat pada pelanggan memberikan kotak saran, kartu komentar, dan *customer hot-lines* yang dijadikan tempat untuk menyampaikan keluhan dan sasaran konsumen. Hasil dari keluhan dan sasaran tersebut dapat dijadikan ide-ide ataupun masukan bagi perusahaan untuk mengatasi masalah yang muncul secara cepat dan tanggap.

2. *Ghost Shopping*

Memberikan pekerjaan bagi beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai konsumen terhadap perusahaan maupun pesaing untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, sehingga mendapatkan informasi tentang kekuatan dan kelemahan produk, baik perusahaan maupun pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi konsumen yang sudah tidak lagi menggunakan produk atau yang telah beralih untuk mengetahui penyebab konsumen tidak melakukan pembelian lagi.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan melakukan survei langsung ke lapangan dengan melalui post, telephone, maupun wawancara pribadi sebagai tanda perhatian khusus ke konsumen untuk mendapatkan *feed back* dari konsumen. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, yaitu :

a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk dengan memberikan skala sangat tidak puas, tidak puas, indifferen, puas, sangat puas (*directly reported satisfaction*).

b. Responden juga dapat diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived reported satisfaction*).

c. Metode lain adalah dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka miliki dengan penawaran dari perusahaan dan untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).



Selain itu responden juga dapat diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/ performance rating*).

2.3.3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Dalam mencapai kepuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Mengidentifikasi atribut produk dan dukungan pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen pada saat mereka membeli dan menggunakan produk tersebut merupakan tujuan manajemen. Menurut Hannah dan Karp (dalam (Trisno Musanto, 2004) bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi atau diciptakan dengan memenuhi kebutuhan konsumen yang dianggap penting. Kebutuhan konsumen dibagi kedalam tiga kategori yang terdiri dari delapan faktor atau yang disebut “*The Big Eight Factors*”. Kategori faktor pertama yaitu faktor yang berhubungan dengan produk, diantaranya kualitas produk, hubungan antara nilai sampai harga, bentuk produk, dan keandalan. Kedua, faktor yang berhubungan dengan pelayanan, diantaranya jaminan dan respon/pemecahan masalah. Ketiga, faktor yang berhubungan dengan pembelian, diantaranya pengalaman karyawan, kemudahan dan kenyamanan.

2.4. Karakteristik Produk

2.4.1. Atribut Produk

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian yang terdiri dari merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya (Kotler and Keller, 2009). Merek merupakan kombinasi dari atribut-atribut yang diharapkan menjadi identitas dan pembeda dari produk pesaing. Merek tersebut memiliki makna yang disampaikan diantaranya atribut, manfaat, nilai-nilai, budaya, kepribadian, dan pemakai. Sebuah merek berkaitan erat dengan persepsi, sehingga persaingan yang terjadi antar perusahaan adalah persaingan persepsi dan bukan sekedar persaingan produk.



Keunikan atribut suatu produk dapat menarik perhatian konsumen. Semakin besar perhatian yang diarahkan pada atribut, maka semakin penting atribut tersebut. Menurut (Sangadji and Sopiah, 2013), perhatian konsumen yang diarahkan pada sebuah atribut ditentukan dengan empat unsur, yaitu karakteristik penerima pesan, karakteristik pesan, faktor-faktor yang mempengaruhi peluang dan tanggapan penerima, dan karakteristik produk.

2.4.2. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsi dari produk tersebut yang menjadi pendorong kepuasan konsumen. Fungsi produk sesungguhnya yang dirasakan konsumen sebenarnya merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa, konsumen mengacu kepada faktor atau dimensi kualitas produk. Menurut Garvin (dalam (Tjiptono, 2008) dalam mengevaluasi kepuasan terhadap perusahaan atau produk tertentu, ada beberapa atribut atau dimensi yang dipergunakan, yakni :

1. Kinerja (Performance), karakteristik operasi pokok dari produk inti dibeli, misalnya pengaruhnya produk fungsida terhadap tanaman.
2. Ciri-ciri (features), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dari suatu produk.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu sangat kecil risiko terjadi kerusakan (tidak dapat dipergunakan suatu produk).
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus dipergunakan (baik umur teknis maupun umur ekonomis).
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan untuk direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya warna dari suatu kemasan



8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, dan sebagainya.

2.5. Loyalitas Konsumen

Konsumen yang melakukan pembelian ulang secara terus menerus terhadap produk dan merek yang sama menunjukkan loyalitas konsumen terhadap merek (Sumarwan, 2011). Namun, hal berbeda disampaikan oleh (Tjiptono, 2008), bahwa loyalitas konsumen terhadap merek tidak bisa disamakan dengan pembelian ulang. Pembelian ulang merupakan perilaku konsumen dalam membeli produk dengan merek tertentu secara berkali-kali karena disebabkan oleh faktor tertentu seperti hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya. Sedangkan loyalitas konsumen terhadap merek cenderung 'terikat' pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya.

Menurut (Durianto, Sugiarto and Sitinjak, 2001) bahwa loyalitas konsumen terhadap suatu merek dapat menguntungkan perusahaan. Dalam hal ini, potensi loyalitas konsumen terhadap merek yaitu mengurangi biaya pemasaran karena mengurangi biaya untuk mendapatkan pelanggan baru. Selain itu dapat meningkatkan perdagangan, dan menarik minat pelanggan baru. Dengan begitu didapatkan adanya tingkat loyalitas konsumen terhadap merek. Berikut adalah tingkatan loyalitas merek :

1. *Switcher/price buyer* (pembeli yang berpindah-pindah)
Switcher/price buyer adalah tingkatan loyalitas konsumen yang berada ditingkat paling dasar. Pada tingkatan ini konsumen sering berganti-ganti merek. Artinya, jika semakin sering konsumen berganti dari merek satu ke merek yang lainnya maka mengindikasikan bahwa konsumen tersebut tidak loyal. Konsumen menganggap semua merek memadai dan memegang peranan yang sangat kecil dalam keputusan pembelian. Ciri yang paling jelas pada tingkatan loyalitas ini



yaitu konsumen memilih suatu merek karena merek tersebut memiliki harga yang murah sehingga banyak konsumen yang membeli.

2. *Habitual buyer* (pembeli yang bersifat kebiasaan)

Habitual buyer adalah tingkatan loyalitas yang konsumennya merasa puas terhadap merek yang digunakan atau tidak mengalami ketidakpuasan dalam penggunaan produk dengan merek tersebut. Konsumen menggunakan merek tersebut didasarkan atas kebiasaan mereka. Tidak ada alasan yang kuat untuk melakukan pembelian terhadap merek yang lain.

3. *Satisfied buyer* (pembeli yang puas)

Satisfied buyer merupakan tingkatan loyalitas yang konsumennya merasa puas dengan suatu merek tetapi konsumen dapat beralih ke merek yang lainnya. Konsumen menanggung biaya peralihan seperti biaya, waktu, atau resiko kinerja yang muncul akibat tindakan beralih merek tersebut. Agar dapat menarik minat konsumen untuk masuk kedalam tingkatan ini maka pesaing perlu mengatasi biaya peralihan yang harus ditanggung konsumen dengan memberikan atau menawarkan berbagai manfaat yang besar sebagai kompensasinya.

4. *Liking the Brand* (menyukai merek)

Liking the Brand merupakan tingkatan loyalitas yang konsumen sungguh menyukai merek tersebut. Rasa suka pembeli didasari oleh asosiasi yang terkait dengan simbol, rangkaian pengalaman penggunaan sebelumnya, atau persepsi kualitas yang tinggi.

5. *Committed buyer* (pembeli yang berkomitmen)

Committed buyer merupakan tingkatan loyalitas yang konsumennya setia terhadap suatu merek. Konsumen memiliki kebanggaan dalam menggunakan suatu merek tersebut bahkan mereka menganggap merek tersebut menjadi sangat penting baik dari segi fungsi maupun sebagai ekspresi siapa mereka atau pengguna sebenarnya. Loyalitas konsumen pada tingkatan ini ditunjukkan dengan tindakan yang merekomendasikan dan mempromosikan merek yang digunakan kepada orang lain.

2.6. Pestisida

2.6.1. Definisi Pestisida

Pestisida adalah substansi kimia yang digunakan untuk membunuh atau mengendalikan berbagai hama yang terdiri dari tungau, tumbuhan pengganggu, penyakit tanaman yang disebabkan oleh fungi, bakteri, virus, nematoda, dan lainnya yang dianggap dapat merugikan tanaman. Pestisida berasal dari dua kata yaitu *pest* yang berarti hama dan *cida* yang berarti membunuh. Sehingga pestisida sering diartikan sebagai zat pembunuh hama (Sudarmo, 1991).

Sedangkan menurut *The United States Environmental Control Act* (dalam (Djojsumarto, 2008)), pestisida merupakan semua zat atau campuran zat yang khusus digunakan untuk mengendalikan, mencegah, atau menangkis gangguan serangga, binatang, pengerat, nematoda, gulma, virus, bakteri, serta jasad renik yang dianggap hama dan mengatur pertumbuhan atau mengeringkan tanaman.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 7 tahun 1973 (dalam Djojsumarto, 2008), pestisida sebagai zat kimia dan bahan lain memiliki berbagai kegunaan diantaranya (1) memberantas atau mencegah hama dan penyakit tanaman yang mengganggu maupun merusak tanaman; (2) menekan pertumbuhan serta membasmi gulma; (3) mematikan daun dan mencegah pertumbuhan tanaman yang tidak diinginkan; (4) mengatur dan merangsang pertumbuhan bagian tanaman baik batang, daun, akar, bunga, dan buah; (5) mencegah hama luar pada ternak dan hewan piaraan; (6) mencegah dan memberantas hama air; (7) mencegah binatang dan jasad renik dalam rumah tangga; (8) mencegah atau mengendalikan binatang yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia atau binatang yang dilindungi, dengan melalui tanaman, tanah, dan air.

Pestisida yang digunakan untuk mengendalikan organisme pengganggu tanaman tersebut terbagi menjadi beberapa jenis sesuai dengan jenis organismenya. Berikut jenis-jenis pestisida berdasarkan sasarannya menurut (Djojsumarto, 2008) :

1. Insektisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mencegah atau mengendalikan hama berupa serangga.
2. Akarisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan tungau atau akarina.



3. Moluskisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan siput (moluska) pengganggu tanaman.
4. Rodentisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan hewan pengerat seperti tikus.
5. Nematisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan nematoda.
6. Fungisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan penyakit tanaman yang disebabkan oleh fungi atau jamur.
7. Bakterisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan penyakit tanaman yang disebabkan oleh bakteri.
8. Herbisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan gulma.
9. Algisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan gangga.
10. Piskisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengendalikan ikan buas.
11. Avisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk meracuni burung perusak hasil pertanian.
12. Repelen merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengusir hama, bukah sebagai pembunuh hama.
13. Atraktan merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk menarik atau mengumpulkan serangga.
14. ZPT atau Zat Pengatur Tumbuhan merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mengatur pertumbuhan tanaman baik itu memacu maupun menghambat pertumbuhan.
15. *Plant Activator* merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk merangsang timbulnya kekebalan tumbuhan sehingga tahan terhadap penyakit tertentu.

2.6.2. Cara Kerja Fungisida

Fungisida merupakan bahan kimia yang digunakan untuk mencegah maupun mengurangi serangan jamur. Dalam pengaplikasian fungisida ke tanaman



memiliki cara kerja yang berbeda-beda pada tanaman. Cara kerja fungisida pada tanaman terbagi menjadi dua yaitu fungisida kontak dan fungisida sistemik. Menurut (Sumardiyono, 2008) fungisida kontak yaitu fungisida yang bekerja langsung mengenai permukaan tanaman. Sehingga serangga yang akan menyerang tanaman dapat terhalangi karena permukaan tanaman sudah dilindungi oleh patogen. Namun fungisida kontak tidak dapat menyembuhkan tanaman yang sudah terkena penyakit. Fungisida kontak hanya mampu mencegah serangan penyakit. Selain fungisida kontak, cara kerja yang kedua adalah fungisida sistemik. Fungisida sistemik yaitu fungisida yang bekerja tidak hanya pada permukaan tetapi dapat menyebar hingga jauh dari tempat aplikasi. Fungisida sistemik mampu menyembuhkan tanaman yang sudah terkena serangan penyakit.

2.6.3. Fungisida Merek Curzate 8/64 WP

Fungisida merupakan jenis pestisida yang digunakan khusus untuk mencegah dan mengendalikan serangan pada tanaman yang diakibatkan oleh jamur atau fungi. Menurut PT. Dupont Indonesia (2011), fungisida Curzate 8/64 WP merupakan fungisida yang diciptakan untuk melindungi dan mencegah penyebaran jamur pada tanaman kentang. Pada musim tertentu, terutama ketika musim hujan tanaman kentang diserang penyakit busuk basah yang disebabkan oleh jamur. Fungisida Curzate 8/64 WP merupakan solusi yang diciptakan untuk mengendalikan jamur tersebut. Fungisida ini mengandung dua bahan aktif yaitu simoksanil dan mankozeb, dimana fungisida tersebut merupakan campuran antara fungisida kontak dan sistemik. Selain itu fungisida ini juga memiliki aksi 3 *plus* 1, diantaranya sebagai berikut :

1. Pertama, aksi preventif yaitu fungisida mencegah spora memasuki jaringan tanaman yaitu daun sehingga perkembangan spora menjadi terhenti dan tanaman terhindar dari penyakit.
2. Kedua, aksi kuratif yaitu fungisida mengendalikan penyakit selama masa inkubasi atau perkembangan penyakit, yang dapat menekan kerusakan tanaman terserang.
3. Ketiga, yaitu aksi kontak yaitu fungisida mematikan spora penyakit busuk daun di permukaan tanaman.



4. *Plus* menenangkan hati petani.

2.6.4. Fungisida Pesaing

Fungisida pesaing merupakan fungisida yang terjual dipasaran dengan merek yang berbeda, tetapi memiliki tujuan yang sama. Pada toko pertanian tertentu tentunya memiliki berbagai macam merek fungisida yang ditawarkan untuk pelanggan. Setiap merek fungisida memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Berikut fungisida pesaing Curzate 8/64 WP :

1. Trivia 73 WP

Trivia 73 WP merupakan fungisida yang diproduksi oleh PT. Bayer Indonesia yang mengandung dua bahan aktif yaitu fluopikolid (6%) dan propineb (66,7%). Fungisida ini merupakan fungisida kontak yang bersifat protektif berbentuk tepung yang dapat disuspensikan yang digunakan untuk mengendalikan penyakit busuk pada tanaman kentang. Kelebihan fungisida ini yaitu dapat digunakan sebagai campuran mancozeb dan calsum agar dapat bekerja dengan baik untuk tanaman dan juga mengandung dua bahan aktif. Namun kelemahan dari fungisida ini yaitu mengandung dua bahan aktif yang hanya fungisida kontak dan harganya lebih mahal dari fungisida yang lain.

2. Dithane M-45 80 WP

Dithane M-45 80 WP merupakan fungisida yang diproduksi oleh PT. Dow AgroSciences Indonesia. Fungisida Dithane M-45 80 WP mengandung bahan aktif mankozeb 80 %. Dithane M-45 80 WP merupakan fungisida kontak yang mencegah pembentukan spora pada jamur. Fungisida ini disediakan dengan dua macam kemasan yaitu 200 gram dan 500 gram.

2.7. Kentang

Kentang merupakan salah satu tanaman semusim yang berbentuk semak yang perbanyak tanaman dengan umbi. Kentang memiliki batang bewarna hijau kemerah-merahan atau keungu-unguan yang berbentuk segi empat, panjang 50 – 120 cm, dan tidak berkayu dan juga memiliki buah bewarna kuning atau ungu (Setiadi and Nurulhuda, 1993). Tanaman kentang memiliki nama ilmiah *Solanum tuberosum* yang berasal dari Genus *Solanum*. Tanaman kentang mengandung



suatu senyawa cukup beracun yaitu *solanin*. Sehingga bagian tanaman kentang yang diperbolehkan untuk dikonsumsi adalah umbi. Umbi kentang disebut sebagai sayuran batang karena merupakan batang berdaging yang memiliki tunas dan “mata”.

