

ANALISIS SIKAP DAN KEPUASAN PETANI DALAM MENGGUNAKAN BENIH PADI VARIETAS LOKAL PANDANWANGI (Studi Kasus di Desa Bunikasih dan Desa Tegallega Kecamatan Warungkondang)

Oleh:

Merry Prafithriasari¹⁾ dan Gina Fathiyakan²⁾

mey.fithria@gmail.com

ABSTRAK

Peningkatan produksi beras Pandanwangi ditunjang oleh berbagai faktor, salah satunya penggunaan benih bermutu (bersertifikat). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) mengidentifikasi karakteristik petani dalam proses pengambilan keputusan, dan (2) menganalisis sikap dan kepuasan petani terhadap penggunaan benih padi varietas lokal Pandanwangi di Desa Bunikasih dan Tegallega. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, multiatribut *Fishbein, Importance and Performance Analysis* (IPA) dan *Costumer Satisfication Index* (CSI). Hasil analisis multiatribut *Fishbein* diperoleh atribut kemudahan dalam akses benih lebih disukai petani karena lokasi penangkar benih dapat dijangkau dan kualitas benih terjamin. Hasil analisis IPA menunjukkan terdapat 12 atribut yang perlu dipertahankan karena memiliki kinerja sangat baik, salah satunya adalah produktivitas benih Pandanwangi. Berdasarkan analisis CSI diperoleh tingkat kepuasan petani sebesar 94% yang berarti petani puas terhadap keseluruhan kinerja atribut-atribut benih padi Pandanwangi.

Kata kunci : Pandanwangi, Sikap, Kepuasan.

ABSTRACT

The increase of pandanwangi rice production can be supported by many factors, such as the quality seed (certified). The purpose of this study was (1) to identify the characteristics of farmers in the decision making process and (2) to analyze the attitude and satisfaction of farmers on the use of pandanwangi rice seeds in two villages, namely Bunikasih and Tegallega. The method of descriptive analysis used in this study are Fishbein Multiattributes, Importance and Performance Analysis (IPA) and Costumer Satisfication Indices (CSI). Fishbein Multiattribute analysis has indicated that the attribute of seed access is the most preferrable by farmers because the location of seed breeder can be easily reached and the warranty of seed quality as well. The results of IPA quadrant showed up 12 attributes that needed to be maintained, because they have very good performance, such as the productivity of pandanwangi rice seed. The CSI analysis shows that the farmers' satisfaction level is 94%, which it means that the farmers are satisfied with the overall performance of pandanwangi rice seeds attributes.

Keywords: Pandanwangi, Attitude, Satisfaction.

¹⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Sains Terapan UNSUR

²⁾ Alumnus Program Studi Agribisnis Fakultas Sains Terapan UNSUR

PENDAHULUAN

Padi merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang banyak dibudidayakan oleh petani sebagai penyuplai pangan nasional dengan produk olahannya berupa bahan makanan pokok sebagian besar penduduk di Indonesia. Kabupaten Cianjur merupakan salah satu penyedia stok pangan nasional

di Jawa Barat dan dikenal sebagai daerah penghasil beras berkualitas baik dengan salah satu Varietas Unggul Lokal yang dimilikinya adalah Pandanwangi (Diperta, 2009).

Pemurnian varietas lokal Padi Pandanwangi telah dilakukan pada tahun 2000 pada kegiatan seleksi varietas di lapangan melalui kerjasama dengan Dinas Pertanian Kabupaten Cianjur dengan Balai

Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB) Provinsi Jawa Barat. Kemudian Tahun 2001 sampai 2003 sertifikasi varietas lokal Padi Pandanwangi dilakukan melalui kegiatan pemurnian dan pemutihan. Setelah proses sertifikasi maka pelepasan varietas unggul dilakukan pada tanggal 17 Maret 2004 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor: 163/Kpts/LB.240/3/2004 tentang Pelepasan Galur Padi Sawah Lokal Pandanwangi Cianjur sebagai Varietas Unggul dengan Nama Pandanwangi.

Dalam membudidayakan padi Pandanwangi, mutu benih menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan dan merupakan salah satu input dasar yang menentukan keberhasilan dalam kegiatan produksi tanaman. Mutu benih adalah hal yang paling penting dalam usaha produksi benih karena mutu dapat merangsang ketertarikan konsumen dan menghasilkan konsumen puas akan benih tersebut. Namun demikian, ketersediaan benih bermutu secara nasional untuk padi hanya sekitar 30% (Baran dan Sri, 2002). Rendahnya persentase kemampuan nasional dalam penyediaan benih terhadap kebutuhan potensial memberikan indikasi masih belum optimalnya kinerja lembaga pendukung industri pembenihan (BPTP, 2011). Hal ini menuntut para produsen maupun penangkar benih untuk dapat meningkatkan ketersediaan benih bermutu dikarenakan adanya permintaan akan benih bermutu semakin meningkat.

