

**ANALISIS PREFERENSI PETANI JAGUNG TERHADAP  
INSEKTISIDA *SEED TREATMENT***

**(ANALYSIS OF MAIZE FARMER PREFERENCE ON *SEED TREATMENT*  
INSECTICIDE)**

**Riyanti Isaskar<sup>1</sup>, Abdul Wahib<sup>1</sup>, Resty Afriana<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang  
E-mail: riyanti\_is@yahoo.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this study are: (1) To analyze the dominant factors what farmers consider to choose of insecticide seed treatment products (2) To analyze the preference of farmers for seed treatment insecticide products in the Kedungmalang District, Papar Subdistrict, Kediri Regency. factor analysis used to analyze the product attributes that are considered farmers in the purchase of insecticide seed treatment products and preference ranking mode that is used to analyze the preference of farmers for seed treatment insecticide products.. The result of this research show that farmers in Kedungmalang District jointly considering dominant factors such as product attributes brand, quality, price, nature of products and packaging to choose of insecticide seed treatment products. Where there are four factors that are formed, that are brand, quality and nature of products with a percentage of 32.624%, the nature of the product and packaging factor of 17.011%, the factor of quality and price of 12.188%, and the brand factor of 9.633%. In addition, insecticide seed treatment brand preferred by farmers in Kedungmalang village is Cruiser 350 FS than Red Regent 50 SC and Marshal 25 ST.*

*Keywords: insecticide product, factor analysis, and consumer's preference*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan : 1) Untuk menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani dalam memilih produk insektisida *seed treatment*, 2) Untuk menganalisis preferensi petani terhadap produk insektisida *seed treatment* di Desa Kedungmalang, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri. Analisis faktor yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang dipertimbangkan petani dalam memilih produk insektisida *seed treatment* dan modus ranking preferensi yang digunakan untuk menganalisis preferensi petani terhadap produk insektisida *seed treatment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa petani di Desa Kedungmalang mempertimbangkan secara bersama-sama faktor-faktor dominan seperti merek, mutu, harga, sifat produk dan kemasan dalam memilih produk insektisida *seed treatment*. Dimana terdapat 4 faktor yang terbentuk, yaitu faktor merek, mutu dan sifat produk dengan persentase sebesar 32,624%, faktor sifat produk dan kemasan sebesar 17,011%, faktor mutu dan harga sebesar 12,188%, dan faktor merek sebesar 9,633%. Selain itu, merek insektisida *seed treatment* yang lebih disukai petani di Desa Kedungmalang adalah Cruiser 350 FS dibandingkan merek Regent Red 50 SC dan Marshal 25 ST.

Kata kunci : produk insektisida, analisis faktor, dan preferensi konsumen

## PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian masih merupakan sektor yang penting bagi kelangsungan pembangunan di Indonesia. Sebagai negara agraris, sudah selayaknya jika sektor pertanian menjadi lokomotif perekonomian di masa mendatang. Intensifikasi pertanian merupakan salah satu kebijaksanaan yang diambil oleh pemerintah.

Saat ini, dalam proses intensifikasi berbagai kendala teknis bermunculan. Masalah teknis tersebut adalah organisme pengganggu tanaman (OPT, hama–penyakit–gulma) yang mengakibatkan penurunan dan ketidakmampuan produksi belum dapat diatasi dengan memuaskan. Oleh karena itu, untuk memacu perkembangan sektor pertanian maka diperlukan sarana produksi pertanian (saprotan). Salah satunya adalah pestisida.

Sebagian besar petani di Indonesia menggunakan pestisida kimiawi. Rata-rata peningkatan total penggunaan pestisida per tahun mencapai 6,33 persen, namun pada kenyataannya di lapangan diperkirakan dapat mencapai lebih dari 10–20 persen per tahun (Prabowo, 2008). Dengan adanya peningkatan penggunaan pestisida, maka perusahaan-perusahaan pestisida juga akan meningkatkan produksi mereka. Dimana pada tahun 2006 telah terdaftar lebih dari 1.300 merek dagang pestisida (Djojsumarto, 2008).