Kentang merupakan sayuran batang yang kaya akan karbohidrat dan mineral. Tanaman ini merupakan satu-satunya tanaman yang kaya akan vitamin C. Tingginya kandungan vitamin C pada kentang merupakan suatu kelebihan, tetapi kandungan ini menyebabkan umbi kentang cepat mengalami perubahan warna menjadi kecoklatan (*browning*). Selain kaya akan beberapa kandungan, tanaman ini memiliki kelemahan yaitu rendahnya vitamin A dan provitamin A.

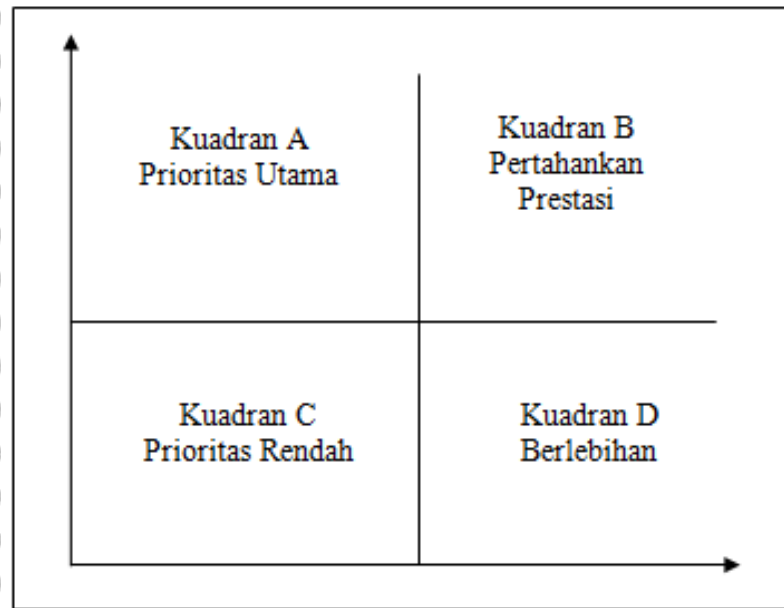
Pemanfaatan kentang kebanyakan orang hanya menggunakan daging umbi sebagai sayuran. Padahal bagian umbi yang lain dapat dimanfaatkan seperti kulit kentang. Kulit dijadikan sebagai obat untuk menyembuhkan luka bakar. Selain itu, daging umbi kentang tidak hanya dijadikan sayuran tetapi sebagai pengganti nasi untuk penderita diabetes karena mengandung karbohidrat rendah kalori.

2.8. Analisis Data

2.8.1. Importance Performance Analysis (IPA)

IPA merupakan suatu metode analisis yang membandingkan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang dirasakan konsumen. Menurut Tjiptono dalam (Ong dan Pambudi, 2014), bahwa metode IPA ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Metode ini akan mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja suatu produk, sehingga nantinya akan diketahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Metode IPA menggunakan sumbu X yaitu persepsi konsumen dan Y untuk menghasilkan suatu kuadran, dimana sumbu X merupakan persepsi konsumen dan sumbu Y merupakan kinerja yang dirasakan. Metode IPA akan menghasilkan kuadran untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu dipertahankan dan juga diperbaiki. Kuadran tersebut terbagi menjadi empat kuadran, diantaranya sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram kartesius

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A merupakan kuadran yang atribut dari produk dianggap penting oleh konsumen. Tetapi kinerja yang dirasakan dari atribut tersebut masih rendah atau belum sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen merasa kecewa atau tidak puas dengan kinerjanya. Atribut yang masuk dalam kuadran ini harus menjadi perhatian lebih atau diperbaiki sehingga kinerjanya meningkat.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B merupakan kuadran yang atributnya dianggap penting oleh konsumen dan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Tingkat kepuasan pada kuadran ini relatif tinggi. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini harus dipertahankan.

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C merupakan kuadran yang atributnya dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan kinerja yang diberikan dianggap biasa saja dan tidak istimewa. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan lagi karena pengaruhnya atau manfaatnya ke konsumen dirasakan sangat kecil.



d. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran D merupakan kuadran yang atributnya dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi kinerja yang dirasakan dianggap berlebihan. Sehingga atribut yang masuk ke dalam kuadran ini dapat dikurangi.

Adapun kelebihan dari metode IPA yaitu kemudahan dari metode untuk diterapkan. Metode IPA akan menghasilkan hasil atribut suatu produk yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan. Metode IPA memiliki kesederhanaan yaitu dengan menampilkan atribut yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan ke dalam diagram kartesius.

2.8.2. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan suatu alat analisis yang berguna untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut suatu produk. Pengukuran tingkat kepuasan dengan menggunakan metode ini akan dilakukan secara bertahap, yaitu terdiri dari empat tahapan. Tahapannya yaitu dimulai dari menghitung Menentukan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS), kemudian menghitung *Weight Factors* (WF), dan menghitung *Weight Score* (WS). Sehingga akan dihasilkan *Weight Total* (WT) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.



III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran

Kentang merupakan tanaman hortikultura yang mengandung karbohidrat. Saat ini, kentang banyak dikonsumsi dalam bentuk makanan ringan. Namun, dalam budidaya kentang terdapat kendala yaitu adanya serangan *Phytophthora infestans*. Sehingga petani memutuskan untuk menggunakan fungisida sebagai solusinya. Fungisida merupakan jenis pestisida yang digunakan untuk mencegah dan mengatasi serangan jamur pada tanaman. Dengan begitu dalam budidaya kentang, fungisida menjadi hal penting yang harus ada pada saat budidaya kentang. Sehingga permintaan fungisida akan terus meningkat.

Saat ini berbagai merek fungisida banyak beredar dipasaran. Setiap merek tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Merek yang memiliki kualitas yang lebih baik tentunya akan menjadi pilihan petani. Agar mendapatkan fungisida yang paling baik diantara berbagai merek, ada tahapan dalam pengambilan keputusan. Petani menggali berbagai informasi dari segala sumber untuk mengetahui fungisida yang tepat. Sehingga nantinya petani akan mendapatkan fungisida yang memiliki kualitas yang bagus untuk tanaman kentang. Proses pengambilan keputusan dapat dijadikan pertimbangan produsen dalam memasarkan produk karena mengetahui hal yang diinginkan petani. Berdasarkan proses pengambilan keputusan akan diketahui tingkat kepuasan petani karena proses terakhir dalam pengambilan keputusan adalah hasil pascapembelian.

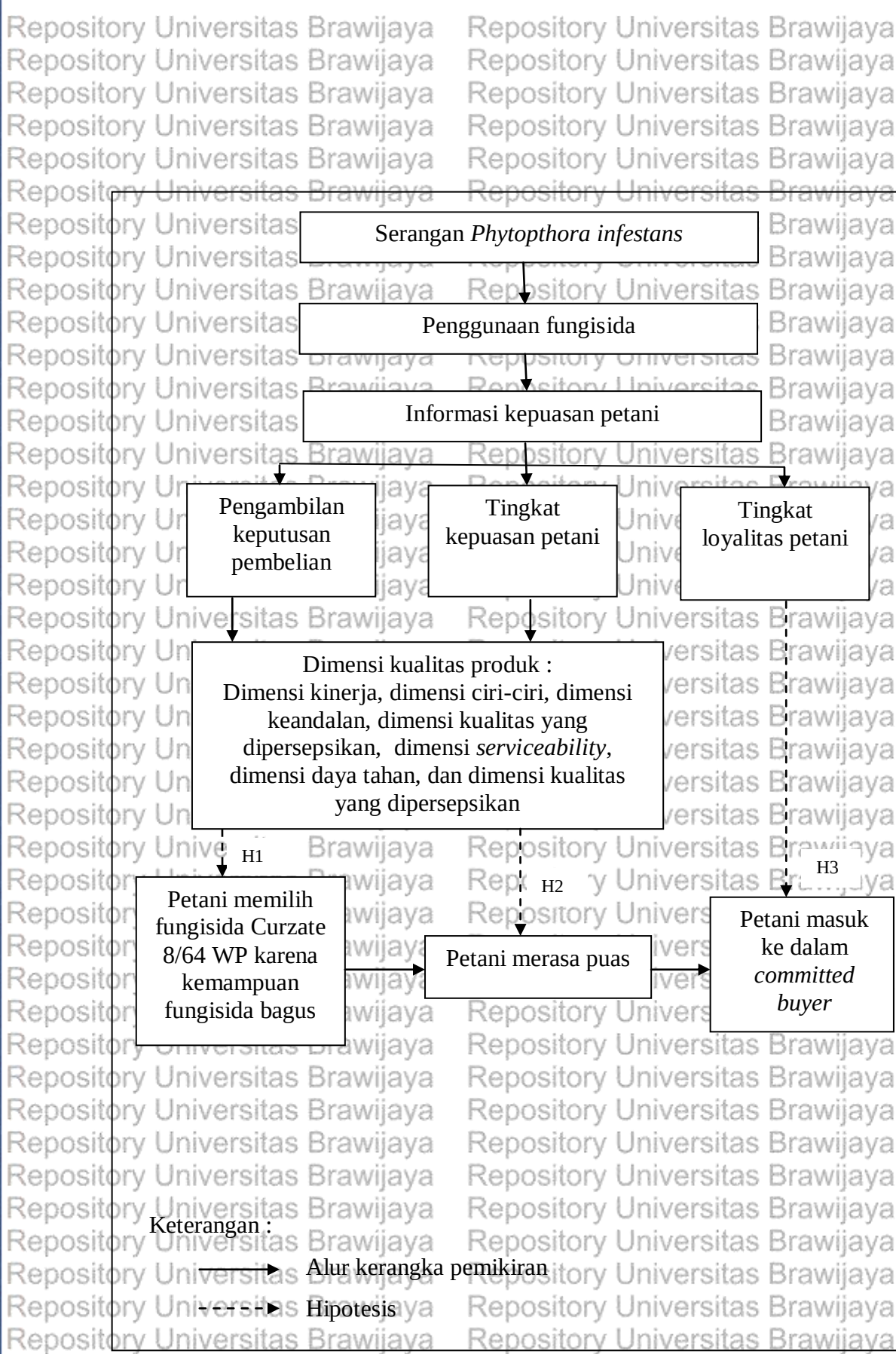
Kepuasan petani pascapembelian dirasakan ketika petani telah menggunakan fungisida yang telah dipilih. Untuk membuktikan kepuasan petani dalam proses pengambilan keputusan juga perlu dilakukan pengukuran kepuasan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen dengan mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja dari atribut produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Ikasari, 2014), atribut dari suatu produk dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, hasil penelitian Isaskar, dkk (dalam (Mustikarini and Simanjuntak, 2014) menyatakan bahwa atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan petani dalam menggunakan



insektisida yaitu merek, mutu, harga, sifat produk, dan kemasan. Untuk menentukan atribut produk dengan mempertimbangkan dimensi kualitas produk yaitu kinerja (*performance*), ciri-ciri (*feature*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi, *serviceability*, daya tahan (*durability*), dan kualitas yang dipersepsikan (Garvin (dalam (Tjiptono, 2008))). Dengan menggunakan dimensi kualitas produk maka dapat dikelompokkan atribut dari fungisida. Atribut tersebut dijadikan patokan untuk mengukur tingkat kepuasan petani. Dengan begitu hasil pascapembelian dalam proses pengambilan keputusan dapat dibuktikan pada pengukuran tingkat kepuasan.

Perasaan yang dimiliki petani baik puas maupun tidak puas akan mengetahui petani masuk ke dalam tingkatan kategori loyalitas tertentu. Menurut (Durianto, Sugiarto and Sitinjak, 2001) tingkat loyalitas petani terdiri dari *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *likes the brand*, dan *committed buyer*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Mustikarini and Simanjuntak, 2014) bahwa tingkat loyalitas petani terhadap pestisida dapat masuk kedalam kelima kategori tersebut tetapi urutannya bisa berbeda. Jika petani memilih fungisida karena kualitas yang bagus maka petani puas dengan fungisida tersebut dan akan melakukan pembelian ulang hingga menyarankan kepada orang lain atau biasa disebut *committed buyer*.

Pengukuran tingkat kepuasan dan loyalitas petani dapat dijadikan acuan bagi produsen untuk dapat memperbaiki, mempertahankan, dan meningkatkan atribut-atribut produk fungisida Curzate 8/64 WP. Hasilnya dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Jika konsumen merasa puas dengan kinerja perusahaan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, namun jika petani merasa tidak puas maka tidak akan melakukan pembelian ulang dan beralih ke produk pesaing. Secara skematis, kerangka pemikiran dapat dilihat pada Skema 1.



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

1.1. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Pengambilan keputusan petani terhadap fungisida Curzate 8/64 WP disebabkan kualitas produk Curzate 8/64 WP yang lebih baik dari fungisida yang lainnya sehingga merasa puas.
2. Petani merasa puas terhadap fungisida Curzate 8/64 WP karena kualitas produk, dimana kinerjanya lebih baik daripada kepentingan, sehingga masih terus menggunakan produk Curzate 8/64 WP selama bertahun-tahun.
3. Petani masuk kedalam loyalitas *Committed buyer*

3.2. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yang dijadikan pembatasan masalah agar pembahasan tidak terlalu luas sehingga peneliti dapat fokus pada tujuan penelitian. Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada petani kentang yang pernah dan masih menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.
2. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota kelompok tani yang tergabung dalam Gapoktan Sumber Jaya.
3. Penelitian ini menggunakan tujuh dimensi yaitu kinerja, ciri-ciri, keandalan, estetika, daya tahan, *serviceability*, dan kualitas yang dipersepsikan.

3.3. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan dari variabel yang digunakan. Berikut definisi operasional dan pengukuran variabel :

3.3.1. Definisi Operasional

1. Kepuasan petani adalah suatu perasaan yang dirasakan petani baik senang maupun kecewa setelah menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP.
2. Loyalitas petani adalah keinginan petani untuk terus menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena sudah cenderung terikat dengan merek tersebut dan tidak akan berganti merek lain meskipun banyak pesaingnya.



3. Tingkat kepentingan adalah harapan yang diinginkan petani terhadap atribut dari fungisida Curzate 8/64 WP.
4. Tingkat kinerja adalah hasil yang dirasakan petani setelah menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP.
5. Kinerja adalah karakteristik utama dari produk fungisida Curzate 8/64 WP yaitu kemampuan fungisida dalam mengatasi jamur.
6. Ciri-ciri adalah karakteristik pelengkap dari fungisida Curzate 8/64 WP.
7. Keandalan adalah kemungkinan fungisida Curzate 8/64 WP bekerja sebagaimana mestinya setiap kali penggunaan dan kecil kemungkinan terjadi kegagalan.
8. Daya tahan adalah lamanya batas waktu fungisida Curzate 8/64 WP dapat digunakan.
9. *Serviceability* adalah kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan fungisida Curzate 8/64 WP.
10. Kesesuaian dengan spesifikasi adalah sejauh mana kinerja fungisida Curzate 8/64 WP telah memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
11. Kualitas yang dipersepsikan adalah citra produk fungisida Curzate 8/64 WP yang menjadi identitas produk untuk diingat petani.
12. Kemampuan produk adalah kemampuan fungisida Curzate 8/64 WP dalam mengatasi serangan jamur *Phytophthora infestans* sehingga tanaman tidak terserang jamur lagi.
13. Kemasan adalah tempat untuk menaruh fungisida Curzate 8/64 WP.
14. Efek samping adalah pengaruh negatif pada tanaman kentang jika penggunaannya berlebih ataupun kurang sesuai takaran.
15. Informasi bahan aktif adalah informasi kandungan bahan aktif atau komposisi produk yang tercantum pada kemasan.
16. Cara penggunaan adalah informasi tentang cara menggunakan produk fungisida Curzate 8/64 WP yang tertera pada kemasan.
17. Kadaluarsa adalah batas waktu fungisida Curzate 8/64 WP dapat digunakan.
18. Ketersediaan fungisida adalah tersedianya produk yang ada ditempat petani biasa membeli sehingga petani mudah mendapatkannya.



19. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan dan dibayarkan petani untuk mendapatkan fungisida Curzate 8/64 WP (Rp)
20. *Switcher buyer* adalah petani kentang tidak loyal terhadap fungisida Curzate 8/64 WP, memilih menggunakan produk dengan merek tertentu karena harganya yang murah.
21. *Habitual buyer* adalah petani kentang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP dengan merek tertentu karena sudah terbiasa.
22. *Satisfied buyer* adalah petani kentang merasa puas dengan merek fungisida Curzate 8/64 WP
23. *Liking the brand* adalah petani kentang yang sangat menyukai merek tertentu.
24. *Committed buyer* adalah petani kentang yang setia dengan suatu merek karena mereka bangga dengan merek tersebut sehingga merekomendasikan ke orang lain.

1.4.1 Pengukuran Variabel

Tabel 1. Pengukuran Variabel Tingkat Kinerja Fungsida Curzate 8/64 WP

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
1.	<i>Performance</i>	Keampuhan produk	5	Sangat setuju, jika serangan jamur hilang 100%
			4	Setuju, jika serangan jamur sebagian besar menghilang
			3	Netral, jika serangan jamur berkurang tetapi masih tetap ada
			2	Tidak setuju, jika serangan jamur masih tetap ada seperti sebelum menggunakan
			1	Sangat tidak setuju, jika serangan jamur masih tetap ada bahkan bertambah banyak
2.	<i>Feature</i>	Variasi kemasan	5	Sangat setuju, kemasan sangat bervariasi dan sangat memudahkan
			4	Setuju, jika kemasan bervariasi dan sangat memudahkan
			3	Netral, kemasan tidak bervariasi dan sangat mudah digunakan
			2	Tidak setuju, kemasan tidak bervariasi, cukup mudah digunakan
			1	Sangat tidak setuju, kemasan sangat tidak bervariasi dan sangat tidak mudah digunakan
3.	Keandalan	Efek samping	5	Sangat setuju, jika sama sekali tidak menimbulkan efek samping
			4	Setuju, jika tidak ada efek samping
			3	Netral, jika ada efek samping dan tidak berpengaruh besar
			2	Tidak Setuju, jika ada efek samping dan terlihat sangat jelas
			1	Sangat tidak setuju, jika selalu ada efek samping setiap penggunaan
4.		kemudahan dalam mencampur	5	Sangat setuju, jika sangat mudah dicampur dan sama sekali tidak mengendap
			4	Setuju, jika mudah tercampur dan lama mengendap
			3	Netral, jika agak lama tercampur tetapi mudah mengendap

Lanjutan Tabel 3.

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
			2	Tidak setuju, jika sulit tercampur dan tidak mudah mengendap
			1	Sangat tidak setuju, jika sangat sulit tercampur
5.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Informasi bahan aktif pada kemasan	5	Sangat setuju, jika sangat jelas tercantum dikemasan dan sangat mudah dibaca
			4	Setuju, jika tercantum bahan aktif dan mudah dibaca
			3	Netral, jika tercantum bahan aktif, tetapi tidak terlalu jelas
			2	Tidak setuju, tidak tercantum bahan aktif, tetapi diberi informasi ketika membeli
			1	Sangat tidak setuju, sama sekali tidak ada informasi bahan aktif dan tidak diketahui
6.		Cara penggunaan pada kemasan	5	Sangat setuju, jika ada petunjuknya, lengkap, mudah dibaca, dan sangat sesuai untuk tanaman kentang
			4	Setuju, jika ada petunjuknya, lengkap, mudah dibaca, dan sesuai untuk tanaman
			3	Netral, jika ada petunjuknya, mudah dibaca, tetapi kurang sesuai dengan takaran yang seharusnya untuk tanaman
			2	Tidak setuju, jika ada informasinya, sulit dibaca, dan sulit dipahami
			1	Sangat tidak setuju, jika tidak ada petunjuknya
7.	Daya tahan	Kadaluarsa	5	Sangat setuju, jika daya tahan fungisida Curzate 8/64 WP dapat digunakan kapan saja hingga bertahun-tahun
			4	Setuju, jika daya tahan fungisida bisa digunakan sebelum lewat tiga tahun
			3	Netral, jika fungisida curzate 8/64 WP dapat digunakan sampai dua tahun

Lanjutan Tabel 3.

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
8.	Serviceability	Ketersediaan fungisida	2	Tidak setuju, jika dapat digunakan kurang satu tahun
			1	Sangat tidak setuju, jika fungisida Curzate 8/64 WP hanya mampu sampai 6 bulan
			5	Sangat setuju, jika selalu tersedia di setiap toko pertanian
			4	Setuju, jika fungisida Curzate 8/64 WP mudah didapatkan
			3	Netral, jika ketersediaan fungisida Curzate 8/64 WP terbatas
9.	Kualitas yang dipersepsikan	Harga	2	Tidak setuju, jika fungisida Curzate 8/64 WP jarang tersedia
			1	Sangat tidak setuju, jika fungisida Curzate 8/64 WP tidak tersedia atau sangat sulit
			5	Sangat setuju, jika harga produk jauh lebih rendah dari nilai yang seharusnya dimiliki oleh kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
			4	Setuju, jika harga produk lebih rendah dari nilai yang seharusnya dimiliki oleh kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
			3	Netral, jika harga produk sesuai dengan nilai yang seharusnya dimiliki oleh kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
10.		Nama dagang	2	Tidak setuju, jika harga produk lebih tinggi dari nilai yang seharusnya dimiliki oleh kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
			1	Sangat tidak setuju, jika harga produk jauh lebih tinggi dari nilai yang seharusnya dimiliki oleh kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
			5	Sangat setuju, jika merek sangat mudah diingat dan terlihat jelas
			4	Setuju, jika merek mudah diingat
			3	Netral, jika merek tidak terlihat jelas tetapi mudah diingat
			2	Tidak setuju, jika merek terlihat jelas tetapi tidak mudah diingat
			1	Sangat tidak setuju, jika merek tidak terlihat jelas dan tidak mudah diingat



No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
11.		Nama perusahaan	5	Sangat setuju, jika petani sangat mengetahui perusahaan tersebut
			4	Setuju, jika petani mengetahui perusahaan tersebut
			3	Netral, jika petani pernah mendengar nama perusahaan tersebut
			2	Tidak setuju, jika petani kurang mengetahui perusahaan tersebut
			1	Sangat tidak setuju, jika petani sama sekali tidak mengetahui perusahaan tersebut

Tabel 2. Pengukuran Variabel Tingkat Kepentingan Fungisida Curzate 8/64 WP

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
1.		Keampuan produk	5	Sangat penting, karena sangat mempengaruhi hasil panen, gagal panen, dan kerugian ekonomi
			4	Penting, karena mempengaruhi hasil panen dan gagal panen
			3	Cukup penting, karena mempengaruhi hasil produksi
			2	Tidak penting, karena tidak mempengaruhi hasil produksi dan gagal panen
			1	Sangat tidak penting, karena sangat tidak mempengaruhi hasil produksi, gagal panen, dan kerugian ekonomi
2.		Variasi kemasan	5	Sangat penting, jika kemasan sangat berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan fungisida dan menjadi pertimbangan dalam pembelian
			4	Penting, jika kemasan berpengaruh terhadap penggunaan fungisida dan diperhatikan dalam pembelian
			3	Cukup penting, jika kemasan berpengaruh terhadap penggunaan fungisida tetapi tidak menjadi pertimbangan dalam pembelian
			2	Tidak penting, jika kemasan tidak berpengaruh dalam penggunaan fungisida dan hanya dianggap pelengkap
			1	Tidak penting, jika kemasan sama sekali tidak berpengaruh terhadap penggunaan fungisida dan tidak diperhatikan
3.		Efek samping	5	Sangat penting, jika sangat berpengaruh terhadap hasil produksi, gagal panen, dan kerugian ekonomi sehingga dipertimbangkan petani dalam penggunaan fungisida

Lanjutan Tabel 4.

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
4.	Kemudahan dalam mencampur		4	Penting, jika berpengaruh terhadap hasil produksi dan gagal panen
			3	Cukup penting, jika berpengaruh terhadap hasil produksi
			2	Tidak penting, jika tidak berpengaruh terhadap hasil produksi dan gagal panen
			1	Sangat tidak penting, jika sama sekali tidak berpengaruh terhadap hasil produksi, gagal panen, dan kerugian ekonomi
			5	Sangat penting, jika hasilnya sangat mempengaruhi tanaman
			4	Penting, jika hasilnya mempengaruhi tanaman
			3	Cukup penting, jika hasilnya cukup mempengaruhi tanaman
			2	Tidak penting, jika hasilnya tidak mempengaruhi tanaman
5.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Informasi bahan aktif	1	Sangat tidak penting, jika hasilnya sangat tidak mempengaruhi tanaman
			5	Sangat penting, jika sangat mempengaruhi tanaman
			4	Penting, jika mempengaruhi tanaman
			3	Cukup penting, jika cukup berpengaruh terhadap tanaman
			2	Tidak penting, jika kurang berpengaruh terhadap tanaman
6.		Cara penggunaan	1	Sangat tidak penting, jika sangat tidak mempengaruhi tanaman
			5	Sangat penting, jika cara penggunaan fungisida Curzate sangat berbeda dengan fungisida yang lainnya, dan sangat berpengaruh pada tanaman jika tidak sesuai
			4	Penting, jika cara penggunaan fungisida Curzate berbeda dengan yang lainnya
			3	Cukup penting, jika cara penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP berbeda dengan yang lain tetapi masih bisa disamakan dengan fungisida pada umumnya

Lanjutan Tabel 4.

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
7.	Daya tahan	Kadaluarsa	2	Tidak penting, jika cara penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP sama dengan fungisida pada umumnya
			1	Sangat tidak penting, jika cara penggunaan fungisida Curzate dapat dikira-kira
			5	Sangat penting, jika mempengaruhi pertumbuhan tanaman, ketahanan terhadap jamur, dan kualitas hasil panen
			4	Penting, jika mempengaruhi ketahanan terhadap jamur
			3	Cukup penting, jika mempengaruhi pertumbuhan tanaman
			2	Tidak penting, jika tidak mempengaruhi kualitas hasil panen
8.	Serviceability	Ketersediaan produk	1	Sangat tidak penting, jika tidak mempengaruhi pertumbuhan tanaman, ketahanan terhadap jamur, dan kualitas hasil panen
			5	Sangat penting, jika sangat berpengaruh terhadap kegiatan usahatani
			4	Penting, jika berpengaruh terhadap kegiatan usahatani
			3	Cukup penting, jika cukup berpengaruh terhadap kegiatan usahatani
			2	Tidak penting, jika tidak berpengaruh terhadap kegiatan usahatani
			1	Sangat tidak penting, jika banyak produk pengganti sehingga tidak berpengaruh terhadap kegiatan usahatani
9.	Kualitas yang dipersepsikan	Harga	5	Sangat penting, jika mempengaruhi keuntungan, kelayakan usaha, dan biaya input
			4	Penting, jika mempengaruhi keuntungan dan kelayakan usaha
			3	Cukup penting, mempengaruhi keuntungan
			2	Tidak penting, tidak mempengaruhi keuntungan

Lanjutan Tabel 4.

No.	Dimensi	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
10.	 	Nama dagang	1	Sangat tidak penting, jika tidak mempengaruhi keuntungan dan kelayakan usaha
			5	Sangat penting, jika sangat mempengaruhi kemudahan dalam mendapatkan fungisida Curzate 8/64 WP
			4	Penting, jika mempengaruhi kemudahan dalam mendapatkan fungisida Curzate 8/64 WP
			3	Cukup penting, jika cukup mempengaruhi dalam mendapatkan fungisida Curzate 8/64 WP
			2	Tidak penting, fungisida Curzate sudah diketahui toko pertanian
			1	Sangat tidak penting, jika fungisida Curzate sudah sangat diketahui petani dan toko pertanian
11.	 	Nama perusahaan	5	Sangat penting, jika perusahaan yang terkenal sangat mempengaruhi kepercayaan petani terhadap kualitas fungisida terhadap tanaman
			4	Penting, jika perusahaan yang terkenal mempengaruhi kepercayaan petani terhadap kualitas fungisida terhadap tanaman
			3	Cukup penting, jika perusahaan yang terkenal cukup mempengaruhi kepercayaan petani terhadap kualitas fungisida terhadap tanaman
			2	Tidak penting, jika perusahaan yang terkenal tidak mempengaruhi kepercayaan petani
			1	Sangat tidak penting, jika perusahaan yang terkenal sangat tidak mempengaruhi kepercayaan petani.

Tabel 3. Pengukuran Variabel Loyalitas Petani

No.	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
1.	<i>Switcher buyer</i>	5	Sangat setuju, jika petani sangat terpengaruh dengan harga yang murah tanpa melihat kualitas dan langsung berganti merek
		4	Setuju, jika petani mempertimbangkan harga yang murah
		3	Netral, jika petani mempertimbangkan harga yang murah, tetapi juga melihat kualitas yang bagus. Artinya petani tidak mudah terpengaruh dengan harga
		2	Tidak setuju, jika petani lebih baik dengan harga yang tinggi tetapi baik untuk tanaman
		1	Sangat tidak setuju, jika petani hanya mempertimbangkan kualitas yang bagus untuk tanaman tanpa melihat harga
2.	<i>Habitual buyer</i>	5	Sangat setuju, jika petani menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena turun temurun sehingga menjadi terbiasa
		4	Setuju, jika menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena terbiasan sejak awal menggunakan
		3	Netral, jika petani menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena menjadi produk sampingan
		2	Tidak setuju, jika petani menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP hanya kadang –kadang
		1	Sangat tidak setuju, jika petani menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena terpaksa
3.	<i>Satisfied buyer</i>	5	Sangat puas, jika petani sangat senang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP
		4	Puas, jika petani senang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP setelah menggunakannya
		3	Biasa saja, jika petani tidak puas dan tidak kecewa dengan fungisida Curzate 8/64 WP
		2	Tidak puas, jika petani kecewa dengan fungisida Curzate 8/64 WP

No.	Variabel	Skor	Pengukuran Variabel
		1	Sangat tidak puas, jika petani sangat kecewa dengan fungisida Curzate 8/64 WP setelah menggunakannya
4.	<i>Liking the brand</i>	5	Sangat setuju, jika petani benar-benar menyukai semua atribut dan kualitas yang ada pada fungisida Curzate 8/64 WP
		4	Setuju, jika petani benar-benar menyukai hampir semua atribut dan kualitas yang ada pada fungisida Curzate 8/64 WP
		3	Netral, jika petani cukup menyukai beberapa atribut maupun kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
		2	Tidak setuju, jika petani tidak menyukai semua atribut maupun kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
		1	Sangat tidak setuju, jika petani sama sekali tidak menyukai semua atribut maupun kualitas produk fungisida Curzate 8/64 WP
5.	<i>Committed buyer</i>	5	Sangat setuju, jika petani selalu mempromosikan maupun menyarankan ke orang lain untuk menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP setiap bertemu dengan orang lain
		4	Setuju, jika petani sering mempromosikan dan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP
		3	Netral, jika petani mempromosikan dan menyarankan ke orang lain untuk menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP ketika di tanya
		2	Tidak setuju, jika petani hanya sekali atau dua kali saja menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP
		1	Sangat tidak setuju, jika petani sama sekali tidak pernah mempromosikan maupun menyarankan menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP kepada orang lain

[illegible][illegible][illegible]



IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja, yaitu di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan beberapa pertimbangan. Pertimbangan pertama yaitu bahwa desa tersebut merupakan desa yang menjadi sentra produksi kentang di Kota Batu. Sudah sejak lama desa tersebut melakukan budidaya kentang hingga saat ini. Selain itu, secara umum diketahui bahwa petani pada desa tersebut banyak yang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP sebagai solusi pengendalian penyakit akibat jamur *Phytophthora infestans*. Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu menjadi salah satu lokasi yang dijadikan pusat pembibitan kentang di Kota Batu. Beberapa hal inilah yang dijadikan acuan untuk melakukan penelitian di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

4.2. Metode Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *probability sampling*. Teknik ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Responden yang digunakan dalam penelitian adalah petani kentang yang pernah dan masih menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP dan tergabung ke dalam Gabungan Kelompok Tani. Dengan demikian penentuan responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Pengambilan sampel dilakukan secara acak karena anggota populasi homogen. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 40 responden. Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin di dapatkan hasil sebanyak 37,11 sampel dan dibulatkan menjadi 40 sampel. Menurut (Mahmud, 2011) dan (Sugiyono, 2015) bahwa jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian adalah 30 orang atau lebih. Berikut perhitungan dengan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{225}{1 + 225 \cdot 0,15^2}$$

$$n = 37,11$$



4.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dikelompokkan kedalam dua jenis data, diantaranya data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari tempat penelitian secara langsung yaitu dengan cara wawancara ke petani kentang yang pernah dan masih menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Pengumpulan data dengan wawancara dilakukan dengan dibantu kuisioner yang berisi pertanyaan mengenai kepuasan konsumen terhadap produk fungisida Curzate 8/64 WP.