Banyaknya faktor yang mendorong petani dalam menggunakan benih bermutu perlu dikaji melalui sikap dan tingkat kepuasan petani benih padi Pandanwangi bermutu. Dengan mengetahui perilaku konsumen tersebut, diharapkan adanya peningkatan jumlah produksi benih Padi Pandanwangi khususnya di Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi karakteristik petani dan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan benih padi varietas lokal Pandanwangi
- 2) Menganalisis sikap dan kepuasan petani terhadap benih padi varietas lokal Pandanwangi.

TINJAUAN PUSTAKA

Karakteristik Padi Pandanwangi

Benih merupakan salah satu faktor produksi pertanian yang menentukan keberhasilan budidaya tanaman. Peningkatan produksi padi Pandanwangi

sangat tergantung pada jenis benih varietas unggul dengan budidaya yang baik. Padi Pandan Wangi adalah beras khas Cianjur yang berasal dari padi bulu varietas Javonica dengan berbagai keunggulan, diantaranya memiliki rasa yang enak, pulen dan beraroma pandan. Selain itu, padi Pandanwangi dikatakan varietas unggul tahan harga (VUTH) sehingga termasuk beras kelas eksklusif dengan harga jual yang cukup tinggi.

Benih varietas unggul diperoleh melalui proses seleksi dan hibridisasi tanaman yang dilakukan oleh lembaga penelitian maupun industri perbenihan swasta atau perorangan. Dengan demikian, mutu benih akan terjaga dan memiliki kemampuan sesuai dengan standar yang ditentukan.

Mutu benih adalah sejumlah atribut dan karakter benih yang ditunjukkan secara individual atau kelompok yang terdiri dari: (1) Mutu Fisik, seperti warna, bentuk, ukuran, bobot, tekstur permukaan, tingkat kerusakan fisik, kebersihan dan keseragaman; (2) Mutu Fisiologis yaitu berkaitan dengan daya hidup benih jika ditumbuhkan atau dikecambahkan baik pada kondisi optimum maupun sub optimum; (3) Mutu Genetik yaitu berkaitan dengan kebenaran dari varietas benih baik secara fenotip maupun genetik; dan (4) Mutu Pathologis yaitu berkaitan dengan ada tidaknya serangan penyakit pada benih serta tingkat serangan (BPTP, 2011).

Atribut Produk

Atribut merupakan karakteristik yang membedakan suatu produk dengan produk yang lainnya serta menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian suatu produk (Simamora, 2008). Keunikan suatu produk dapat dengan mudah menarik perhatian konsumen dilihat dari atribut-atribut yang dimilikinya.

Suatu produk (barang atau jasa) pada dasarnya adalah sekumpulan atribut-atribut yang dapat dibedakan atas ciri-ciri, fungsi dan manfaat. Ciri-ciri dapat berupa ukuran karakteristik, komponen dan bagian-bagiannya, bahan dasar, proses manufaktur, jasa, penampilan, harga, susunan maupun tanda merek (*trademark*). Manfaat dapat berupa kegunaan, kesenangan yang berhubungan dengan panca indra, dan manfaat non material, seperti kesehatan dan penghemat waktu. Manfaat bisa berupa manfaat langsung dan manfaat tidak langsung (Irawati, 2009).

Penentuan atribut suatu produk menurut Kotler (2011) mengacu pada 4P (*Price, Product, Place, Promotion*) yaitu:

- 1) Produk (*Product*), merupakan sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks dari suatu produk yang ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang mereka terima. Termasuk dalam hal ini, pihak pengelola harus dapat membuat perencanaan dan pengembangan suatu produk.
- 2) Harga (*Price*), berkaitan dengan strategi penentuan harga, potongan harga dan pembayaran ongkos angkut.
- 3) Tempat (*Place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.
- 4) Promosi (*Promotion*) merupakan berbagai kegiatan mengkomunikasikan produk yang dihasilkan kepada konsumen sasaran dengan menyampaikan berbagai informasi mengenai suatu produk.