Dengan munculnya persaingan yang ketat ini, maka perusahaan pestisida berusaha untuk melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya. Salah satu inovasi yang dilakukan pada produk pestisida adalah perlakuan benih (*seed treatment*). Insektisida *seed treatment* ini merupakan perlindungan benih sejak dini untuk menghindari serangan hama, khususnya serangga.

Ada beberapa produk-produk insektisida *seed treatment*, yaitu Cruiser 350 FS (PT. Syngenta), Regent Red 50 SC (PT. BASF), Marshal 25 ST (PT. FMC), Wincoat 70 WS (PT. Tanindo), dan Confidor 350 FS (PT. Bayer). Produk-produk tersebut memiliki daya saing yang tinggi dimana masing-masing perusahaan berusaha mempertahankan pangsa pasar mereka dengan menarik minat konsumen terhadap produk tersebut.

Semakin berkembangnya pola perilaku petani dalam membeli pestisida, khususnya insektisida *seed treatment*, menambah tantangan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan untuk memenangkan pasar. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat mengetahui sejauh mana preferensi konsumen dan faktor–faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam memilih suatu produk sehingga perusahaan dapat mempertahankan produknya tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja), yaitu di Desa Kedungmalang, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Papar merupakan salah satu sentra produksi jagung di Kabupaten Kediri. Selain itu, Desa Kedungmalang merupakan daerah yang banyak digunakan sebagai lahan percobaan untuk produk pestisida, dimana masyarakat sekitar desa tersebut memiliki pengetahuan mengenai produk pestisida yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Pengambilan responden pada penelitian ini ditentukan secara *probability sampling* dengan metode pengambilan sampel secara acak sederhana atau *simple random sampling*. Jumlah sampel adalah sebanyak 60 petani. Banyaknya sampel yang diambil berdasarkan Maholtra (1996) dengan cara mengalikan 4 atau 5 kali jumlah variabel yang dianalisis. Dengan

demikian, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 60 petani responden yang didapatkan dari mengkalikan 5 dengan 12 variabel yang digunakan.

Metode pengumpulan data, terdiri dari data primer yang dapat diperoleh dari wawancara dengan responden serta observasi terhadap permasalahan yang diteliti. Data sekunder, dapat diperoleh melalui literatur, referensi, dan skripsi terdahulu serta juga dapat diperoleh melalui instansi-instansi terkait.

Metode Analisis Data yang digunakan adalah,

#### 1. Analisis Kualitatif

Menurut Maholtra (1996) analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan sesuatu seperti karakteristik pasar ataupun fungsionalnya. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dan preferensi konsumen terhadap produk insektisida seed treatment dengan menggunakan metode tabulasi sederhana.

#### 2. Analisa Kuantitatif

##### a. Analisis Faktor

Menurut Maholtra (1996), analisis faktor adalah sekelompok prosedur atau metode yang dipakai untuk mengurangi atau meringkas data. Analisis faktor dalam penelitian ini dipakai untuk menganalisis faktor yang paling dominan dari variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Secara sistematis, model analisis faktor dapat disajikan sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + v_i u_i$$

Keterangan :

$X_i$  = variabel standar ke-i

$A_{ij}$  = koefisien *loading* dari variabel i pada faktor umum j

F = faktor umum (*common factor*)

$v_i$  = koefisien standar *loading* dari variabel i pada faktor khusus i

$u_i$  = koefisien khusus bagi variabel i

m = jumlah m faktor umum (*common factor*)

Tahap-tahap yang dilakukan dalam analisis faktor adalah sebagai berikut :

#### 1. Uji Interpendensi

Uji interdependensi variabel adalah pengujian apakah antar variabel satu dengan variabel yang lain memiliki keterkaitan atau tidak. Apakah terdapat variabel tertentu yang hampir tidak punya korelasi dengan variabel lain yang dapat dikeluarkan dari analisis. Pengujian dilakukan melalui pengamatan terhadap ukuran kecukupan sampling (MSA), nilai KMO (Keiser-Meyer-Olkin) dan hasil uji Bartlett.