Sedangkan metode pengumpulan data yang lainnya yaitu dengan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari sumber lain untuk mendukung penelitian yaitu dapat diperoleh dari literatur-literatur seperti jurnal, artikel ilmiah, buku-buku, Badan Pusat Statistik, Kantor Desa Sumberbrantas serta website lembaga-lembaga atau instansi pemerintah.

4.4. Metode Analisis Data

4.4.1. Deskripsi Proses Pengambilan Keputusan

Tujuan pertama dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan proses pengambilan keputusan petani dalam membeli fungisida. Untuk menjawab tujuan pertama dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian mengenai proses pengambilan keputusan sudah pernah dilakukan oleh peneliti lain. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh (Permasih, Widjaya and Kalsum, 2014) dalam analisis proses pengambilan keputusan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif yaitu menggambarkan atau mendeskripsikan hasil dari penelitian.

4.4.2. Analisis Kepuasan Konsumen

a. *Importance Performance Analysis (IPA)*

IPA merupakan metode alat analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari produk fungisida Curzate 8/64 WP. Tingkat kepentingan yaitu harapan yang diinginkan konsumen terhadap suatu produk, artinya penting atau tidaknya suatu produk bagi konsumen. Sedangkan tingkat kinerja yaitu hasil yang dirasakan konsumen ketika menggunakan suatu produk. Hasil tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan



dengan tingkat kinerja nantinya akan tercantum dalam kuadran, dimana pada kuadran tersebut akan diketahui atribut mana yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, maupun diperbaiki.

Analisis dengan metode IPA dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan sebagai skala pengukuran kuantitatif untuk tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari suatu produk (Simamora, 2002).

Berikut langkah untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja :

1. Tahap pertama yaitu menghitung skor kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut. Kemudian skor kepentingan dan kinerja dibandingkan untuk mengetahui tingkat kesesuaiannya. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian dengan rumus sebagai berikut :

$$Tk_i = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

Tk_i = Tingkat kesesuaian

x_i = Skor penilaian tingkat kinerja atribut

y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan atribut

2. Tahap kedua yaitu menghitung rata-rata tingkat kinerja ($\bar{X}$) dan tingkat kepentingan ($\bar{Y}$) dari setiap atribut. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}_i$ = skor rata-rata tingkat kinerja atribut

$\bar{Y}_i$ = skor rata-rata tingkat kepentingan atribut

n = jumlah responden

3. Tahap ketiga yaitu menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kinerja ($\bar{\bar{X}}$) dan tingkat kepentingan ($\bar{\bar{Y}}$). Hasil tersebut akan digunakan untuk batas pada



diagram kartesius. Caranya yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}_i$ = Skor rata-rata tingkat kinerja atribut

$\bar{Y}_i$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan atribut

$\bar{X}$ = Rata-rata tingkat kinerja produk seluruh faktor atribut

$\bar{Y}$ = Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi dimensi kualitas produk

k = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kualitas produk

4. Langkah keempat atau terakhir yaitu dengan melakukan pemetaan setiap atribut ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y.

Berikut ketentuan tertentu untuk setiap atribut agar dapat masuk pada salah satu kategori dari keempat kuadran dalam diagram kartesius yaitu :

a. Kuadran A : Bila atribut tersebut memiliki nilai $\bar{X}_i$ lebih kecil dari $\bar{X}$ dan nilai $\bar{Y}_i$ lebih besar dari $\bar{Y}$

b. Kuadran B : Bila atribut tersebut memiliki nilai $\bar{X}_i$ lebih besar dari $\bar{X}$ dan nilai $\bar{Y}_i$ lebih besar dari $\bar{Y}$

c. Kuadran C : Bila atribut tersebut memiliki nilai $\bar{X}_i$ lebih kecil dari $\bar{X}$ dan nilai $\bar{Y}_i$ lebih kecil dari $\bar{Y}$

d. Kuadran D : Bila atribut tersebut memiliki nilai $\bar{X}_i$ lebih besar dari $\bar{X}$ dan nilai $\bar{Y}_i$ lebih kecil dari $\bar{Y}$

b. **Customer Satisfaction Index (CSI)**

CSI digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara



menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari variabel produk (Wicaksana, Muhaimin and Koestiono, 2013). Berikut langkah-langkah dalam menghitung kepuasan konsumen dengan menggunakan CSI :

1. Menentukan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan setiap petani. Rumus untuk mencari nilai tersebut adalah sebagai berikut :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

Y_i = Nilai kepentingan atribut ke- i (dimana $i = 1, 2, 3, \dots, n$)

X_i = Nilai kinerja atribut ke- i

2. Menghitung *Weight Factors* (WF) yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan diuji, sehingga total WF sebesar 100 persen. Rumus dapat ditulis sebagai berikut :

$$WF = \frac{MSI_i}{\sum_{i=1}^p MSI_i}$$

Keterangan :

i = atribut 1, 2, 3.. (jumlah seluruh atribut)

p = atribut kepentingan ke- i

MSI_i = *Mean Importance Score*, ke i

3. Menghitung *Weight Score* (WS) yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

$$WS_i = WF_i \times WSS_i$$

Keterangan :

WSS_i = *Mean Satisfaction Score*, ke- i

WF_i = *Weighted Satisfaction*, ke- i

4. Menghitung *Weight Total* (WT) yaitu menjumlah WS dari semua atribut produk.



$$WT = \sum_{i=1}^p WS$$

5. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan rumus :

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

HS = *Height Scale* (pengukuran yang digunakan)

Customer Satisfaction Index (CSI) memiliki nilai maksimum 100%. Jika nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja yang kurang baik.

Sedangkan jika nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja (Wicaksana, Muhaimin and Koestiono, 2013). Kriteria CSI dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 1. Kriteria *Customer Satisfaction Index*

Nilai CSI (%)	Kriteria CSI
$0 < CSI \leq 34$	Tidak Puas
$35 \leq CSI \leq 50$	Kurang Puas
$51 \leq CSI \leq 65$	Cukup Puas
$66 \leq CSI \leq 80$	Puas
$81 \leq CSI \leq 100$	Sangat Puas

Sumber : (Wicaksana, Muhaimin and Koestiono, 2013)

4.4.3. Tingkatan Loyalitas Konsumen

Loyalitas petani diketahui dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2015) menyatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan (Hutabarat, Sumaryo and Situmorang, 2013) bahwa data pengukuran loyalitas petani yang terkumpul ditabulasi dan dianalisis sehingga menggambarkan apa yang diteliti.

Menurut (Durianto, Sugiarto and Sitinjak, 2001) dalam melakukan pengukuran loyalitas konsumen dengan menggunakan skala interval untuk mengetahui kategori loyalitas petani di setiap tingkatan. Setiap tingkatan loyalitas yaitu *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer* akan dinilai dengan menggunakan skala likert 1 – 5 oleh petani. Skor 5 = sangat setuju; 4 = setuju; 3 = netral; 2 = tidak setuju; 1 = sangat tidak



setuju. Kemudian skor tersebut akan di rata-rata untuk mengetahui tingkatan loyalitas petani masuk ke dalam rentang skala yang mana. Yang termasuk kedalam setiap tingkatan yaitu responden yang menjawab “setuju” dan “sangat setuju” di setiap tingkatan. Jawaban tersebut akan dirata-rata untuk mengetahui jawaban masuk ke bagian skala interval tertentu. Berikut skala interval dari setiap jawaban :

1,00 – 1,79 = Sangat tidak setuju

1,80 – 2,59 = Tidak setuju

2,60 – 3,39 = Netral

3,40 – 4,19 = Setuju

4,20 – 5,00 = Sangat setuju

Setelah mengetahui rata-rata jawaban petani, kemudian menghitung banyaknya petani yang masuk ke dalam masing – masing tingkatan loyalitas. Caranya yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tingkatan Loyalitas} = \frac{\text{Jawaban "sangat setuju"} + \text{Jawaban "setuju"}}{\text{Jumlah responden}} \times 100\%$$

Namun, hasil yang dihasilkan dari teori Durianto bahwa total persen tingkat loyalitas petani tidak 100% jika dijumlahkan. Sehingga teori tersebut disempurnakan oleh (Hutabarat, Sumaryo and Situmorang, 2013). Setelah menghitung loyalitas petani dengan rumus Durianto, maka dihitung kembali tingkat loyalitas untuk mendapatkan jumlah 100% pada tingkatan loyalitas.

Caranya adalah sebagai berikut :

$$\text{Tingkatan Loyalitas} = \frac{\% \text{ masing-masing tingkatan}}{\% \text{ jumlah total tingkat loyalitas}} \times 100\%$$

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

5.1.1. Kondisi Geografis Desa Sumberbrantas

Desa Sumberbrantas merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur. Desa ini terletak di dataran tinggi pada ketinggian 1.400-1.700 mdpl dengan suhu rata-rata 12°C- 22°C. Luas wilayah Desa Sumberbrantas sekitar 541,1364 hektar. Letak desa ini berbatasan langsung dengan beberapa wilayah seperti: di sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto, di sebelah Timur berbatasan dengan Gunung Arjuno, di sebelah Selatan berbatasan dengan Dusun Wonorejo dan Dusun Tulungrejo, dan di sebelah Barat berbatasan dengan Gunung Anjasmoro.

Desa Sumberbrantas terbagi menjadi tiga Dusun, diantaranya Dusun Jurang Kualo, Dusun Lemah Putih, dan Dusun Krajan. Dusun Jurang Kualo merupakan dusun yang memiliki wilayah paling luas yaitu 270,5000 hektar, sedangkan Dusun Lemah Putih dengan luas wilayah 180,476 hektar dan Dusun Krajan dengan luas wilayah 90,1600 hektar. Wilayah Desa Sumberbrantas terdiri dari pemukiman, pekarangan, pertanian, makam, sekolahan, dan lainnya. Luas wilayah Desa Sumberbrantas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 1. Luas Wilayah di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu

No.	Areal	Luas (Ha)	Persentase (%)
1.	Pemukiman	94,5710	17,48
2.	Pekarangan	51,6320	9,54
3.	Pertanian	358,3234	66,22
4.	Makam	1,5000	0,28
5.	Sekolahan	0,8000	0,14
6.	Lainnya	34,3300	6,34
Jumlah		541, 1364	100

Sumber: Kantor Desa Sumberbrantas 2017

Berdasarkan Tabel 7 luas areal Desa Sumberbrantas terbesar digunakan sebagai lahan pertanian dengan luas 358,32 hektar atau mencapai 66,22%. Sebagian besar komoditas yang dibudidayakan pada lahan pertanian adalah kentang, wortel, sawi, dan kubis. Dibandingkan dengan luas lahan pertanian, luas lahan pemukiman jauh lebih kecil yaitu dengan luas 94,57 hektar atau mencapai 17,48%. Selain itu terdapat luas pekarangan dengan luas 51,63 hektar atau 9,54%,



dan sisanya ada pemakaman dengan luas 1,5 hektar atau 0,28%, sekolahan 0,8 hektar atau 0,14%, dan lainnya 34,33 hektar atau 6,34%.

5.1.2. Kondisi Demografi Desa Sumberbrantas

Kondisi demografi di Desa Sumberbrantas dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan mata pencaharian. Berikut penjelasan mengenai kondisi demografi Desa Sumberbrantas :

Tabel 2. Kondisi Demografi Penduduk Desa Sumberbrantas

No.	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin			
1.	Laki-laki	2.454	50,87
2.	Perempuan	2.370	49,13
	Jumlah	4.824	100
Tingkat Pendidikan			
1.	Tidak Sekolah	891	18,47
2.	Belum Tamat SD	517	10,72
3.	SD/Sederajat	2.363	48,98
4.	SLTP/Sederajat	663	13,74
5.	SLTA/Sederajat	333	6,90
6.	Akademi	51	1,06
7.	Sarjana	6	0,13
	Jumlah	4.824	100
Mata Pencaharian			
1.	Buruh	737	15,78
2.	Petani	1.566	33,51
3.	Pegawai Negeri Sipil	6	0,13
4.	Pegawai Swasta	266	5,69
5.	Pedagang	46	0,98
6.	Pelajar	1.601	34,26
7.	Tidak Bekerja	451	9,65
	Jumlah	4.673	100

Sumber : Kantor Desa Sumberbrantas, 2017

1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang dimiliki oleh kantor Desa Sumberbrantas pada Tabel 8 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Sumberbrantas sebanyak 4.828 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki di desa tersebut lebih tinggi dari pada penduduk perempuan. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 2.454 jiwa atau mencapai 50,87%, sedangkan jumlah penduduk perempuan sebanyak 2.370 jiwa atau 49,13%.



Perbedaan banyaknya jumlah setiap jenis kelamin tidak signifikan. Jumlah antara laki-laki dengan perempuan bisa dikatakan hampir sama. Berdasarkan hasil wawancara bahwa laki-laki maupun perempuan di desa tersebut juga memiliki pekerjaan yang sama yaitu menjadi petani. Pekerjaan sebagai petani dapat dilakukan oleh laki-laki dan wanita. Pekerjaan tersebut hanya dibedakan oleh beratnya kegiatan dilapang. Jenis kelamin laki-laki lebih melakukan pekerjaan dilapang yang bisa dikatakan cukup berat yaitu pengolahan lahan. Sedangkan jenis kelamin wanita melakukan pekerjaan dilapang cenderung yang lebih ringan yaitu penanaman dan pemanenan.

2. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan penduduk di Desa Sumberbrantas sangat beragam. Terlihat pada Tabel 8 bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Sumberbrantas mulai dari tidak sekolah hingga sarjana. Tingkat pendidikan di desa tersebut didominasi oleh lulusan SD sebanyak 2.363 jiwa atau 48,98%. Sedangkan urutan kedua tingkat pendidikan di desa tersebut adalah tingkatan tidak sekolah sebanyak 891 jiwa atau 18,47%. Meskipun tingkat pendidikan penduduk di desa tersebut didominasi oleh lulusan SD dan banyak yang tidak sekolah, tetapi di desa tersebut juga memiliki penduduk dengan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 6 orang atau sebesar 0,13%.

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh setiap orang memiliki pengaruh dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi pekerjaan yang dimiliki. Penduduk yang memiliki tingkat pendidikan tinggi lebih banyak melakukan proses pengambilan keputusan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki, serta memiliki pekerjaan yang lebih tetap dan menjadi petani yang lebih sukses. Sedangkan semakin rendah pendidikan maka proses pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman, serta memiliki pekerjaan sebagai petani, buruh, bahkan tidak memiliki pekerjaan.

3. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Berdasarkan Tabel 8 bahwa sebagian besar penduduk Desa Sumberbrantas bergantung pada sektor pertanian yaitu sebanyak 49,29%, bekerja sebagai buruh 737 jiwa atau 15,78% dan petani 1.566 jiwa atau 33,51%. Meskipun desa tersebut merupakan daerah pertanian dan banyak yang bekerja pada sektor pertanian, tetapi



penduduk desa tersebut juga banyak yang bekerja sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 266 jiwa atau 5,69%.

Mata pencaharian yang di miliki penduduk berpengaruh terhadap kesejahteraan keluarga. Penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai buruh cenderung menjadi orang yang hidup sederhana. Sedangkan penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai petani cenderung bervariasi. Petani yang memiliki mata pencaharian sebagai petani berkehidupan mulai dari sederhana, berkecukupan, hingga lebih dari cukup.