Sikap Konsumen dan Proses Pengambilan Keputusan

Mowen dan Minor dalam Sumarwan (2011) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Kepercayaan tersebut dapat berupa suatu sikap (*attitude*) positif tentang suatu objek yang dirasa dapat memberikan manfaat dari objek tersebut. Lebih lanjut Sumarwan (2011) menjelaskan terdapat tiga komponen sikap, yaitu (1) kognitif atau pengetahuan yaitu sikap yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengamatan, dan informasi yang diperoleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa; (2) afektif atau perasaan yaitu bentuk ekspresi konsumen yang tercermin dari rasa sangat tidak suka sampai sangat suka; dan (3) konatif atau tindakan yang merupakan kecenderungan konsumen dalam melakukan suatu tindakan.

Keputusan setiap konsumen untuk membeli suatu produk pada dasarnya melalui lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan, seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2000) bahwa tahapan pengambilan keputusan terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yaitu statis yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi dapat

disimpulkan bahwa produk atau jasa yang dapat memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat yang cukup tinggi. Dengan demikian, kepuasan konsumen adalah kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk dan sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Irawan, 2007; Rustanti, 2016).

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Bunikasih dan Tegallega Kecamatan Warungkondang, Kabupaten Cianjur. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa kedua desa tersebut merupakan daerah sentra produksi beras Pandanwangi yang menggunakan benih padi varietas lokal Pandanwangi bermutu di Kabupaten Cianjur. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari - Maret 2017.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif (deskriptif) maupun kuantitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dan pengisian kuesioner yang diajukan kepada petani Pandanwangi. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2007). Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan penangkar benih Pandanwangi, petani Pandanwangi, petugas dari Balai Benih dan Kebun Produksi Sukamulya (BBKPS) di Kecamatan Warungkondang.

Data sekunder yang digunakan merupakan data penunjang penelitian yang diperoleh melalui instansi-instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik dan Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Cianjur serta situs resmi departemen terkait. Selain itu, data tambahan diperoleh melalui buku-buku, majalah, media massa, media komunikasi dan penelitian terdahulu.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan *Sensus Sampling* sebanyak 30 orang petani yang berada di Desa

Bunikasih dan Tegallega dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2003), dengan syarat yang dapat dijadikan sampel adalah penangkar dan petani padi Pandanwangi yang cukup lama menggunakan benih padi bermutu di Desa Tegallega dan Desa Bunikasih.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan alat analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik petani responden dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan benih Pandanwangi bermutu.

Analisis kuantitatif dilakukan dengan tiga tahapan yaitu, (1) menggunakan alat analisis

multiatribut *Fishbein* untuk mengukur sikap konsumen terhadap atribut benih atau produk, (2) analisis *Important Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menilai kepentingan dan kinerja setiap atribut benih varietas lokal padi Pandanwangi berdasarkan pendapat responden dan (3) analisis *Costomers Satisfaction Indeks* (CSI) digunakan untuk mengukur kepuasan petani secara menyeluruh terhadap benih padi varietas lokal Pandanwangi bermutu berdasarkan tingkat kinerja dan kepentingan keseluruhan atribut. Adapun atribut-atribut benih yang akan diuji dalam penelitian ini tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Atribut Produk dari Benih Padi Pandanwangi

No.	Atribut Produk	No.	Atribut Produk
A. Produk		B. Harga	
1	Produktivitas	13	Harga jenis malai
2	Tahan Hama	14	Harga kemasan
3	Umur Tanaman	C. Tempat	
4	Daya Tumbuh	15	Kemudahan dalam akses benih
5	Efisiensi penggunaan pupuk	16	Stok benih (ketersediaan)
6	Daya Simpan	D. Promosi	
7	Kualitas kemasan	17	Ketersediaan demplot di lapangan
8	Jenis Varietas	18	Tingkat promosi brosur/leaflet
9	Ukuran Benih		
10	Tanggal kadaluarsa		
11	Ketahanan terhadap penyakit		
12	Label benih		

Sumber : Rusyadi, 2014 (dengan perubahan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Petani responden terdiri dari 90% laki-laki dan 10% perempuan dengan 37% berusia di atas 50 tahun. Jumlah anggota keluarga responden rata-rata 4-5 orang dan memegang peranan penting dalam memberikan pengaruh untuk mengambil keputusan dalam pembelian dan pemakaian benih padi pandanwangi. Tingkat pendidikan responden sebagian besar (73%) lulusan SD dengan tingkat pendapatan di luar bertani Padi Pandanwangi per bulan pada umumnya >Rp. 2.000.000.

Dilihat dari pengalaman bertani, sebanyak 83% petani responden telah melakukan usaha budidaya Padi Pandanwangi selama 20 tahun dengan status lahan milik sendiri (53%). Luas lahan yang digarap

berkisar antara 10.000 m² – 30.000 m² dengan jumlah panen dalam satu tahun sebanyak dua kali.