#### 2. Ekstraksi faktor

Ekstraksi faktor dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA) Hasil ekstraksi adalah faktor-faktor dengan jumlah yang sama dengan jumlah variabel-variabel yang diekstraksi. Pada tahap ini akan diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variabel .

#### 3. Matriks Faktor Sebelum Rotasi

Pada tahap ini didapatkan matrik faktor, merupakan model awal yang diperoleh sebelum dilakukan rotasi. Koefisien (faktor *loading*) yang signifikan (<0,5) pada setiap model faktor dapat dikatakan bisa mewakili faktor yang terbentuk.

#### 4. Rotasi faktor

Rotasi faktor dilakukan karena model awal yang diperoleh dari matriks faktor sebelum dilakukan rotasi masih belum menerangkan struktur data yang sederhana, sehingga sulit untuk diinterpretasikan.

### 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Model Faktor

Suatu faktor dikatakan valid dan reliabel jika seluruh *factor loading* dan koefisien reliabilitas yang dimilikinya lebih besar dari 0,5. Perhitungan reliabilitas model faktor menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Kim dan Mueller (1995) sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kh^2}{1 + (k-1)h^2}$$

Keterangan :

$\alpha$  = *alpha Cronbach* (koefisien Reabilitas)

k = jumlah variabel

$h^2$  = rata-rata komunalitas baru

#### b. Modus Rangkings Preferensi

Menurut Maholtra (1996), salah satu teknik pengukuran tentang perbandingan adalah Modus Rangkings. Pengukuran modus rangking ini biasanya digunakan untuk mencari preferensi terhadap merek melalui atribut yang menyertainya. Data yang diperoleh disusun dengan merangkings. Penyusunan rangking atribut dimulai dari peringkat satu untuk insektisida seed treatment yang paling disukai, peringkat kedua untuk yang disukai setingkat dibawahnya, sampai dengan peringkat ketiga untuk yang terendah tingkat preferensi petani terhadap insektisida seed treatment. Urutan preferensi diperoleh dari data peringkat yang terbentuk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas pada 12 atribut produk insektisida *seed treatment* dinyatakan valid. Dimana  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Selain itu, hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dikatakan reliabel.

### Analisis Faktor

#### 1. Uji Interpendensi

Semua variabel memiliki nilai MSA di atas 0,5. Hal ini berarti semua variabel mampu menjelaskan model yang terbentuk sehingga tidak ada variabel yang harus di reduksi. Dengan demikian, variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

**Tabel 1. Nilai Kecukupan Sampling (MSA)**

Variable	MSA
Merek ( $X_1$ )	0,526
Nama perusahaan ( $X_2$ )	0,783
Loyalitas terhadap merek ( $X_3$ )	0,613
Tingkat mutu ( $X_4$ )	0,561
Kepuasan terhadap mutu ( $X_5$ )	0,687
Perbandingan harga ( $X_6$ )	0,713
Persepsi harga ( $X_7$ )	0,708
Perubahan harga ( $X_8$ )	0,587
Daya tahan terhadap hama ( $X_9$ )	0,601
Formulasi pestisida ( $X_{10}$ )	0,710
Performansi kemasan ( $X_{11}$ )	0,764

Jenis kemasan ( $X_{12}$ )	0,702
----------------------------	-------

Analisis faktor dapat digunakan dengan efektif jika nilai KMO > 0,5. Dari hasil analisis pada tabel 2 diperoleh bahwa nilai KMO adalah sebesar 0,656 atau di atas 0,5. selain itu, Pada uji Bartlett's didapatkan nilai Chi Square sebesar 389,805 dengan derajat bebas 66 dan tingkat signifikansi kesalahan sebesar 0,000. Rochaety *et.al* (2007) dalam Pangesthi (2008), mengungkapkan bahwa dengan tingkat signifikansi 0,000 atau jauh dari 0,05 berarti data dari variabel yang diteliti dapat dianalisis lebih lanjut.