5.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian yang dilakukan ini merupakan sebuah gambaran umum responden yang digunakan dalam penelitian.

Karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lamanya berusaha tani kentang, dan luas lahan usahatani. Berikut ini adalah gambaran karakteristik responden secara umum.

1. Karakteristik Responden Petani Kentang Berdasarkan Jenis Kelamin

Pekerjaan sebagai petani tidak terbatas oleh jenis kelamin. Laki-laki maupun perempuan dapat berprofesi sebagai petani. Begitu juga di Desa Sumberbrantas bahwa petani yang menjadi sampel tidak hanya laki-laki, tetapi juga ada wanita. Berdasarkan pada Tabel 9 jumlah perempuan yang menjadi petani tidak banyak, yaitu hanya 7,5% atau 3 orang. Sedangkan jenis kelamin laki-laki lebih dominan yaitu 92,5% atau 37 orang.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	37	92,5
2	Perempuan	3	7,5
	Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan hasil wawancara bahwa perempuan yang menjadi petani merupakan perempuan yang melanjutkan pekerjaan suami yang telah meninggal. Perempuan yang menjadi petani cenderung memiliki tenaga kerja lebih banyak untuk membantu dalam kegiatan budidaya. Sedangkan petani dengan jenis kelamin



laki-laki menjadi petani merupakan mata pencaharian utama yang sudah dilakukan sejak dulu. Petani dengan jenis kelamin laki-laki dalam budidaya kentang lebih banyak dibantu oleh anak, istri, maupun saudara yang lain.

2. Karakteristik Responden Petani Kentang Berdasarkan Kelompok Usia

Berdasarkan Tabel 10, dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu mayoritas adalah berusia 31 tahun ke atas. Responden yang menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP dengan umur dibawah 31 tahun sebanyak 3 orang. Sedangkan responden dengan kelompok usia diatas 31 tahun sebanyak 37 orang. Dengan kata lain responden dengan usia 20-31 sebesar 7,5%, kelompok usia 32-43 tahun sebesar 15%, kelompok usia 44-55 sebesar 35%, kelompok usia 56 keatas sebanyak 47,2%.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

No	Umur Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20-31	3	7,5
2	32-43	6	15
3	44-55	14	35
4	56-67	16	40
5	>67	1	2,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Usia seseorang dapat menjadi penentu dalam pengambilan keputusan. Semakin tua usia seseorang maka akan semakin berpengalaman dan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki. Begitu juga terjadi pada petani di Desa Sumberbrantas. Berdasarkan pada hasil wawancara bahwa petani yang memiliki usia semakin tua lebih berpengalaman dan berpengetahuan. Dalam melakukan setiap kegiatan, petani yang memiliki usia semakin tua akan berhati-hati dan mempertimbangkan dampak yang akan terjadi dalam setiap kegiatan. Selain itu, semakin tua usia petani semakin percaya terhadap produk yang digunakan. Sedikit kemungkinan petani untuk berganti merek. Sedangkan semakin muda usia petani maka petani cenderung untuk berani mengambil resiko. Petani berani untuk mencoba produk yang baru.

Selain berpengalaman dan berpengetahuan, usia petani juga berpengaruh terhadap pekerjaan yang dilakukan. Petani yang masih muda cenderung kurang teliti dalam melakukan budidaya kentang. Selain itu, jam kerja akan semakin



singkat. Berbeda dengan petani yang memiliki usia yang lebih tua kan melakukan pekerjaan dengan teliti dan jam kerja dilapang masih lebih lama.

3. Karakteristik Responden Petani Kentang Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam lancarnya suatu perkembangan dalam sektor pertanian. Secara rinci jumlah responden di lokasi penelitian di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu berdasarkan tingkat pendidikannya dapat dilihat pada Tabel 11.

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa prosentase jumlah petani kentang pada Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu sebagian besar merupakan lulusan Sekolah Dasar (SD). Responden yang telah lulus SD sebanyak 21 orang dari 40 responden yang ada. Selain itu responden yang memiliki tingkat pendidikan lulusan SLTP terdapat 7 orang, responden dengan tingkat pendidikan lulusan SLTA sebesar 6 orang, responden dengan tingkat pendidikan lulusan D3 sebanyak 1 orang, responden dengan tingkat pendidikan lulusan Sarjana sebanyak 3 orang, responden yang tidak sekolah dan tidak lulus dalam pendidikan dasar (SD) sebanyak 2 orang. Tingkat pendidikan mampu memberikan pengaruh yang besar tentang keterbukaan pemikiran seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh maka seseorang akan cenderung lebih mampu menerima inovasi serta pendapat baru yang ada.

Tabel 5. karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tidak Sekolah	1	2,5
2	Tidak Tamat SD	1	2,5
3	SD	21	52,5
4	SLTP	7	17,5
5	SLTA	6	15
6	D3	1	2,5
7	Sarjana	3	7,5
	Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

4. Karakteristik Responden Petani Kentang Berdasarkan Lama Berusahatani Kentang

Lamanya seseorang dalam melakukan usahatani akan mampu mempengaruhi keputusan berusahatani serta mampu mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu produk pertanian. Pengalaman yang banyak serta pengalaman yang telah dilakukan mampu membuat seseorang menjadi lebih tau



banyak dari orang yang baru memulai suatu usahatani. Berikut ini merupakan gambaran responden petani kentang tentang pengalaman berusahatani dapat dilihat dalam Tabel 12 dibawah ini.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usahatani

No	Lama Berusahatani (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-12	6	15
2	13-24	14	35
3	25-36	8	20
4	37-47	11	27,5
5	>47	1	2,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan data karakteristik responden yang tertera pada Tabel 12, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang melakukan usahatani dari 40 orang mayoritas telah melakukan usahatani selama 13-24 tahun. Responden yang melakukan usahatani kentang selama 1-12 tahun sebanyak 6 orang atau 15%, responden yang berusahatani kentang selama 13-24 tahun sebanyak 14 orang atau 35%, responden yang berusahatani kentang selama 25-36 tahun sebanyak 8 orang atau 20%, responden yang memiliki pengalaman berusahatani kentang selama 37-47 tahun sebesar 11 orang atau 27,5%, sedangkan petani yang memiliki lama berusahatani lebih dari 47 tahun hanya 1 orang atau 25% dari total responden yang ada.

Lama usahatani yang dilakukan petani maka pengalaman petani lebih banyak. Seperti yang sudah dijelaskan pada point 2 pada karakteristik responden berdasarkan usia, bahwa usia semakin tua maka memiliki banyak pengalaman dan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan. Begitu juga pada lama usahatani, jika semakin lama usahatani yang dilakukan maka petani akan mempertimbangkan dampak yang akan terjadi sebelum melakukan pengambilan keputusan.

5. Karakteristik Responden Petani Kentang Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan pertanian yang dimiliki seorang petani merupakan salah satu aspek penentu dalam majunya atau berkembangnya seorang petani dalam menjalankan usahatannya. Berikut ini merupakan gambaran responden dilihat



dari luas lahan usahatani kentang di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dapat dilihat pada Tabel 13

Berdasarkan data karakteristik responden yang tertera pada Tabel 13, bahwa sebagian besar petani memiliki luas lahan rata-rata lebih dari 1 ha per orang. Responden yang memiliki lahan kurang dari 0,5 ha sebanyak 4 orang atau 10% dari 40 responden yang ada, responden yang memiliki lahan 0,51-1 ha sebanyak 11 orang atau 27,5%, responden yang memiliki luas lahan 1,01-1,5 ha sebanyak 8 orang atau 20%, responden yang memiliki luas lahan 1,51-2 ha sebanyak 4 orang atau 10%, sedangkan responden yang memiliki luas lahan lebih dari 2 ha sebanyak 13 orang atau 32,5%.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<0,5	4	10
2	0,51-1	11	27,5
3	1,01-1,5	8	20
4	1,51-2	4	10
5	>2,01	13	32,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Luas lahan yang dimiliki dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan petani. Petani yang memiliki luas lahan <0,5 ha cenderung membeli fungisida ketika akan melakukan penyemprotan. Sedangkan petani yang memiliki lahan lebih luas memilih untuk membeli banyak di awal dan disimpan selama musim tanam. Selain berpengaruh dalam pengambilan keputusan, luas lahan juga berpengaruh terhadap kesejahteraan petani. Semakin luas lahan yang dimiliki petani, maka petani memiliki kehidupan lebih dari cukup. Sedangkan semakin kecil luas lahan yang dimiliki maka kehidupan petani semakin sederhana.

5.3. Proses Pengambilan Keputusan Petani Kentang dalam Membeli Fungisida Curzate 8/64 WP

Pengambilan keputusan dilakukan untuk memilih salah satu produk yang akan digunakan dari berbagai pilihan yang ada. Pemilihan produk tentunya disesuaikan dengan kebutuhan dan kriteria tertentu dari suatu produk. Dengan begitu ada tahapan yang dilakukan dalam proses pengambilan keputusan dalam



pemilihan fungisida. Berikut tahapan proses pengambilan keputusan petani dalam membeli fungisida Curzate 8/64 WP :

5.3.1. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama yang dilakukan dalam proses pengambilan keputusan adalah pengenalan kebutuhan. Ada permasalahan yang mendasari petani untuk memutuskan membeli produk tertentu. Sebagian petani di Desa Sumberbrantas membudidayakan komoditas kentang sebagai sumber penghasilan. Sudah tidak asing lagi bahwa dalam budidaya kentang tidak terlepas dari adanya serangan hama dan penyakit tanaman. Setiap musim tanam serangan hama dan penyakit tanaman bisa berbeda. Pada saat musim hujan penyakit kentang yang paling banyak muncul adalah penyakit busuk daun. Sedangkan ketika musim kemarau penyakit busuk daun jarang muncul. Penyakit yang biasa muncul yaitu serangan ulat daun.

Serangan hama dan penyakit tanaman mendorong petani untuk menggunakan fungisida sebagai solusinya. Petani kentang mengandalkan menggunakan fungisida untuk dapat mencegah dan mengatasi serangan jamur pada tanaman kentang agar menjamin keberhasilan dalam panen kentang. Berdasarkan hasil penelitian bahwa penggunaan fungisida pada setiap musim tanam kentang sudah dianggap penting bagi petani. Didukung oleh pernyataan (Sumardiyono, 2008) bahwa penggunaan fungisida masih banyak dilakukan oleh petani karena belum tersedianya varietas tahan penyakit dan intensitas penyakit yang tinggi pada komoditas pertanian unggul. Sehingga fungisida menjadi kebutuhan petani yang harus ada di setiap musim tanam kentang. Oleh sebab itu, petani melakukan pencarian informasi untuk mengetahui fungisida yang tepat.

5.3.2. Pencarian Informasi

Tahap selanjutnya adalah pencarian informasi. Adanya kebutuhan fungisida di setiap musim tanam kentang mengharuskan petani menggali informasi mengenai fungisida yang tepat. Menurut petani Desa Sumberbrantas bahwa fungisida yang kurang tepat dapat menyebabkan kerugian yang lebih besar pada usahatani. Dengan begitu semakin banyak informasi maka akan semakin mengetahui fungisida yang tepat untuk tanaman.



Pencarian informasi konsumen dalam pengambilan keputusan dapat melalui dua cara, yaitu pencarian internal dan pencarian eksternal. Pencarian internal berasal dari pengalaman diri sendiri maupun dari orang terdekat seperti orang tua dan teman, sedangkan pencarian eksternal berasal dari lingkungan sekitar.

Tabel 8. Sumber Informasi Pengetahuan Fungisida

	Kriteria	N	%
A	Orang tua	5	12,5
B	Teman	3	7,5
C	Media Informasi	0	0
D	Toko pertanian	14	35
E	Perusahaan	18	45
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 14 bahwa petani kentang dalam memilih fungisida banyak mengetahui informasi melalui faktor eksternal yaitu toko pertanian dan perusahaan. Sebanyak 45% petani mengetahui informasi penggunaan fungisida melalui perusahaan. Hal ini banyak terjadi karena produsen fungisida langsung terjun ke lapang untuk mempromosikan produknya. Selain itu sebelum produk di promosikan ke petani, perusahaan melakukan percobaan terlebih dahulu selama satu musim tanam untuk meyakinkan petani. Oleh sebab itu, banyak petani memperoleh informasi melalui perusahaan. Sebanyak 35% petani mengetahui informasi melalui toko pertanian. Pada toko pertanian, petani banyak diberi masukan fungisida yang tepat untuk tanaman kentang karena toko pertanian sudah bekerjasama dengan perusahaan. Sedangkan 20% petani mendapatkan pengetahuan melalui orang tua dan teman. Pengalaman orang tua dan teman menjadi informasi tambahan petani dalam memilih fungisida yang tepat.

Petani yang banyak mengikuti perusahaan dan toko pertanian yaitu sebagian besar yang berusia 40 tahun ke atas dan memiliki pengetahuan yang kurang. Petani kurang pengetahuan sehingga petani percaya dengan informasi yang diberikan oleh perusahaan dan toko pertanian. Dengan adanya penerapan langsung di lapang yang dilakukan produsen sangat membantu petani dalam pencarian informasi. Sedangkan petani yang mencari informasi melalui faktor internal adalah petani yang berusia dibawah 40 tahun dan memiliki pengalaman bertani belum lama. Petani yang mencari informasi melalui faktor internal adalah yang baru memulai melanjutkan kegiatan budidaya milik orangtua.



5.3.3. Evaluasi Alternatif

Sebelum memutuskan untuk membeli fungisida, petani akan melakukan evaluasi alternatif terhadap informasi yang telah diterima. Informasi tersebut diproses atau dipertimbangkan oleh petani untuk mengetahui fungisida yang tepat dan sesuai dengan kriteria untuk kentang. Petani membandingkan berbagai merek yang sudah diketahui dari pencarian informasi sebelumnya. Dalam pencarian informasi petani mengutamakan kualitas dari fungisida terhadap tanaman. Hal ini dikarenakan jika kualitas tidak baik maka dapat mengalami kerugian dalam usahatani. Sehingga petani kentang memilih fungisida yang terbaik untuk tanamannya meskipun harganya harus lebih mahal dari fungisida yang lainnya.

Petani di Desa Sumberbrantas membandingkan fungisida yang memiliki satu bahan aktif dan memiliki dua bahan aktif. Fungisida “A” merupakan jenis fungisida yang mengandung satu bahan aktif yaitu mankozeb. Sedangkan fungisida “B” merupakan fungisida yang mengandung dua bahan aktif yaitu fluopikolid dan prpined. Selain fungisida “B”, fungisida Curzate 8/64 WP juga mengandung dua bahan aktif yaitu simoksanil dan mankozeb. Ketiga fungisida tersebut menjadi pilihan petani dalam mengatasi serangan penyakit pada tanaman kentang.

Petani kentang Desa Sumberbrantas membandingkan setiap fungisida dengan mempertimbangkan hasil yang dirasakan dan juga kandungan bahan aktif pada fungisida. Tingkat pendidikan maupun pengalaman petani dapat berpengaruh dalam evaluasi alternatif. Petani yang memiliki pendidikan tinggi lebih memahami hal yang penting untuk memilih fungisida yang baik. Berdasarkan hasil wawancara bahwa petani yang memiliki pendidikan lulusan SMA hingga S1 telah mengetahui pentingnya bahan aktif meskipun memiliki pengalaman yang kurang. Sehingga bahan aktif menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh petani yang memiliki pengetahuan. Sedangkan semakin rendah pendidikan petani dan kurang pengetahuan maka petani kurang memperhatikan kandungan bahan aktif. Petani lebih mempercayai kualitas yang sudah diperoleh dari teman yang telah menggunakan, motivasi dari toko pertanian, serta hasil demplot yang dilakukan perusahaan. Namun lain halnya dengan petani yang memiliki pendidikan rendah tetapi memiliki pengetahuan

melalui informasi baik melalui internal maupun eksternal maka petani akan memperhatikan pentingnya kandungan bahan aktif.