Proses Keputusan Pembelian Benih Padi Pandanwangi

Tahap Pengenalan Kebutuhan

Pada tahap pengenalan kebutuhan, pembelian dimulai ketika pembeli mengenali kebutuhannya terlebih dahulu. Pada tahap ini, petani responden termotivasi membudidayakan padi Pandanwangi untuk memperoleh keuntungan. Petani menilai bahwa penggunaan benih padi varietas Pandanwangi bermutu sangat penting, dengan harapan dapat menghasilkan panen dengan kualitas yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rusyadi (2014) bahwa petani termotivasi untuk bertani padi karena

secara umum petani ingin mendapatkan keuntungan dengan menggunakan benih bermutu.

Tahap Pencarian Informasi

Sumber informasi mengenai benih padi Pandanwangi umumnya diperoleh petani melalui Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) dan Kelompok Tani. Sumber informasi ini dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk budidaya dengan menggunakan benih padi varietas Pandanwangi bermutu. Selain itu, sumber informasi lainnya yang diperoleh petani berasal dari penangkar benih secara langsung. Berdasarkan pengakuan dari petani responden, sumber informasi dari penangkar benih lebih dipercaya dibandingkan dengan informasi yang bersumber dari PPL. Hal ini dikarenakan adanya jaminan kualitas benih yang dihasilkan dari penangkar mampu meningkatkan hasil panen yang lebih baik.

Tahap Evaluasi Alternatif

Kumpulan informasi yang telah diperoleh akan menghasilkan alternatif pemecahan masalah berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu produk atau jasa. Berdasarkan hasil evaluasi, secara umum hal utama yang dipertimbangkan petani dalam menggunakan atau membeli benih padi varietas Pandanwangi bermutu adalah produktivitas (hasil panen) yang tinggi, benih mudah didapatkan (ketersediaan benih terjamin), tahan terhadap hama dan penyakit dan harga benih yang terjangkau.

Tahap Keputusan Pembelian

Tahap keputusan pembelian adalah membeli produk yang sering dibeli atau paling disukai oleh petani responden. Pada tahap ini banyak yang dipertimbangkan oleh petani dalam proses pengambilan keputusan benih padi varietas Pandanwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani responden membeli benih secara terencana dengan intensitas pembelian disesuaikan dengan waktu penanaman yang dilakukan dua kali dalam setahun. Pembelian benih padi Pandanwangi dilakukan langsung kepada penangkar dengan pertimbangan jarak tempuh dari rumah petani responden ke tempat pembelian (penangkar benih) cukup dekat, yaitu berkisar 1-5 km. Harga benih padi Pandanwangi yang dijual oleh penangkar maupun dari Balai Penelitian Pertanian (BPP) per 5 kg benih Pandanwangi berbeda-beda dengan kisaran harga

mulai dari Rp.90.000–Rp.125.000 dalam bentuk kemasan dan Rp.50.000 – Rp.75.000 berupa malai.

Tahap Evaluasi setelah Pembelian

Setelah pembelian produk, selanjutnya adalah tahap evaluasi, yaitu penilaian apresiasi kepuasan dan ketidakpuasan berdasarkan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Petani responden merasa puas terhadap benih padi Pandanwangi yang digunakannya dilihat dari manfaat yang diperolehnya, diantaranya produktivitas (hasil panen) yang tinggi yaitu 5–6 ton/ha, kualitas benih terjamin, tahan terhadap hama dan penyakit, benih didapat dari orang yang terpercaya dan harga benih cukup terjangkau. Akan tetapi, jika terjadi kelangkaan benih dan harga benih cenderung naik, sebagian petani responden lebih memilih menangkarkan benih sendiri dan menunggu tersedianya benih sampai harga kembali normal. Sedangkan petani responden yang memilih untuk tetap membeli benih dari penangkar maupun BPP dikarenakan telah merasakan manfaat dari kualitas benih tersebut.