**Tabel 2. Nilai KMO dan Uji Barlett's**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,656
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	389,805
	df	66
	Sig.	0,000

## 2. Ekstraksi faktor

Ekstraksi faktor dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA) dari 12 variabel menghasilkan 4 faktor yang yang dominan dipertimbangkan dalam memilih insektisida *seed treatment*. Faktor 1 dipertimbangkan sebesar 32,624%, faktor 2 sebesar 17,011%, faktor 3 sebesar 12,188 dan faktor 4 sebesar 9,633. Hasil dari ekstraksi faktor dapat diterima karena telah memenuhi syarat dimana eigenvalue > 1.0, persentase varian > 5%. Dimana faktor 1 memiliki nilai eigen value sebesar 3,915, faktor 2 sebesar 2,041, faktor 3 sebesar 1,463 dan faktor 4 sebesar 1,156.

**Tabel 3. Ekstraksi Faktor**

Faktor / Komponen	Initial Eigenvalues		
	Eigenvalue	Persentase Varian	Persentase Kumulatif
1	3,915	32,624	32,624
2	2,041	17,011	49,635
3	1,463	12,188	61,823
4	1,156	9,633	71,456

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

## 3. Matriks Faktor Sebelum Rotasi

Dengan tabel *Component Matrix* sebagai acuan, diperoleh bahwa variabel merek ( $X_1$ ), angka *factor loading* terbesar ada pada komponen nomor 3 sehingga variabel merek dapat dimasukkan ke dalam faktor 3. Hal ini juga dilakukan pada variabel-variabel lain.

**Tabel 4. Faktor Sebelum Rotasi**

Variabel	Komponen			
	1	2	3	4
Merek ( $X_1$ )	0,316	-0,232	0,620	0,404
Nama perusahaan ( $X_2$ )	0,525	-0,101	0,454	0,376
Loyalitas terhadap merek ( $X_3$ )	0,699	-0,623	-0,089	-0,121
Tingkat mutu ( $X_4$ )	0,527	0,318	0,167	-0,560

**Tabel 4. Lanjutan.....**

Variabel	Komponen			
	1	2	3	4
Kepuasan terhadap mutu ( $X_5$ )	0,726	-0,288	0,142	-0,231
Perbandingan harga ( $X_6$ )	0,533	0,288	0,378	-0,298
Persepsi harga ( $X_7$ )	0,504	0,591	0,191	0,264
Perubahan harga ( $X_8$ )	0,404	0,673	0,064	-0,184
Daya tahan terhadap hama ( $X_9$ )	0,663	-0,650	-0,113	-0,125
Formulasi pestisida ( $X_{10}$ )	0,654	0,179	-0,563	0,063
Performansi kemasan ( $X_{11}$ )	0,591	0,099	-0,465	0,144
Jenis kemasan ( $X_{12}$ )	0,572	0,236	-0,294	0,487

*Extraction Method : Principal Component Analysis*

*a. 4 components extracted*

#### 4. Rotasi faktor

*Component Matrix* merupakan hasil dari proses rotasi faktor yang menunjukkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Dapat dilihat bahwa nilai faktor loading dari masing-masing variabel berubah setelah dilakukan rotasi faktor. Faktor loading merek ( $X_1$ ) yang semula 0,620 setelah dilakukan rotasi, faktor loadingnya berubah menjadi 0,816. Hal ini menunjukkan bahwa variabel merek mempengaruhi faktor 4 sebesar 81,6%. Untuk variabel nama perusahaan ( $X_2$ ) memiliki nilai loading tertinggi pada komponen 4 sebesar 0,737 sehingga variabel tersebut juga masuk ke dalam faktor 4. Begitu seterusnya pada masing-masing variabel tersebut.