5.3.4. Keputusan dan Sistem Pembelian

Hasil dari evaluasi alternatif akan mengarahkan kepada keputusan pembelian. Berdasarkan pertimbangan yang sudah dilakukan, petani memutuskan menggunakan merek yang sesuai dengan kriterianya. Petani di Desa Sumberberantas memutuskan untuk menggunakan fungisida yang dianggap memiliki kualitas yang lebih baik serta lebih efisien. Hasil evaluasi alternatif, petani memutuskan untuk menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP sebagai fungisida utama. Fungisida ini dianggap petani lebih efisien karena memiliki dua bahan aktif yang berbeda cara kerja. Selain itu, keberhasilan penggunaan yang dilakukan dalam demplot dan pengalaman teman juga menjadi alasan keputusan petani memilih fungisida Curzate 8/64 WP.

Dalam melakukan pembelian fungisida Curzate 8/64 WP, petani Desa Sumberbrantas melakukannya dengan membeli diawal sebanyak satu musim tanam. Selain itu, beberapa petani melakukan pembelian dengan membeli produk ketika ingin menggunakan pada waktu penyemprotan. Dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 9. Keputusan Pembelian Fungisida Curzate 8/64 WP

	Kriteria	N	%
A	Membeli banyak diawal	37	92,5
B	Membeli ketika fungisida yang dibutuhkan tidak ada	0	0
C	Membeli ketika ingin menggunakan	3	7,5
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan pada Tabel 15 bahwa 92,5% petani kentang di Desa Sumberbrantas melakukan pembelian fungisida sudah dengan mengambil jumlah yang banyak untuk memenuhi kebutuhan satu musim tanam. Petani yang masuk ke dalam golongan ini adalah petani yang memiliki luas lahan lebih dari 0,5 hektar. Setiap musim tanam jumlah dan intensitas penggunaan fungisida yang dibutuhkan berbeda. Ketika musim hujan, penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP takaran yang digunakan lebih banyak dari pada ketika musim kemarau. Serta intensitas penyemprotan lebih sering daripada musim kemarau. Hal ini karena,



ketika musim kemarau jarang ditemui bahkan tidak ditemukan jamur *Phytophthora infestans* pada tanaman kentang. Penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP ketika musim kemarau dikarenakan untuk mencegah adanya bibit – bibit jamur *Phytophthora infestans*. Dalam hal ini, petani. Sedangkan 7,5% petani memilih membeli fungisida ketika akan melakukan penyemprotan pada hari atau waktu tersebut. Jika ingin menyemprotkan fungisida maka terlebih dahulu petani membeli ke toko. Petani yang masuk ke dalam kriteria ini adalah petani yang memiliki luas lahan kentang sekitar kurang dari 0,5 hektar.

Petani di Desa Sumberbrantas mendapatkan fungisida Curzate 8/64 WP pada toko pertanian yang berada di Desa Sumberbrantas. Alasan petani memilih membeli di toko tersebut adalah dekat dengan rumah dan juga sudah berlangganan. Selain itu di toko tersebut barang yang dibutuhkan selalu tersedia. Pada toko tersebut juga sangat memudahkan petani. Petani tidak harus langsung membayar ketika mengambil barang, tetapi petani di perbolehkan untuk berutang terlebih dahulu. Ketika petani sudah panen maka petani akan membayar fungisida yang telah digunakan. Hal ini sangat menguntungkan bagi petani yang memiliki lahan yang cukup luas karena petani membutuhkan banyak modal untuk fungisida.

5.3.5. Hasil Pascapembelian

Setelah memutuskan untuk membeli, tentunya petani akan menggunakan fungisida yang telah dibeli. Ketika menggunakan petani akan merasakan hasil dari fungisida Curzate 8/64 WP, baik perasaan puas maupun tidak puas. Jika fungisida Curzate 8/64 WP sesuai harapannya maka petani akan merasa puas, namun jika fungisida Curzate 8/64 WP tidak sesuai dengan harapannya maka petani akan merasa kecewa. Hasil pascapembelian akan menentukan petani untuk akan menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP kembali atau tidak.

Berdasarkan pada Tabel 16 bahwa 67,5% petani merasa puas setelah menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Fungisida yang digunakan sudah sesuai dengan harapan petani kentang di Desa Sumberbrantas. Namun, ada 2,5% petani merasa tidak puas setelah menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Fungisida yang digunakan dirasakan tidak sesuai untuk tanamannya, tetapi petani harus tetap menggunakannya karena jika tidak menggunakan maka tanaman bisa gagal panen.



Sedangkan 30% lainnya petani merasa cukup puas ketika menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Petani yang masuk kedalam kategori ini adalah petani yang tidak mengalami kekecawaan, tetapi juga tidak merasa sangat puas dengan fungisida Curzate 8/64 WP.

Tabel 10. Pascapembelian Fungisida Curzate 8/64 WP

			Kriteria	N	%
Perasaan setelah menggunakan Curzate 8/64 WP	A	Puas		27	67,5
	B	Cukup puas		12	30
	C	Tidak Puas		1	2,5
			Jumlah	40	100
Keinginan untuk membeli setelah kenaikan harga	A	Tetap membeli		35	87,5
	B	Mengganti merek		5	12,5
	C	Tidak membeli		0	0
			Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Jika terjadi kenaikan harga pada fungisida Curzata 8/64 WP, sebagian petani akan tetap membeli fungisida Curzate 8/64 WP. Sebanyak 87,5% petani memilih untuk tetap menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP karena sudah merasa puas dengan fungisida tersebut. Fungisida Curzate 8/64 WP sudah menjadi kebutuhan yang harus ada di setiap musim tanam. Harga yang mahal bukan menjadi penghalang petani untuk tetap menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Sisanya sebanyak 12,5% petani memilih untuk mengganti merek lain jika terjadi kenaikan harga. Petani yang masuk ke dalam kategori ini beranggapan bahwa jika ada harga yang lebih murah dan memiliki kualitas yang hampir sama lebih baik berganti yang lain untuk mengurai biaya produksi. Petani yang memilih untuk berganti merek adalah petani yang memiliki usia cukup muda dan pengalaman bertani belum lebih dari duabelas tahun. Hal ini dikarenakan petani tersebut masih ingin mencoba dan mencari produk yang sesuai, baik harga maupun kualitas. Tetapi petani yang memilih untuk berganti merek tidak langsung mengganti semua fungisida, tetapi hanya mencoba fungisida lain terlebih dahulu untuk membandingkan dengan fungisida Curzate 8/64. Apabila fungisida merek lain tersebut sesuai dengan apa yang petani harapkan, maka petani akan beralih dari fungisida Curzate 8/64 WP ke produk lain yang dirasa lebih sesuai dengan harapan.

5.4. Tingkat Kepuasan Petani Kentang terhadap Fungisida Curzate 8/64

WP

5.4.1. Analisis IPA (Importance Performance Analysis)

5.4.1.1. Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja dari Atribut Fungisida Curzate 8/64 WP

Analisis IPA merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut produk. Dengan menggunakan alat analisis IPA maka akan diketahui letak atribut pada diagram kartesius yang perlu dilakukan perbaikan dan dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan petani. Atribut yang digunakan pada fungisida Curzate 8/64 WP ditentukan dengan menggunakan tujuh dimensi kualitas produk yaitu sebanyak sebelas atribut.

Tabel 11. Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Fungisida Curzate 8/64 WP

Dimensi	Atribut	Tingkat Kepentingan $\sum Y_i$	Y	Tingkat Kinerja $\sum X_i$	X	Tingkat Kesesuaian T _{ki}
Kinerja	Keampuan dalam mengatasi jamur	189	4,73	137	3,43	72,49
Ciri-ciri	Variasi kemasan	108	2,70	110	2,75	101,86
	Fungisida tidak mudah mengendap	178	4,45	173	4,33	97,19
Keandalan	Tidak ada efek samping pada tanaman	154	3,85	137	3,43	88,96
Kesesuaian dengan spesifikasi	Informasi kandungan bahan aktif pada kemasan	139	3,48	177	4,43	127,34
	Cara penggunaan pada kemasan	128	3,20	149	3,73	116,41
Daya tahan	Masa kadaluarsa	124	3,10	158	3,95	127,42
Serviceability	Ketersediaan fungisida	180	4,50	192	4,70	106,67
Kualitas yang dipersepsikan	Harga	140	3,50	132	3,30	106,06
	Nama dagang	146	3,65	172	4,30	117,81
	Nama perusahaan	128	3,20	186	4,65	145,31
Total			41,63		43,0	
Rata-Rata						109,77
Batas Kuadran			3,67		3,92	

Sumber : Data Primer Diolah (2017)



Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Nurmalina, 2015) bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Atribut tersebut terdiri dari ketahanan terhadap jamur, variasi kemasan, kemudahan mencampur fungisida, tidak ada efek samping, informasi bahan aktif, cara penggunaan, masa kadaluarsa, ketersediaan produk, harga, nama dagang, dan nama perusahaan.

Tabel 17. menunjukkan besarnya tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut, serta tingkat kesesuaian dari setiap atribut. Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan dari tingkat kepentingan dan kinerja yang menunjukkan kepuasan dari kinerja yang dirasakan petani. Menurut Indriwiningsih dan Sudayanto (2007) dalam (Diyahya and Sukiyono, 2016) menyatakan jika tingkat kesesuaian sebesar 80-100% maka kinerja atribut produk dapat dikatakan sesuai dengan harapan konsumen tetapi masih perlu dilakukan perbaikan. Jika tingkat kesesuaian $>100\%$ dapat dikatakan bahwa kinerja dari atribut sudah memenuhi harapan konsumen.

Berikut tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut :

1. Keampuhan produk dalam mengatasi jamur

Keampuhan produk dalam mengatasi jamur merupakan manfaat utama dari fungisida. Berdasarkan pada Tabel 17 bahwa tingkat kepentingan dari atribut ini adalah 4,73. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 4,20 – 5,00. Artinya atribut ketahanan terhadap jamur dianggap sangat penting oleh petani. Oleh sebab itu atribut ketahanan terhadap jamur sangat penting bagi petani.

Sedangkan kinerja dari keampuhan produk sebesar 3,43. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 3,40 sampai 4,19. Artinya petani setuju dengan kinerja yang diberikan perusahaan yaitu sebagian jamur dapat berkurang dengan menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Namun, tingkat kesesuaian pada atribut ketahanan terhadap jamur hanya mencapai 72,49%. Dengan begitu petani masih merasa belum puas dengan kinerja yang diberikan. Petani masih mengharapkan lebih dari kinerja yang dirasakan pada fungisida Curzate 8/64 WP.

2. Variasi kemasan

Variasi kemasan merupakan banyaknya bentuk atau volume kemasan yang tersedia dipasaran. Pada Tabel 17. menunjukkan bahwa tingkat kepentingan dari



atribut ini sebesar 2,70. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 2,60 – 3,39 yang artinya variasi kemasan cukup penting bagi petani. Sedangkan tingkat kinerja pada atribut ini sebesar 2,75. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 2,60 – 3,39. Petani cukup setuju dengan variasi kemasan, yaitu hanya satu kemasan saja dan mudah untuk digunakan. Gambar 3 menunjukkan variasi kemasan fungisida Curzate 8/64 WP.



Gambar 3. Bentuk Kemasan Fungisida Curzate 8/64 WP

Pada Gambar 3. bahwa kemasan fungisida hanya terdapat satu variasi kemasan yaitu dengan ukuran 400 gram. Petani menganggap ukuran kemasan dan kemudahan dalam menggunakan cukup penting karena dapat membantu kemudahan petani dalam menggunakannya. Kinerja yang dirasakan petani juga sudah memenuhi harapan petani. Petani merasa mudah menggunakan fungisida dengan kemasan 400 gram karena dalam penggunaannya fungisida tidak tersisa. Dengan begitu tingkat kesesuaian pada atribut ini sebesar 101,86%. Dalam hal ini, petani sudah puas dengan kinerja dari variasi kemasan. Petani tidak mengharapkan lebih dari variasi kemasan karena tidak mempengaruhi budidaya kentang.

3. Fungisida tidak mudah mengendap

Fungisida Curzate 8/64 WP merupakan fungisida yang memiliki tekstur tepung. Oleh sebab itu mudah atau tidaknya fungisida dapat tercampur dan tidak mengendap menjadi pertimbangan dalam menggunakan fungisida. Berdasarkan pada Tabel 17, bahwa tingkat kepentingan dari atribut ini sebesar 4,45. Nilai tersebut masuk pada rentang skala 4,20 – 5,00 yang artinya atribut tersebut sangat



penting bagi petani. Sedangkan kinerja dari atribut tersebut sebesar 4,33. Masuk ke dalam rentang yang sama 4,20 – 4,50 yang artinya petani sangat setuju dengan kinerja fungisida yang tidak mudah mengendap. Tingkat kesesuaian dari atribut ini sebesar 97,11%. Artinya kinerja atribut ini sudah memenuhi harapan petani.. Gambar 4 menunjukkan bahwa fungisida telah dicampur. Sedangkan Gambar 5 menunjukkan bahwa fungisida Curzate 8/64 WP akan mengendap setelah kurang lebih satu jam. Hasil tersebut dilakukan dengan melakukan percobaan 20 gram fungisida ditambah dengan 0,5 liter air.



Gambar 4. Fungisida pertama dicampur



Gambar 5. Fungisida saat mengendap

4. Tidak ada efek samping

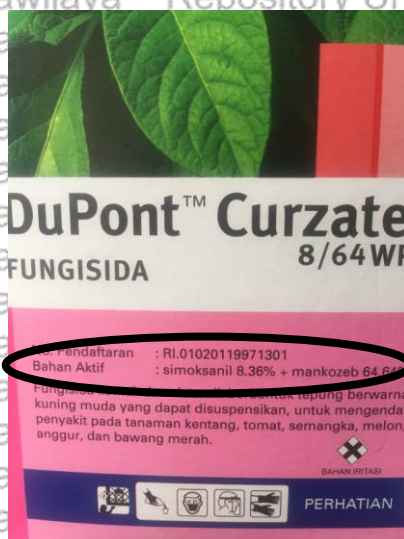
Efek samping pada tanaman perlu dipertimbangkan bagi tanaman karena bisa dapat mempengaruhi produktivitas tanaman. Berdasarkan Tabel 17. bahwa tingkat kepentingan dari atribut ini sebesar 3,85 yang masuk ke dalam rentang skala 3,40 – 4,19. Artinya atribut ini dianggap petani penting dalam penggunaan fungisida. Sedangkan kinerja dari atribut ini sebesar 3,43. Artinya sebagian besar petani setuju dengan kinerja yang diberikan. Tingkat kesesuaian pada atribut ini sebesar 88,96%. Dengan nilai tersebut membuktikan bahwa kinerja dari atribut ini masih belum sesuai dengan harapan petani. Hal tersebut dikarenakan ada responden atau petani yang menyatakan bahwa ada efek samping dari penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP.



5. Informasi kandungan bahan aktif pada kemasan

Informasi kandungan bahan aktif merupakan komposisi yang digunakan pada fungisida Curzate 8/64 WP. Tingkat kepentingan dari atribut ini yaitu sebesar 3,48. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 3,40 – 4,19, artinya atribut tersebut dianggap penting bagi petani karena bahan aktif mempengaruhi tanaman.

Sedangkan tingkat kinerja dari atribut tersebut sebesar 4,43. Nilai tersebut masuk pada rentang skala 4,20 – 5,00. Petani merasa sangat setuju dengan informasi kandungan bahan aktif yang sudah tertera sangat jelas informasinya pada kemasan. Tingkat kesesuaian dari atribut ini sebesar 127,34. Artinya petani sudah sangat puas dengan kinerjanya. Gambar 6. menunjukkan informasi yang tercantum pada kemasan.



Gambar 6. Informasi Kandungan Bahan Aktif

6. Cara penggunaan pada kemasan

Nilai tingkat kepentingan dari atribut cara penggunaan yaitu sebesar 3,20. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 2,60 – 3,39. Atribut tersebut cukup penting bagi petani. Tidak semua petani menggunakan cara penggunaan sesuai dengan perusahaan karena petani menggunakan fungisida hanya berdasarkan pengalaman saja. Sedangkan tingkat kinerja dari atribut ini memiliki nilai sebesar 3,73. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 3,40 – 4,19. Sebagian besar petani sudah setuju dengan kinerja cara penggunaan. Tingkat kesesuaian atribut ini yaitu sebesar 116,41%. Artinya kinerja yang diberikan sudah sesuai dengan



harapan petani. Gambar 7 menunjukkan cara penggunaan fungisida yang tercantum pada kemasan.