Analisis Sikap Petani terhadap Benih Padi Pandanwangi dengan Model Multiatribut Fishbein

Analisis sikap terhadap penggunaan benih padi Pandanwangi terdiri dari 18 atribut benih seperti tercantum pada Tabel 1 dengan menggunakan Model Multiatribut *Fishbein*. menunjukkan bahwa sikap terhadap objek. Model ini menggambarkan produk tertentu dinilai baik atau buruk oleh konsumen berdasarkan atribut-atribut yang dievaluasi terlebih dahulu (Insani dan Rita, 2014). Analisis sikap petani responden terhadap benih padi Pandanwangi didapatkan dengan mengalikan skor kepercayaan atribut (bi) dengan skor evaluasi kepentingan (ei) dari masing-masing atribut. Kemudian menjumlahkan hasil dari setiap perkalian tersebut. Semakin besar total skor sikap maka produk tersebut semakin dapat memenuhi harapan dan kebutuhan petani.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 30 petani responden, perlu dilakukan penilaian untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepentingan atribut benih dapat memenuhi kebutuhan responden. Hasil perhitungan dengan model sikap multiatribut *Fishbein* (Lampiran 1, 2 dan 3) menunjukkan tingkat kesukaan responden terhadap atribut benih padi Pandanwangi yang dikelompokkan kedalam 4P (*Product, Price, Place,*

Promotion) yaitu memiliki skor sikap sebesar 45,49. Nilai tersebut berada pada rentang skor 28,80 – 57,88 yang menunjukkan bahwa sikap responden terhadap atribut benih padi Pandanwangi sangat disukai oleh petani responden. Penilaian sikap petani terhadap atribut benih berdasarkan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) diuraikan sebagai berikut:

Atribut pada Product (Produk)

Nilai sikap rata-rata petani terhadap atribut produktivitas (3,05), tanggal kadaluarsa (3,0) dan label benih lebih (3,14) lebih disukai (pada skala maksimal 4) dibandingkan dengan atribut lainnya seperti umur tanaman (1,02) dan tahan hama (1,42). Secara keseluruhan, petani responden menilai atribut *product* cukup tinggi yaitu 2,49. Hal ini menunjukkan bahwa sikap responden terhadap produktivitas (hasil panen) sangat positif karena mampu menghasilkan panen sampai 7 ton/ha. Meskipun demikian, peran masa tanggal kadaluarsa benih perlu diperhatikan karena benih hanya dapat bertahan selama 6 bulan.

Jika lebih dari waktu tersebut, produktivitas (hasil panen) tidak maksimal dan rentan terhadap gagal panen. Sikap positif juga ditunjukkan pada atribut label benih padi pandanwangi dari penangkar karena benih yang dihasilkan telah melalui kegiatan seleksi varietas di lapangan melalui kerjasama dengan Dinas Pertanian Kabupaten Cianjur dan Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB). Sehingga, petani menilai bahwa label benih padi pandanwangi ini sudah sesuai standar.

Atribut pada Price (Harga)

Nilai sikap rata-rata terhadap atribut harga jenis malai lebih disukai (2,30) dibandingkan dengan harga per kemasan (0,71). Petani responden lebih memilih harga jenis malai yang berkisar pada Rp. 50.000 – Rp.75.000 per 5 kg karena harga tersebut dinilai sangat terjangkau di kalangan petani.

Atribut pada Place (Tempat)

Nilai sikap rata-rata terhadap atribut kemudahan dalam akses benih (3,41) dan ketersediaan benih (3,3) menunjukkan bahwa petani responden menyukai kedua atribut tersebut. Artinya, kedua atribut tersebut dirasa penting oleh petani karena menurut petani keberadaan penangkar benih sangat memudahkan dalam mengakses benih padi

pandanwangi. Disamping itu, jarak yang ditempuh untuk mendapatkan benih dapat dijangkau oleh petani responden. Meskipun demikian, terdapat permasalahan lain yaitu terbatasnya jumlah petani penangkar benih padi pandanwangi yang menyebabkan ketersediaan benih tidak selalu ada.

Atribut pada Promotion (Promosi)

Nilai sikap rata-rata untuk atribut promosi melalui brosur/leaflet (3,41) lebih disukai petani responden dibandingkan dengan promosi melalui demplot di lapangan (2,49). Hal tersebut dikarenakan informasi yang dibuat secara tertulis mengenai kualitas benih padi pandanwangi lebih mudah tersampaikan tidak hanya kepada petani pandanwangi tetapi masyarakat pada umumnya. Sehingga, diharapkan semakin banyak petani maupun masyarakat umum yang tertarik untuk menanam padi pandanwangi.

Penilaian Kinerja dan Tingkat Kepentingan Atribut Benih Padi Pandanwangi dengan Metode Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut mana saja yang memiliki nilai tingkat kepentingan (Lampiran 4) dan kinerja (Lampiran 5) yang telah sesuai dengan harapan dari petani pandanwangi. Berdasarkan hasil analisis IPA diketahui terdapat beberapa atribut menunjukkan tingkat kepentingan dan kinerja yang berbeda-beda seperti tercantum pada Tabel 2. Secara keseluruhan, atribut benih padi pandanwangi terbagi ke dalam tiga kuadran, yaitu kuadran II, III dan IV dengan sebaran atribut dapat dilihat pada Gambar 1.