**Tabel 5. Rotated Component Matrix**

Variabel	Komponen			
	1	2	3	4
Merek ( $X_1$ )	0,165	-0,095	0,001	0,816
Nama perusahaan ( $X_2$ )	0,216	0,152	0,138	0,737
Loyalitas terhadap merek ( $X_3$ )	0,916	0,191	0,006	0,157
Tingkat mutu ( $X_4$ )	0,245	0,039	0,807	-0,082
Kepuasan terhadap mutu ( $X_5$ )	0,700	0,121	0,356	0,229
Perbandingan harga ( $X_6$ )	0,164	0,022	0,719	0,233
Persepsi harga ( $X_7$ )	-0,243	0,474	0,510	0,408
Perubahan harga ( $X_8$ )	-0,202	0,319	0,716	0,000
Daya tahan terhadap hama ( $X_9$ )	0,918	0,176	-0,033	0,129

Formulasi pestisida ( $X_{10}$ )	0,283	0,798	0,196	-0,158
----------------------------------	-------	-------	-------	--------

**Tabel 5. Lanjutan....**

Variabel	Komponen			
	1	2	3	4
Performansi kemasan ( $X_{11}$ )	0,270	0,714	0,107	-0,052
Jenis kemasan ( $X_{12}$ )	0,029	0,797	0,047	0,260

*Extraction Method : Principal Component Analysis*

*Rotation method : Varimax with Kaiser Normalization*

Pengelompokan setiap variabel menjadi empat faktor mengakibatkan adanya perubahan nama faktor. Hal ini karena masing-masing faktor terdiri dari berbagai macam variabel yang tergabung. Pembentukan nama faktor tersebut disesuaikan dengan variabel-variabel yang berkelompok pada masing-masing faktor, karena akan mempermudah dalam hal penyebutan dan perumusan faktor secara teoritis. Berikut adalah tabel penamaan faktor :

**Tabel 6. Perumusan Atribut Produk dari Faktor yang Terbentuk**

Faktor	Penamaan faktor	Variabel	Faktor loading
1	Faktor merek, mutu dan sifat produk	Loyalitas terhadap merek ( $X_3$ )	0,916
		Kepuasan terhadap mutu ( $X_5$ )	0,700
		Daya tahan terhadap hama ( $X_9$ )	0,918
2	Faktor sifat produk dan kemasan	Formulasi Pestisida ( $X_{10}$ )	0,798
		Performansi kemasan ( $X_{11}$ )	0,714
		Jenis kemasan ( $X_{12}$ )	0,797
3	Faktor mutu dan harga	Tingkat mutu ( $X_4$ )	0,807
		Perbandingan harga ( $X_6$ )	0,719
		Persepsi harga ( $X_7$ )	0,510
		Perubahan harga ( $X_8$ )	0,716
4	Faktor merek	Merek ( $X_1$ )	0,816
		Nama perusahaan ( $X_2$ )	0,737

### 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Model Faktor

Suatu faktor dikatakan valid dan reliabel jika seluruh *factor loading* dan koefisien reliabilitas yang dimilikinya lebih besar dari 0,5.

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Faktor**

Faktor	Variabel	Faktor loading	Validasi
1	Loyalitas terhadap merek ( $X_3$ )	0,916 0,700 0,918	Valid Valid Valid
	Kepuasan terhadap mutu ( $X_5$ )		
	Daya tahan terhadap hama ( $X_9$ )		
2	Formulasi Pestisida ( $X_{10}$ )	0,798 0,714 0,797	Valid Valid Valid
	Performansi kemasan ( $X_{11}$ )		
	Jenis kemasan ( $X_{12}$ )		

**Tabel 7. Lanjutan.....**

Faktor	Variabel	Faktor loading	Validasi
3	Tingkat mutu ( $X_4$ )	0,807	Valid
	Perbandingan harga ( $X_6$ )	0,719	Valid
	Persepsi harga ( $X_7$ )	0,510	Valid
	Perubahan harga ( $X_8$ )	0,716	Valid
4	Merek ( $X_1$ )	0,816	Valid
	Nama perusahaan ( $X_2$ )	0,737	Valid