PETUNJUK PENGGUNAAN			
FUNGISIDA DuPont® Curzate® 8/64 WP HARUS DIGUNAKAN SESUAI PETUNJUK PADA LABEL INI			
Tanaman dan Penyakit Sasaran	Konsentrasi formulasi	Volume semprot	Keterangan
Kentang Busuk Daun <i>Phytophthora infestans</i>	2-4 g/l	500-1000 l/ha	Penyemprotan volume tinggi, waktu penyemprotan sebelum ditemukan gejala bercak. Interval penyemprotan 7 hari, jumlah penyemprotan maksimal 4 kali
Tomat Busuk Daun <i>Phytophthora infestans</i>	2-4 g/l	500-1000 l/ha	
Melon Embun Bulu <i>Pseudoperonospora cubensis</i>	2-4 g/l	500-1000 l/ha	
Semangka Embun Bulu <i>Pseudoperonospora cubensis</i>	1-2 g/l	500-1000 l/ha	Aplikasi pertama dilakukan pada saat gejala serangan muncul dengan interval minimum 5 hari sekali
Anggur Spung paku <i>Plasmophora viticola</i>	1-2 g/l	500-1000 l/ha	
Bawang Merah Bercak ungu <i>Alternaria porri</i>	2-4 g/l	300-800 l/ha	

Gambar 7. Cara Penggunaan Fungisida

7. Masa kadaluarsa

Masa kadaluarsa merupakan lamanya fungisida dapat digunakan.

Berdasarkan pada Tabel 17, bahwa nilai tingkat kepentingan pada atribut ini sebesar 3,10. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 2,60 – 3,39. Atribut tersebut dianggap penting bagi petani. Sementara itu, tingkat kinerja dari atribut tersebut sebesar 3,95. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 3,40 – 4,19.

Artinya, atribut masa kadaluarsa dapat digunakan kapan saja. Sebagian besar petani setuju dengan kinerja atribut ini. Sedangkan tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 127,42% yang artinya petani sudah puas dengan atribut ini.

8. Ketersediaan fungisida

Ketersediaan fungisida menjadi pertimbangan petani ketika ingin menggunakan fungisida karena mempengaruhi kegiatan dalam budidaya. Jika fungisida yang dicari tidak tersedia maka akan menghambat kegiatan budidaya.

Berdasarkan pada Tabel 17, bahwa tingkat kepentingan dari atribut ini sebesar 4,50. Atribut ini masuk ke dalam rentang skala 4,20 – 5,00 yang menunjukkan bahwa atribut tersebut sangat penting. Sedangkan kinerja dari atribut tersebut sebesar 4,70 yang artinya petani sudah sangat setuju dengan kinerja yang diberikan yaitu fungisida Curzate 8/64 WP selalu tersedia di toko. Sehingga petani merasa puas dengan kinerjanya yang ditunjukkan pada hasil tingkat kesesuaian sebesar 106,67%.



9. Harga

Atribut harga memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,50. Nilai tersebut masuk kedalam rentang skala 3,40 – 4,19. Artinya atribut harga dianggap penting oleh petani. Hal ini dikarenakan pendapatan petani yang tidak menentu. Sehingga harga dapat mempengaruhi keuntungan petani. Sedangkan tingkat kinerja dari atribut ini sebesar 3,30. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 3,40 – 4,19. Sebagian besar petani sudah setuju dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga fungisida lebih rendah dari nilai yang seharusnya dirasakan oleh kualitas fungisida Curzate 8/64 WP. Fungisida Curzate 8/64 WP yang beredar dipasaran dijual dengan harga Rp64.000,-. Harga tersebut sudah dirasakan cukup bagi petani. Tingkat kesesuaian dari atribut ini sebesar 106,06% yang menunjukkan bahwa petani sudah puas dengan kinerjanya.

10. Nama dagang

Nama dagang merupakan identitas dari suatu produk. Kemudahan nama dagang juga akan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. Tingkat kepentingan dari atribut nama dagang yaitu sebesar 3,65. Sebagian besar petani merasa penting pada atribut nama dagang. Hal tersebut dikarenakan nama dagang dapat membantu petani untuk mendapatkan fungisida. Sedangkan kinerja dari atribut ini sebesar 4,30. Petani sudah sangat setuju dengan kinerja atribut nama dagang yang sudah sangat jelas dan mudah diingat. Sehingga petani merasa puas dengan atribut ini yang sesuai dengan tingkat kesesuaian sebesar 117,81%.

11. Nama perusahaan

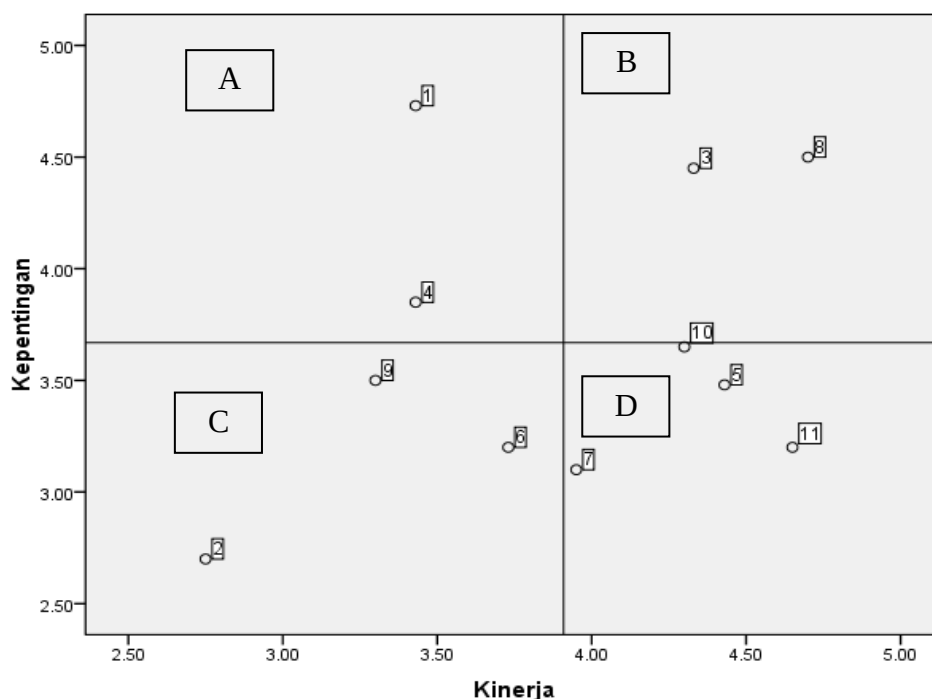
Perusahaan yang terkenal maupun yang tidak bisa dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam membeli suatu produk. Tingkat kepentingan dari atribut ini yaitu sebesar 3,20. Nilai tersebut masuk ke dalam rentang skala 2,60 – 3,39 yang artinya cukup penting bagi petani. Nama perusahaan yang terkenal cukup mempengaruhi kepercayaan petani terhadap kualitas fungisida terhadap tanaman. Tingkat kinerja yang dirasakan petani sebesar 4,65. Hal ini menunjukkan bahwa petani sudah sangat setuju dengan atribut ini karena perusahaan yang memproduksi fungisida Curzate 8/64 WP sudah sangat terkenal. Sehingga tingkat kesesuaian pada atribut ini sebesar 145,31% yang menunjukkan bahwa petani benar-benar puas pada atribut ini.



Secara keseluruhan dari kesebalas atribut bahwa kinerja yang diberikan perusahaan pada produk fungisida Curzate 8/64 WP sudah sesuai dengan harapan atau kepentingan petani kentang di Desa Sumberbrantas. Hal tersebut dilihat dari nilai rata-rata tingkat kesesuaian dari seluruh atribut sebesar 109,77%. Hasil tersebut didukung oleh pernyataan Indriwinangsih dan Sudayanto (2007) dalam (Diyahya and Sukiyono, 2016) bahwa tingkat kesesuaian >100% dapat dikatakan bahwa kinerja dari atribut sudah memenuhi harapan konsumen.

5.4.1.2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui posisi atribut yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan.



Gambar 8. Diagram kartesius hasil penelitian

Sumber : Data Primer yang Diolah (2017)

Keterangan:

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1 = Keampuhan produk | 7 = Masa kadaluarsa |
| 2 = Kemasan | 8 = Ketersediaan fungisida |
| 3 = Tidak mudah mengendap | 9 = Harga |
| 4 = Tidak ada efek samping | 10 = Nama dagang |
| 5 = Informasi bahan aktif | 11 = Nama perusahaan |
| 6 = Cara penggunaan | |



Untuk mengetahui posisi atribut yaitu dengan menghitung pembatas untuk diagram kartesius. Pembatas diagram dapat dilihat pada Tabel 17. Berdasarkan perhitungan rata-rata IPA tiap atribut didapatkan titik koordinat $x = 3,92$ dan $y = 3,67$. Dapat dilihat diagram kartesius pada gambar 8.

Kuadran A

Kuadran A merupakan kuadran yang dianggap petani bahwa atribut dari fungisida dianggap sangat penting. Namun, kinerja yang dirasakan masih rendah atau petani masih merasa kurang puas. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini menjadi prioritas utama perusahaan untuk meningkatkan kepuasan petani, sehingga kinerjanya perlu ditingkatkan kembali. Atribut yang termasuk kedalam kuadran A adalah kemampuan produk dalam mengatasi jamur dan pengaruh efek samping pada tanaman,

Keampuan produk dalam mengatasi jamur menjadi prioritas utama bagi petani kentang. Tujuan utama petani menggunakan fungisida yaitu manfaat dari fungisida yang mampu mencegah dan mengatasi serangan jamur pada tanaman kentang. Namun, dalam kenyataannya penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP masih kurang sesuai dengan harapan. Jika hanya menggunakan fungisida tersebut maka serangan jamur pada tanaman masih belum bisa berkurang. Artinya kemampuan fungisida Curzate 8/64 dirasakan petani masih kurang kuat, tetapi fungsi ini dianggap paling baik dari pada fungsi yang lainnya.

Selain kemampuan produk, perusahaan juga perlu memperhatikan pengaruh atau efek samping fungisida terhadap tanaman. Berdasarkan hasil wawancara bahwa fungisida Curzate 8/64 WP memiliki efek samping terhadap tanaman. Pada kenyataannya jika hanya menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP maka tanaman akan menjadi kuning dan pertumbuhan batang bisa lambat. Hal tersebut cukup mengganggu petani.

Kemampuan fungisida yang kurang kuat serta adanya efek samping pada tanaman jika hanya menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP adalah alasan petani untuk mencampurkan fungisida Curzate 8/64 WP dengan fungisida yang lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kemampuan fungisida agar bisa lebih kuat dalam mencegah dan mengatasi serangan jamur atau lebih tahan terhadap serangan jamur, serta memperbaiki atribut efek samping agar dapat



berkurang atau tidak ada efek samping lagi. Sehingga petani tidak perlu mencampurkan dengan merek yang lain.

Kuadran B

Kuadran B merupakan kuadran yang atributnya harus dipertahankan oleh perusahaan karena kinerja yang dirasakan petani sudah sesuai dengan harapannya.

Atribut yang masuk kedalam kuadran ini dianggap penting oleh petani, serta kinerjanya sudah sesuai. Sehingga atribut yang masuk kedalam kuadran ini perlu dipertahankan untuk menjaga kepuasan petani. Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini yaitu fungisida yang tidak mudah mengendap, ketersediaan fungisida, dan nama dagang.

Fungisida Curzate 8/64 WP adalah fungisida jenis bubuk. Dengan begitu kemudahan dalam mencampur dan tidak mudah mengendap dianggap sangat penting bagi petani. Atribut ini dirasakan petani sudah sangat sesuai dengan harapannya. Fungisida sangat mudah dicampur dan tidak mudah mengendap. Selain itu ketersediaan produk juga masuk ke dalam kuadran B. Ketersediaan produk sudah sangat sesuai dengan harapannya yaitu fungisida yang selalu ada ditoko dan sangat mudah untuk didapatkan. Pada kuadran ini, perusahaan perlu mempertahankan kinerja atribut tersebut karena sudah sesuai dengan harapan petani.

Kuadran C

Kuadran C merupakan kuadran yang atributnya dirasakan kurang penting oleh petani. Selain itu kinerja dari atribut tersebut juga dirasakan masih rendah atau kurang memuaskan. Namun, meskipun atribut yang masuk kedalam kuadran ini kurang penting juga perlu dilakukan perbaikan oleh perusahaan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini adalah kemasan, cara penggunaan, dan nama dagang.

Kemasan fungisida Curzate 8/64 WP yang beredar dipasaran hanya satu variasi kemasan yaitu 400 gram. Petani menyatakan bahwa dengan kemasan 400 gram sudah memudahkan petani dalam penggunaannya karena satu kemasan bisa digunakan langsung untuk sekali penyemprotan. Namun sebagian petani masih kurang puas dengan kemasan yang diberikan. Sebagian petani mengharapkan kemasan dengan ukuran lebih besar. Petani beranggapan jika ukuran kemasan lebih besar maka harga fungisida bisa sedikit lebih murah. Namun, kemasan bagi



petani tidak mempengaruhi kegiatan dalam budidaya kentang, sehingga ukuran kemasan bukan menjadi hal penting bagi petani.

Begitu juga dengan cara penggunaan. Cara penggunaan fungisida sudah tertera dengan jelas pada kemasan, namun kinerja yang dirasakan petani masih kurang. Hal ini dikarenakan takaran yang dianjurkan pada kemasan dirasakan petani masih kurang. Jika mengikuti anjuran tersebut maka tidak berpengaruh terhadap tanaman. Cara penggunaan juga dirasa kurang penting bagi petani karena petani beranggapan bahwa cara menggunakan fungisida sama dengan menggunakan fungisida yang lain. Sehingga petani mengandalkan pengalaman dalam menggunakan fungisida.

Atribut lain yang masuk ke dalam kuadran ini adalah harga. Harga dirasakan kurang penting bagi petani karena petani hanya ingin mendapatkan kualitas yang bagus. Petani menyatakan jika harga murah tetapi kualitas kurang bagus maka akan menimbulkan kerugian yang besar karena gagal panen. Oleh karena itu beberapa petani tidak memperhatikan harga.

Kuadran D

Kuadran D merupakan kuadran yang kinerja atributnya dianggap berlebihan oleh petani. Namun, tingkat kepentingan dari atribut ini dianggap rendah oleh petani. Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini tidak perlu dilakukan perbaikan maupun peningkatan kinerja. Atribut tersebut adalah informasi bahan aktif, masa kadaluarsa, dan nama perusahaan.

Informasi kandungan bahan aktif tertera sangat jelas pada kemasan. Sebagian besar petani menganggap bahwa kandungan bahan aktif yang tercantum pada kemasan tidak penting. Hal ini dikarenakan petani hanya memperhatikan kualitas atau kemampuan fungisida terhadap tanaman. Petani tidak memperhatikan bahan yang terkandung pada fungisida karena petani percaya kepada toko pertanian yang sudah merekomendasikan. Namun, tidak sedikit petani memperhatikan dan menganggap penting adanya informasi kandungan bahan aktif. Petani yang menganggap penting merasa bahwa kandungan bahan aktif sangat berpengaruh terhadap tanaman. Kinerja yang dirasakan yaitu bahwa informasinya sudah sangat jelas dan sesuai dengan harapan petani.



Sama halnya dengan informasi kandungan bahan aktif, bahwa masa kadaluarsa memiliki kinerja yang berlebihan. Petani tidak memperhatikan dan tidak menganggap penting adanya masa kadaluarsa. Petani membeli fungisida setiap musim tanam. Jika berganti musim tanam maka petani akan menyediakan fungisida yang baru, namun tetap menggunakan sisa dari musim tanam sebelumnya. Sehingga masa kadaluarsa dianggap kurang penting bagi petani. Namun, kinerja dari fungisida Curzate 8/64 WP sudah sangat melebihi harapannya. Petani meyakinkan bahwa fungisida Curzate 8/64 WP dapat digunakan kapan saja jika kemasan fungisida tidak terbuka. Hal ini dibuktikan oleh beberapa petani yang pernah kelebihan persediaan dalam satu musim tanam.