Kuadran Pertama (Prioritas Utama)

Kuadran pertama merupakan area ketidakpuasan konsumen, dalam hal ini petani pandanwangi. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap penting oleh petani, namun kinerjanya masih rendah. Pada kuadran I tidak ada atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan tingkat kinerja rendah untuk diperbaiki.

Kuadran Kedua (Pertahankan Prestasi)

Kuadran kedua merupakan area untuk mempertahankan atribut, karena atribut-atribut yang ada didalamnya memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi, sehingga memberikan

tingkat kepuasan yang diinginkan oleh petani responden. Pada kuadran ini terletak atribut produktivitas, umur tanaman, daya tumbuh, efisiensi penggunaan pupuk, daya simpan, kualitas kemasan, ukuran benih, ketahanan terhadap penyakit, label benih, kemudahan dalam akses benih, harga kemasan, stok benih (ketersediaan benih), ketersediaan demplot di lapangan dan tingkat promosi brosur/leaflet dianggap penting dan memuaskan bagi petani responden. Petani menilai bahwa padi pandanwangi memiliki produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan benih padi varietas lain. Demikian pula label benih dari penangkar yang sudah melalui kegiatan seleksi varietas dinilai petani telah sesuai standar. Keseluruhan atribut yang terdapat dalam kuadran ini menjadi keunggulan dari benih padi pandanwangi, sehingga kinerja dan kualitasnya perlu dipertahankan

Kuadran Ketiga (Prioritas Rendah)

Kuadran ketiga merupakan area yang menunjukkan persepsi dan harapan sama-sama rendah, artinya atribut yang berada pada kuadran III merupakan atribut dengan tingkat kepentingan rendah dan kinerja rendah. Atribut-atribut tersebut

adalah tanggal kadaluarsa dan harga jenis malai. Menurut petani masa kadaluarsa benih padi varietas pandanwangi ini cukup lama yaitu 6 bulan. Berdasarkan Standar Nasional Indonesia, SNI-01-6233.4-2000 tentang Standar Benih Padi kelas benih Penjenis (BS) menyebutkan bahwa masa kadaluarsa benih padi paling lama yaitu 6-9 bulan dengan syarat penyimpanan benih di dalam *cooled storage*. Oleh karena itu, kedua atribut dalam kuadran III memiliki prioritas yang rendah untuk diperbaiki.

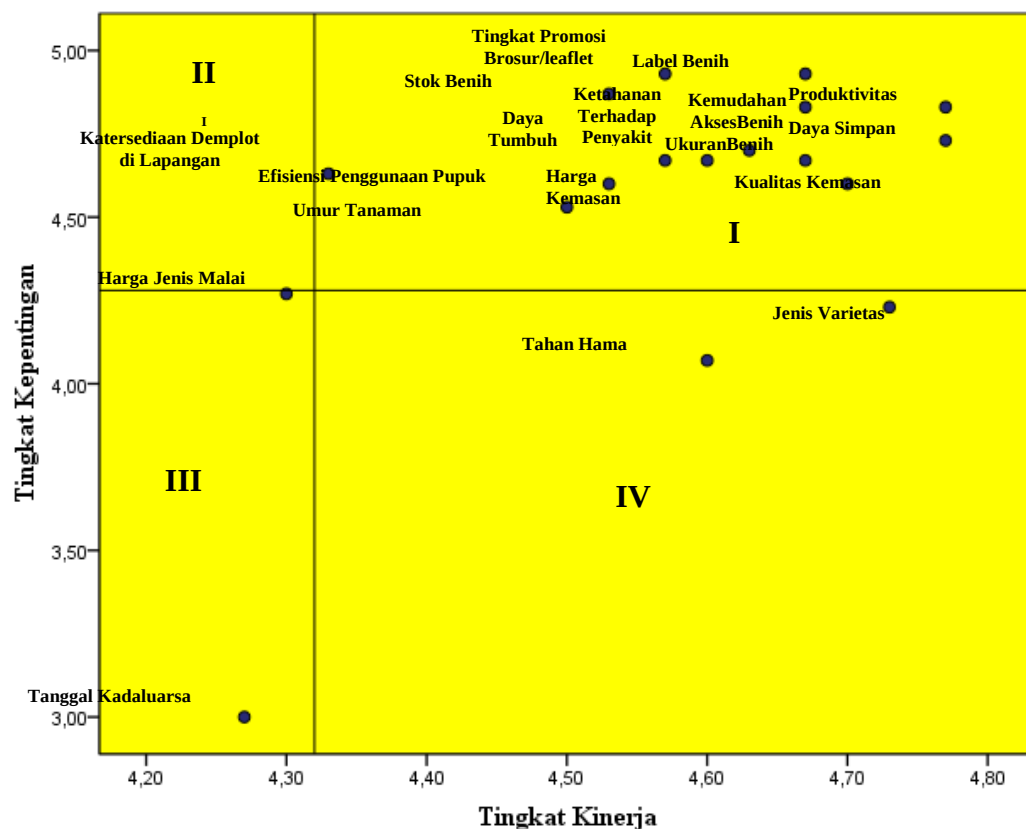
Kuadran Keempat (Berlebihan)