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Faktor**

Faktor	Nilai alpha ( $\alpha$ )	Keterangan
1	0,934	Reliabel
2	0,872	Reliabel
3	0,891	Reliabel
4	0,800	Reliabel

## 6. Interpretasi Faktor

Interpretasi hasil analisis faktor mengacu pada hasil rotasi faktor yang membagi 12 variabel ke dalam 4 faktor dominan yang paling dipertimbangkan petani di Desa Kedungmalang dalam memilih insektisida *seed treatment*. Dimana total varian sebesar 71,456%, maka dapat dikatakan bahwa model faktor yang dijelaskan dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh petani sebesar 71,456%. Untuk lebih rinci faktor-faktor tersebut dapat dilihat dibawah ini :

### 1. Faktor 1

Faktor ini merupakan faktor dominan yang paling dipertimbangkan petani dalam memilih insektisida *seed treatment*. Persentase variannya adalah sebesar 32,624%, yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 32,624% dari seluruh faktor-faktor yang dipertimbangkan petani dalam memilih insektisida *seed treatment*. Variabel-variabel dalam faktor ini berasal dari loyalitas terhadap merek, kepuasan terhadap mutu dan daya tahan terhadap hama.

### 2. Faktor 2

Faktor ini merupakan faktor faktor dominan kedua yang juga dipertimbangkan bagi petani dalam memilih insektisida *seed treatment*. Dukungan untuk faktor ini adalah sebesar 17,011% yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 17,011%. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kedua ini adalah formulasi pestisida, performansi kemasan dan jenis kemasan.

### 3. Faktor 3

Faktor ini merupakan faktor dominan keempat yang juga dipertimbangkan petani dalam memilih insektisida *seed treatment*. Dukungan untuk faktor ini sebesar 12,188% yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 12,188%. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor ketiga ini adalah tingkat mutu, perbandingan harga, persepsi harga dan perubahan harga.

### 4. Faktor 4



Dukungan untuk faktor ini adalah sebesar 9,633% yang berarti bahwa variabel-variabel yang ada dapat mendukung faktor sebesar 9,633%. Faktor keempat ini terdiri dari variabel merek dan nama perusahaan.

### **Pembahasan Hasil Analisis**

Dari hasil yang telah dianalisis pada bagian sebelumnya, maka dapat diketahui variabel-variabel atau faktor dominan yang paling dipertimbangkan petani di Desa Kedungmalang dalam memilih insektisida *seed treatment*. Terdapat empat faktor dominan yang dipertimbangkan, yaitu faktor merek mutu, dan sifat produk, faktor sifat produk dan kemasan, faktor mutu dan harga serta faktor merek.

#### 1. Faktor merek, mutu dan sifat produk

##### a. Loyalitas terhadap merek

Sebagian besar petani di Desa Kedungmalang memiliki loyalitas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari loyalitas mereka terhadap salah satu merek insektisida *seed treatment*. Mereka menganggap apabila insektisida tersebut telah terbukti memiliki kualitas yang bagus dan memberikan hasil yang memuaskan maka mereka akan menggunakan produk tersebut secara terus-menerus.

##### b. Kepuasan terhadap mutu

Petani di Desa Kedungmalang akan memilih salah satu merek insektisida *seed treatment* apabila mereka puas terhadap hasil atau mutu yang diberikan oleh merek tersebut. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, petani di Desa Kedungmalang lebih mementingkan mutu suatu merek insektisida *seed treatment*. Hal ini karena apabila merek tersebut memiliki mutu yang bagus maka petani akan merasa puas menggunakan merek tersebut.

##### c. Daya tahan terhadap hama

Sebagian besar petani di Desa Kedungmalang menganggap bahwa daya tahan terhadap hama merupakan faktor yang sangat penting di dalam memilih insektisida *seed treatment*. Petani di desa ini lebih mementingkan hasil yang diberikan oleh suatu insektisida *seed treatment*.