Nama perusahaan dirasakan kurang penting oleh sebagian besar petani. Petani yang masuk ke dalam golongan ini adalah petani yang percaya rekomendasi dari toko pertanian maupun teman sesama petani. Petani hanya melihat hasil yang dirasakan teman sesama petani. Jika kualitasnya bagus dan sesuai harapan, petani akan menggunakan fungisida tersebut. Petani tidak begitu memperhatikan perusahaan yang memproduksinya. Begitu juga dengan nama dagang. Perusahaan tidak perhatikan nama dagang karena petani sudah percaya dengan toko pertanian yang selalu merekomendasikan produk yang sama. Namun, kinerja nama perusahaan dan nama dagang sudah sangat sesuai, yaitu perusahaan yang sangat terkenal dan nama dagang yang sangat mudah untuk diingat.

5.4.2. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Kepuasan petani terhadap penggunaan fungisida Curzate 8/64 WP diukur dengan menggunakan metode analisis CSI. Pada metode ini tingkat kepuasan petani dapat diketahui dengan melihat kepentingan dan kinerja dari atribut produk. Dengan atribut ini dapat dilihat keseluruhan kepuasan dari semua atribut. Perhitungan dengan metode CSI dapat dilihat pada Tabel 18.



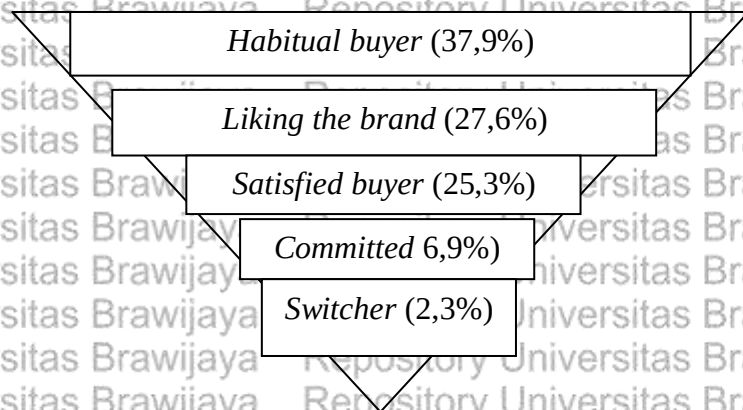
Tabel 12. Perhitungan Nilai Customer Satisfaction Index

Dimensi	Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Factors (WF)	Weight Score (WS)
Kinerja	Keampuhan produk	4,73	3,43	0,11	0,39
	Ciri-ciri	2,70	2,75	0,06	0,18
Keandalan	dan Variasi kemasan	4,45	4,33	0,11	0,46
	Fungisida tidak mudah mengendap	3,85	3,43	0,09	0,32
	Tidak ada efek samping pada tanaman	3,48	4,43	0,08	0,37
Estetika	Informasi kandungan bahan aktif	3,20	3,73	0,08	0,29
	Cara penggunaan	3,10	3,95	0,07	0,29
Daya tahan	Masa kadaluarsa	4,50	4,80	0,11	0,52
	Serviceability	4,78	3,30	0,11	0,38
Kualitas yang dipersepsikan	Harga	3,65	4,30	0,09	0,38
	Nama dagang	3,20	4,65	0,08	0,36
Total		41,63			3,93
Customer Satisfaction Index			78,57		

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan pada Tabel 18 menunjukkan bahwa hasil indeks kepuasan petani terhadap fungisida Curzate 8/64 WP sebesar 78,57%. Nilai kepuasan 78,57% masuk ke dalam rentang nilai 66% hingga 88%. Artinya secara umum petani merasa puas terhadap kinerja dari keseluruhan atribut fungisida Curzate 8/64 WP. Sisanya sebesar 21,43% petani kentang masih belum puas terhadap atribut dari fungisida Curzate 8/64 WP. Tingkat kepuasan petani masuk pada kriteria puas masih belum cukup. Perusahaan perlu meningkatkan kepuasan petani hingga 100% agar petani merasa sangat puas. Untuk itu berdasarkan diagram kartesius, perusahaan perlu meningkatkan kinerja atribut yang masih rendah.

5.5. Tingkat Loyalitas Petani Kentang terhadap Fungisida Curzate 8/64 WP



Gambar 9. Tingkatan loyalitas petani hasil penelitian Berdasarkan hasil penelitian bahwa tingkatan loyalitas petani terhadap fungisida Curzate 8/64 WP urutan terendah pada tingkatan *switcher buyer*, *committed buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *habitual buyer* yang dapat dilihat pada Gambar 9. Berikut penjelasan dari masing-masing tingkatan :

Switcher buyer merupakan tingkatan loyalitas petani yang mudah berganti merek lain karena faktor harga yang murah. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *switcher buyer* berada pada tingkatan paling bawah yaitu hanya sebesar 2,3%. Rata-rata petani pada tingkatan ini masuk dalam rentang skala 1,80 - 2,56 yaitu 1,85. Secara keseluruhan petani di Desa Sumberbrantas tidak setuju dengan berganti merek karena harga yang murah. Petani tidak mudah terpengaruh terhadap harga yang murah karena petani lebih memperhatikan kualitas produk. Petani memilih menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP juga bukan karena faktor harga, tetapi karena kualitas yang dimiliki Curzate 8/64 WP lebih baik. Hasil penelitian pada tingkatan *switcher buyer* sesuai dengan teori Durianto, dkk, 2001 bahwa *switcher buyer* berada pada tingkatan paling bawah atau terendah. Dengan demikian hasil tersebut sangat menguntungkan bagi perusahaan dan memberikan harapan yang baik bagi pemasaran fungisida Curzate 8/64 WP.

Committed buyer merupakan tingkatan loyalitas petani yang sudah setia dan memiliki kebanggaan dengan merek fungisida Curzate 8/64 WP hingga sampai merekomendasikan dan mempromosikan kepada orang lain. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pada tingkatan *committed buyer* menjadi urutan terendah kedua dari bawah yaitu sebesar 6,9%. Rata-rata petani pada tingkatan ini yaitu



1,95. Skor tersebut masuk ke dalam rentang skala 1,80 - 2,56. Artinya petani di Desa Sumberbrantas tidak setuju menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP hingga merekomendasikan ke orang lain. Petani yang masuk kedalam tingkatan ini hanya sebagian kecil. Pada umumnya petani hanya menggunakan saja tanpa merekomendasikan karena fungisida yang digunakan mengikuti saran dari toko pertanian. Sehingga setiap petani pasti mengetahui fungisida yang digunakan oleh setiap petani. Petani lebih banyak bertukar pikiran terhadap campuran fungisida Curzate 8/64 WP. Tingkatan *committed buyer* yang berada ditingkat kedua terendah tidak sesuai dengan teori Durianto. Menurut Durianto, dkk (2001) bahwa tingkatan *committed buyer* seharusnya berada pada tingkatan paling atas. Gambar tingkatan loyalitas menurut Durianto dapat dilihat pada Gambar 5.

Satisfied buyer merupakan tingkatan loyalitas petani yang merasa puas dengan fungisida Curzate 8/64 WP. Berdasarkan hasil penelitian bahwa petani yang merasa puas terhadap kualitas fungisida Curzate 8/64 WP yaitu 25,3% dengan rata-rata 3,70. Skor tersebut masuk ke dalam rentang skala 3,40 - 4,19 yang masuk ke dalam kriteria puas. *Satisfied buyer* berada pada tingkat ketiga, hal ini sesuai dengan teori Durianto bahwa *satisfied buyer* berada pada tingkat ketiga. Petani yang masuk kedalam kategori ini menilai bahwa kualitas fungisida sudah cukup sesuai dengan harapannya sehingga petani merasakan kepuasan.

Liking the brand merupakan tingkat loyalitas dimana petani benar-benar menyukai merek fungisida Curzate 8/64 WP. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 27,6% petani benar-benar menyukai merek fungisida Curzate 8/64 WP. Petani sangat puas dengan hasil yang dirasakan setelah menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP. Alasan petani benar-benar menyukai fungisida Curzate 8/64 WP karena dengan dua bahan aktif yaitu kontak dan sistemik dapat mengurangi jamur *Phytophthora infestan*. Menurut pernyataan petani bahwa fungisida Curzate 8/64 WP sudah seperti kebutuhan yang wajib ada dan kualitasnya lebih bagus. Tingkatan ini sesuai dengan teori Durianto bahwa *liking the brand* berada pada tingkat keempat setelah *satisfied buyer*.

Habitual buyer merupakan tingkat loyalitas yang berada dua terendah dari bawah, dimana petani yang masuk ke dalam tingkatan ini adalah yang telah terbiasa. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 37,9% petani masuk ke dalam



tingkatan *habitual buyer*. Petani sudah terbiasa sejak lama menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP dan tidak merasa kecewa. Jumlah *habitual buyer* paling banyak berdasarkan hasil penelitian. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori Durianto bahwa tingkat *habitual buyer* seharusnya pada tingkatan kedua setelah *switcher buyer* dan pas sebelum *satisfied buyer*.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa tingkat loyalitas petani terhadap fungisida Curzate 8/64 WP tidak sesuai dengan teori Durianto. Pada teori Durianto urutan tingkatan loyalitas petani yaitu mulai dari *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*. Pada kenyataannya bahwa *habitual buyer* dan *committed buyer* berada pada urutan kedua dari bawah. *Habitual buyer* berada pada tingkatan teratas karena petani menggunakan fungisida karena keterbatasan produk. Fungisida yang beredar di toko pertanian Desa Sumberbrantas beranekaragam. Tetapi hanya dibatasi oleh beberapa produk dari perusahaan tertentu. Toko pertanian bekerjasama dengan perusahaan agar fungisida yang dipasarkan banyak terjual. Sehingga petani dalam menggunakan fungisida hanya bisa menggunakan fungisida dengan merek tertentu. Meskipun petani tidak merasa kecewa dan terus menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP hingga terbiasa, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk agar petani tidak hanya terbiasa tetapi sangat menyukai merek tersebut. Sehingga tingkatan *habitual buyer* bisa lebih rendah dari *satisfied buyer* dan *liking the brand*. Begitu juga dengan *committed buyer* bahwa perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya agar petani bisa benar-benar terikat dengan merek hingga terus merekomendasikan kepada orang lain.



VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses pengambilan keputusan petani dalam menggunakan produk dimulai dengan adanya kebutuhan yaitu serangan penyakit yang berbeda setiap musim tanam. Permasalahan tersebut mendorong petani melakukan pencarian informasi melalui teman, orangtua, toko pertanian, dan perusahaan untuk mencari fungisida yang tepat. Dengan begitu petani mengevaluasi setiap informasi yang diterima. Sehingga petani memutuskan memilih fungisida Curzate 8/64 WP dengan dua bahan aktif yang berbeda cara kerja. Hasilnya petani merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.
2. Secara keseluruhan dengan menggunakan perhitungan CSI didapatkan hasil sebesar 78,57% yang menunjukkan bahwa petani kentang di Desa Sumberbrantas puas dengan fungisida Curzate 8/64 WP karena sebagian besar atribut sudah sesuai dengan harapan petani, dimana tingkat kesesuaian antar kinerja dan kepentingan produk sebesar 109,77%.
3. Secara keseluruhan tingkatan loyalitas petani terhadap fungisida Curzate 8/64 WP masuk pada tingkatan *habitual buyer* sebesar 37,9%. Hasil tersebut tidak sesuai dengan teori karena seharusnya tingkatan loyalitas teratas adalah *committed buyer*. Hal tersebut terjadi karena petani menggunakan fungisida Curzate 8/64 WP berdasarkan keterbatasan ketersediaan produk di toko pertanian sehingga terbiasa menggunakannya tetapi tidak sampai merekomendasikan ke orang lain.

6.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran yaitu bagi produsen fungisida Curzate 8/64 WP sebaiknya dilakukan perbaikan pada atribut yang masuk ke dalam kuadran A yang terdiri dari kemampuan produk dan adanya efek samping dalam penggunaan. Hal tersebut dikarenakan atribut yang



masuk kedalam kuadran A merupakan atribut yang dianggap sangat penting bagi petani. Dengan begitu kinerja atribut akan meningkat dan kepuasan petani juga meningkat. Sehingga petani bisa masuk ke dalam tingkatan *liking the brand* hingga *committed buyer*.



DAFTAR PUSTAKA

- Asgar, A. (2013) 'Umbi Kentang (*Solanum tuberosum* L.) Medium Mempunyai Harapan untuk Keripik', (9), pp. 32–35.
- Diyahya, I. and Sukiyono, K. (2016) 'Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko Analysis of Satisfaction Level Corn Farmers to Their Marketing Institution Services in Subdistrict of Lubuk Pinang District of Mukomuko', *Agrisep*, 16(1), pp. 45–58.
- Djojokusumarto, P. (2008) *Pestisida dan Aplikasinya*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Durianto, D., Sugiarto and Sitinjak, T. (2001) *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, Blackwell and Miniard (1994) *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaputra Aksara.
- Hutabarat, T. G., Sumaryo, G. and Situmorang, S. (2013) 'Analisis Loyalitas Petani terhadap Benih Padi Unggul di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah', *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 1(3), pp. 210–217.
- Komisi Pestisida (2016) *Pestisida Pertanian dan Kehutanan Tahun 2016*. Jakarta.
- Kotler and Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmud (2011) *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Munisi, S. (2015) 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang', 2(1), pp. 1–16.
- Mustikarini, F. and Simanjuntak, M. (2014) 'Kepuasan dan Loyalitas Petani Padi Terhadap Pestisida', 7(2), pp. 93–102.
- Nurmalina, R. (2015) 'Pest Control Operator Pada Pt Bayer Indonesia Analysis the Impact of Product Quality and Customer Service on Satisfaction and Loyalty of Pest Control Operators in Pt Bayer Indonesia', *Widyariset*, 18(1), pp. 1–12.
- Permasih, J., Widjaya, S. and Kalsum, U. (2014) 'Proses Pengambilan Keputusan dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Benih Jagung Hibrida oleh Petani di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu', 2(4), pp. 372–381.



Prasastono, N. and Pradapa, S. (2012) 'Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi', XI(2), pp. 13–23.

Sangadji and Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Setiadi and Nurulhuda (1993) *Kentang, Varietas, dan Pembudidayaan*. Jakarta: PT.Penebar Swadaya.

Shofianah, E., Ahmad, F. and Sunarti (2014) 'Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian', 9(1).

Simamora, B. (2002) *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sudarmo, S. (1991) *Pestisida*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R7D*. Bandung: Alfabeta.

Sumardiyono, C. (2008) 'Ketahanan Jamur Terhadap Fungisida Indonesia', *Perlindungan Tanaman Indonesia*, 14(1), pp. 1–5.

Sumarwan (2011) *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2013) *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Susila, B., Sumarwan, U. and Kirbrandoko (2014) 'Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Brand Switching Behavior Minuman Teh dalam Kemasan', 7(3), pp. 193–201.

Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Trisno Musanto (2004) 'Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalita Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6, p. pp.123-136. doi: 10.9744/jmk.6.2.pp. 123-136.

Wicaksana, B., Muhaimin, A. and Koestiono, D. (2013) 'Analisis Sikap dan Kepuasan Petani dalam Menggunakan Benih Kentang Bersertifikat (*Solanum tuberosum* L.)(Kasus di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu)', *Habitat*, 2(3), pp. 184–193.

Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J. and Kunto, S. (2013) 'Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald 's Basuki Rahmat di Surabaya', *Manajemen Pemasaran*, 1(1), pp. 1–12.



Yuantari, M. G. C., Widiarnako, B. and Sunoko, H. R. (2013). 'Tingkat Pengetahuan Petani dalam Menggunakan Pestisida (Studi Kasus di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan)', *Seminar Nasional Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan 2013*, pp. 142–148.