Atribut-atribut dalam kuadran ini adalah atribut yang memiliki tingkat kepentingan rendah namun memiliki kinerja yang baik. Atribut tersebut adalah jenis varietas dan ketahanan terhadap hama. Menurut petani penggunaan jenis varietas lokal pandanwangi bermutu dapat menghasilkan bibit yang sehat dengan akar yang banyak, perkecambahan dan pertumbuhan yang seragam dan memperoleh hasil yang tinggi. Selain itu, penggunaan benih padi varietas pandanwangi bermutu diharapkan dapat mengatasi padi pandanwangi yang rentan terhadap hama keong, wereng coklat dan walang sangit.

Tabel 2. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Benih Padi Pandanwangi

No	Atribut	Kepentingan (X)	Kinerja (Y)
1	Produktivitas	4,83	4,77
2	Tahan Hama	4,07	4,60
3	Umur Tanaman	4,53	4,50
4	Daya Tumbuh	4,67	4,57
5	Efisiensi Penggunaan pupuk	4,60	4,53
6	Daya Simpan	4,73	4,77
7	Kualitas Kemasan	4,60	4,70
8	Jenis Varietas	4,23	4,73
9	Ukuran Benih	4,67	4,67
10	Tanggal Kadaluarsa	3,00	4,27
11	Ketahanan Terhadap Penyakit	4,70	4,63
12	Label Benih	4,93	4,67
13	Harga Jenis Malai	4,27	4,30
14	Harga Kemasan	4,67	4,60
15	Kemudahan dalam akses Benih	4,83	4,67
16	Stok Benih(Ketersediaan Benih)	4,87	4,53
17	Ketersediaan Demplot di Lapangan	4,63	4,33
18	Tingkat Promosi Brosur/Leaflet	4,93	4,57
Total		77,16	77,88
Sumbu Y		4,28	
Sumbu X			4.32

Sumber : Data primer (diolah), 2017



Gambar 1. Grafik *Scatterplot* Atribut Benih Padi Pandanwangi dengan Metode IPA

Kepuasan Petani terhadap Benih Padi Pandanwangi

Analisis kepuasan petani terhadap benih padi pandanwangi dilakukan dengan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan petani pada tahap sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas atau netral, puas, dan sangat puas. Perhitungan nilai CSI pada benih padi pandanwangi dimulai dengan menentukan *Weight Factor* yang telah diperoleh dari nilai rata-rata kepentingan setiap atribut dibagi dengan total keseluruhan tingkat kepentingan atribut. Nilai *Weight Factor* digunakan untuk menghitung nilai *Weight Score*. Nilai *Weight Score* diperoleh dari hasil perkalian antara *Weight Factor* dengan nilai rata-rata kinerja tiap atribut atau disebut *Mean Satisfaction Score* (MSS). Nilai indeks kepuasan konsumen diperoleh dari total *Weight Score* atau disebut *Weight Average Score* dibagi skala maksimum yang digunakan (5) dan dikalikan dengan 100 persen

(Lampiran 6). Hasil perhitungan analisis CSI pada benih padi pandanwangi diperoleh skor sebesar 94% yang termasuk dalam rentang skala $80\% < \text{CSI} < 100\%$ yang berarti petani sangat puas terhadap kinerja yang ada pada atribut-atribut benih padi pandanwangi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden dan Proses Pengambilan Keputusan adalah:
 - 1) Petani responden terdiri dari 27 orang laki-laki dan 3 orang perempuan dengan berusia di atas 50-59 tahun dengan tingkat pendidikan sebagian besar adalah tamatan SD atau sederajat. Tingkat pendapatan responden diluar bertani padi Pandanwangi per bulan pada umumnya >Rp.2.000.000 karena responden sebagian besar

menetapkan bertani sebagai pekerjaan utama. Petani responden telah melakukan usaha budidaya padi pandanwangi < 20 Tahun, dengan status lahan milik sendiri. Lahan yang digarap sebagian besar petani > 1 ha dengan budidaya dan panen dalam satu tahun sebanyak 2 kali.

- 2) Proses pengambilan keputusan pembelian benih padi pandanwangi yaitu pada tahap pengenalan kebutuhan secara umum petani termotivasi untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan benih pandanwangi bermutu. Pada tahap pencarian informasi, petani mendapatkan informasi tentang benih padi Pandanwangi dari BPP, ketua kelompok tani dan penangkar benih secara langsung. Pada tahap evaluasi alternatif, hal utama yang dipertimbangkan petani adalah produktivitas (hasil panen) yang tinggi, sehingga diperlukan benih padi pandanwangi bermutu. Pada tahap keputusan pembelian, petani membeli benih padi Pandanwangi secara terencana kepada penangkar benih dengan pertimbangan jarak tempuh dari rumah petani responden cukup dekat berkisar 1 - 5 km. Selanjutnya, pada tahap evaluasi setelah pembelian sebagian besar petani responden merasa puas terhadap benih padi yang digunakannya. Apabila benih yang biasa dipakai tidak tersedia di tempat biasa membeli, maka petani akan menggunakan benihnya sendiri.
2. Sikap petani terhadap atribut benih padi pandanwangi berdasarkan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) menunjukkan bahwa atribut produktivitas, tanggal kadaluarsa, label benih, harga jenis malai, kemudahan dalam akses benih dan tingkat promosi brosur/leaflet memiliki nilai tertinggi. Penilaian terhadap setiap atribut tersebut dapat dijadikan pertimbangan untuk membeli dan menggunakan benih Padi Pandanwangi. Berdasarkan hasil analisis IPA, terdapat 12 atribut benih yang harus dipertahankan karena tingkat kinerja yang baik dan kepentingan yang tinggi, dan tidak ada atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Dari hasil analisis CSI terhadap 18 atribut benih Pandanwangi, diketahui bahwa tingkat kepuasan petani terhadap penggunaan benih pandanwangi

mencapai 94%. Hal ini menunjukkan bahwa petani puas terhadap benih yang digunakannya.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat direkomendasikan antara lain:

- 1) Atribut tahan hama dan harga jenis malai meskipun memiliki kinerja yang baik, menurut petani tetap perlu dikembangkan, karena kedua atribut tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi petani dalam membeli benih varietas lokal Pandanwangi.
- 2) Penangkar benih harus mampu meningkatkan ketersediaan benih padi varietas lokal Pandanwangi dengan mendistribusikannya di tingkat pasar atau kios-kios pertanian sehingga akan mempermudah petani dalam memperoleh benih padi varietas lokal pandanwangi tersebut.
- 3) Perlu adanya pelatihan bagi petani pandanwangi khususnya di Desa Bunikasih dan Tegallega untuk dapat melakukan kegiatan penangkaran benih secara mandiri. Sehingga, ketersediaan benih dapat terjamin. Selain itu, peran pemerintah sangat diharapkan sebagai fasilitator untuk proses sertifikasi penangkar benih, sehingga jumlah penangkar benih padi Pandanwangi semakin bertambah.
- 4) Perlu adanya penelitian lanjutan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas petani penangkar benih padi pandanwangi untuk mengetahui hal-hal yang menjadi kendala dalam penyediaan benih padi pandanwangi khususnya di Kecamatan Warungkondang.

DAFTAR PUSTAKA

- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. 2011. *Pembinaan Penangkar dan Perbanyakan Benih Sumber Varietas Unggul Padi, Jagung dan Kedelai (APBN)*. <http://sulteng.litbang.pertanian.go.id>.
- Baran, Wirawan dan Sri Wahyuni. 2002, *Memproduksi Benih Bersertifikat*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan. 2009. *Luas Sebaran Padi Pandan Wangi di Kabupaten Cianjur Tahun 2002-2006*. Cianjur: Diperta Kabupaten Cianjur.
- Insani, Ghandur dan Rita Nurmalina. 2014. *Analisis Sikap, Kepuasan, dan Loyalitas Petani terhadap Benih Kedelai di Desa Sukasirna, Kecamatan Sukaluyu,*

- Kabupaten Cianjur. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Management, Institut Pertanian Bogor.
- Irawan, Hadi. 2007. *Indonesian Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan). Edisi Milenium. Jakarta : Penerbit Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Rusyadi. 2014. *Analisis Sikap dan Kepuasan Petani Terhadap Atribut Benih Padi Hibrida Maro*. Tesis (tidak dipublikasikan). Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB.
- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.