#### 2. Faktor sifat produk dan kemasan

##### a. Formulasi pestisida

Formulasi pestisida merupakan bentuk dari produk insektisida *seed treatment*. Dalam penelitian ini terdapat dua bentuk pestisida, yaitu bubuk dan cair. Petani di Desa Kedungmalang lebih memilih insektisida *seed treatment* yang berbentuk cair.

##### b. Performansi kemasan

Dari segi produk, sebagian besar petani di Desa Kedungmalang memilih merek insektisida *seed treatment* yang praktis dan tidak tumpah. Oleh karena itu, performansi kemasan juga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan petani dalam memilih insektisida *seed treatment*.

##### c. Jenis kemasan

Di samping performansi kemasan, ternyata jenis kemasan suatu merek insektisida *seed treatment* juga dipertimbangkan oleh petani di Desa Kedungmalang. Mereka menganggap bahwa bentuk dan warna yang menarik dapat menarik perhatian mereka untuk memilih produk tersebut. Bentuk dan warna kemasan yang memiliki ciri khas tertentu akan lebih memudahkan petani untuk mengingat-mengingat suatu merek insektisida *seed treatment* tertentu.

#### 3. Faktor mutu dan harga

##### a. Tingkat mutu

Sebagian besar petani di Desa Kedungmalang lebih memilih merek insektisida *seed treatment* yang berkualitas bagus. Dimana dengan kualitas yang bagus maka akan memberikan hasil yang maksimal terhadap panen mereka sehingga keuntungan yang diperoleh akan maksimal juga.

b. Perbandingan harga, persepsi harga dan perubahan harga

Harga disini masuk dalam salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan petani dalam memilih insektisida *seed treatment*. Petani di Desa Kedungmalang juga mempertimbangkan faktor harga ini. Tetapi faktor harga ini bukan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan bagi mereka. Hal ini karena petani di Desa Kedungmalang lebih mengutamakan hasil terbaik yang diberikan oleh suatu merek insektisida *seed treatment*.

4. Faktor merek

Faktor merek merupakan faktor dominan terakhir yang dipertimbangkan oleh petani di Desa Kedungmalang dalam memilih insektisida *seed treatment*. Faktor merek ini terdiri dari variabel merek dan nama perusahaan. Petani di Desa Kedungmalang menganggap bahwa faktor merek ini tidak terlalu penting atau kurang dipertimbangkan dalam memilih insektisida *seed treatment*. Hal ini karena sebagian besar dari mereka kurang bisa mengingat merek ataupun nama perusahaan suatu merek insektisida *seed treatment* tertentu.

### Hasil Modus Rangking Preferensi

Salah satu teknik pengukuran tentang perbandingan adalah modus rangking. Hasil pengukuran rangking terhadap preferensi petani pada merek insektisida *seed treatment* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 9. Modus Rangking Preferensi Atribut Insektisida Seed Treatment**

Insektisida Seed Treatment	Merek	Mutu Produk	Harga	Sifat Produk	Kemasan	Rangking
Cruiser 350 FS	1	1	3	1	1	1
Marshal 25 ST	3	3	1	3	3	3
Regent Red 50 SC	2	2	2	2	2	2

Sumber: diolah dari data primer, 2010

Dari tabel 9 dapat disimpulkan bahwa preferensi rangking tertinggi adalah insektisida *seed treatment* merek Cruiser 350 FS dan rangking terendah ditempati oleh insektisida *seed treatment* Marshal 25 ST. Petani lebih menyukai Cruiser 350 FS karena merek ini memiliki keunggulan dibandingkan merek lain. Keunggulan tersebut adalah Cruiser 350 FS memiliki merek yang terkenal di kalangan petani khususnya di Desa Kedungmalang, kualitas produk yang terbaik, daya tahan tanaman terhadap serangan hama, dan kemasan yang praktis. Walaupun harga Cruiser 350 FS lebih mahal dibandingkan merek yang lain, petani di Desa Kedungmalang tetap memilih merek tersebut. Hal ini dikarenakan petani di Desa tersebut lebih mementingkan kualitas merek dan hasil yang memuaskan setelah pemakaian merek tersebut.

Insektisida *seed treatment* Marshal 25 ST menempati rangking terakhir. Marshal 25 ST memiliki harga yang lebih murah dibandingkan merek yang lain tetapi petani di Desa Kedungmalang menyatakan bahwa kurang menyukai merek tersebut. Hal ini dikarenakan Marshal 25 ST memiliki kualitas yang tidak bagus dan kurangnya daya tahan terhadap hama sehingga tidak memberikan hasil panen yang memuaskan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor dominan seperti merek, mutu, harga, sifat produk dan kemasan dipertimbangkan secara bersama-sama oleh petani di Desa Kedungmalang dalam memilih merek insektisida *seed treatment*. Dimana terdapat 4 faktor yang terbentuk, yaitu faktor merek, mutu dan sifat produk dengan persentase sebesar 32,624%, faktor sifat produk dan kemasan sebesar 17,011%, faktor mutu dan harga sebesar 12,188%, dan faktor merek sebesar 9,633%.
2. Berdasarkan modus ranking preferensi, merek insektisida *seed treatment* yang lebih disukai petani di Desa Kedungmalang adalah Cruiser 350 FS. Dimana Cruiser 350 FS ini memiliki merek yang terkenal di kalangan petani di Desa Kedungmalang, kualitas produk yang terbaik, daya tahan tanaman terhadap serangan hama, dan kemasan yang praktis. Walaupun harga Cruiser 350 FS lebih mahal dibandingkan merek yang lain, petani di Desa Kedungmalang tetap memilih merek tersebut. Hal ini dikarenakan petani di Desa tersebut lebih mementingkan kualitas merek dan hasil yang memuaskan setelah pemakaian merek tersebut.

### Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk Produsen insektisida Marshal 25 ST, sebaiknya perlu adanya pembenahan pada manajemen produknya agar tidak kalah bersaing dengan insektisida lain, baik dari segi kualitas, sifat produk maupun kemasan.
2. Untuk produsen insektisida Regent Red 50 SC, sebaiknya produsen lebih melakukan strategi dalam hal inovasi pada sifat produk yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan petani sehingga diharapkan petani dapat mempertimbangkan untuk lebih memilih insektisida Regent Red 50 SC ini.
3. Untuk produsen insektisida Cruiser 350 FS sebaiknya dapat mempertahankan ciri khas kualitas insektisidanya atau bahkan dapat menambah inovasi varian kemasan produk agar petani lebih tertarik lagi dengan insektisida ini.
4. Penelitian ini masih memiliki kekurangan dalam mengembangkan variabel dalam mencari preferensi konsumen. Dengan demikian, diharapkan bagi peneliti lain yang membahas preferensi konsumen dapat menambahkan variabel non produk, seperti kebutuhan, kepercayaan, kepuasan, dan sikap terhadap merek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Djojsumarto, P. 2008. *Pestisida dan Aplikasinya*. Agro Media. Jakarta
- Engel, James F. Blackwell, Roger D. dan Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Indriani, S. 2004. *Analisis Preferensi Konsumen Rokok Kretek Pari Djaya Coklat*. Skripsi Fakultas Pertanian. Malang.
- Kim, J. Dan C. Mueller. 1995. *Factor Analysis: Statistical Methods and Practical Issues*. Sage Pub New Bury Park.

- Kotler, P. 1993. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. FE-UI. Jakarta
- Maholtra, N. 1996. *Marketing Research : An Applied Orientation*. Second Edition. Pentice Hall. New York
- Prabowo. 2008. *Biopestisida*. Available at [www.metamorfosa.co.id](http://www.metamorfosa.co.id). (Verified 29 November 2009)
- Singarimbun, M. dan Effendi, S. 1995. *Metode Penelitian Survai*. PT. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta