

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jagung (*Zea mays L.*) merupakan salah satu komoditi yang sangat dibutuhkan di Indonesia karena sebagai sumber karbohidrat kedua setelah padi. Bahkan jagung dijadikan sebagai bahan pangan utama di beberapa daerah di Indonesia, seperti Madura dan Nusa Tenggara. Selain untuk kebutuhan pangan jagung juga dibutuhkan di perindustrian pakan ternak dan bahan baku industri pangan yang mana kebutuhan jagung akan terus meningkat dan nilai permintaannya cukup tinggi seiring dengan tingginya laju pertumbuhan penduduk. Pada tahun 2015 produksi jagung sebanyak 19.612.435 ton pipilan kering dengan luas panen 3.750.350 ha serta produktivitas 5,23 ton/ha (BPS, 2017). Daerah yang paling banyak menyumbang produksi jagung adalah Jawa Timur sebesar 6,18 juta ton.

Sentra produksi jagung di Jawa Timur pada tahun 2017 berturut-turut dari yang terbesar yaitu Tuban, Jember, Lamongan sedangkan Pasuruan pada urutan ke 7 dengan total produksi 284.785 ton setelah Blitar. Hal ini dipengaruhi oleh luas panen jagung yang berbeda pada setiap daerah. Di Kabupaten Pasuruan produksi jagung mencapai 284.785 ton dengan luas panen 46.744 ribu ha dan produktivitas 6,09 ton/ha. Daerah Pasuruan memiliki luas panen jagung yang cukup besar di bandingkan Mojokerto yakni 23.608 ribu ha akan tetapi produktivitasnya 6,44 ton/ha lebih besar dibandingkan Pasuruan (BPS, 2017), sehingga Pasuruan masih relatif rendah. Hal ini dapat ditempuh dengan menggunakan salah satu strategi melalui sistem pembenihan untuk pencapaian peningkatan produktivitas jagung, dengan

pemilihan benih yang tepat diharapkan bisa menghasilkan sikap positif dan kepuasan yang tinggi bagi petani.

Benih merupakan komponen terkecil dari seluruh sistem ekonomi pertanian, dan memegang peranan penting karena menentukan hasil/produksi dari tanaman. Petani dipasuruan saat ini mulai resah karena maraknya benih palsu yang beredar di wilayah pasuruan yang mengakibatkan petani merugi, karena volume produksi menurun. Peredaran benih jagung palsu, salah satunya ditemukan di wilayah desa Wрати, Kecamatan Kejayan, Kabupaten Pasuruan. Sumitro, petani jagung asal desa Wрати mengatakan, dalam sekali panen biasanya menghasilkan 1,5 ton jagung kualitas baik. Namun, saat ini hanya bisa menghasilkan kurang dari 1 ton, dengan kualitas yang jauh dari baik. Penurunan produktivitas jagung tersebut penyebabnya karena benih jagung yang beredar dipasaran palsu, benih palsu tersebut diperkirakan tersebar sejak 2017. Kondisi tersebut tentunya dapat membentuk sikap petani dalam penggunaan benih, sehingga petani mampu mengevaluasi benih yang digunakan dan memilih benih jagung dari berbagai macam merek yang ada.

Brand image yang sudah dikenal oleh masyarakat dan bercitra baik akan menumbuhkan loyalitas konsumen, Karena brand image berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dalam menentukan pilihan produk yang dibelinya. semakin baik citra merek terhadap produk maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Pada saat ini, arti sebuah citra merek (*brand*) menjadi sangat penting karena sebagai pembeda dan identitas sebuah produk yang sejenis. Kebanyakan petani ketika dihadapkan pada pilihan seperti nama, harga, serta atribut produk lainnya, ia cenderung memilih nama brand benih terlebih dahulu. Berbagai macam Brand benih yang beredar di kalangan petani mempunyai kekurangan dan kelebihan masing-masing. Hal ini membuat

petani sulit mengambil keputusan dari berbagai alternative varietas jagung yang beredar dipasaran.

Pemenuhan Preferensi petani akan kualitas dan kuantitas produksi memiliki hubungan erat dan positif dalam penyediaan benih jagung yang diminta. Para produsen juga harus menciptakan varietas benih yang sesuai dan tepat untuk memenuhi kebutuhan petani. Tingkat kepuasan juga menentukan preferensi petani untuk melanjutkan dalam penggunaan benih yang sama. Petani yang berpengalaman akan mengevaluasi benih jagung mana yang lebih disukai. Dari hasil evaluasi tersebut akan membentuk kepuasan yang tinggi kemudian akan meningkatkan preferensi terhadap benih yang digunakan. Petani diharapkan memiliki akses yang lebih luas dalam memperoleh benih yang bermutu untuk kepentingan usaha taninya dengan harga yang terjangkau, tepat waktu dan dalam jumlah yang cukup (Muhammad *et al.* 2010).

Oleh karena itu preferensi petani dan brand terhadap penggunaan benih jagung akan menjadi hal yang sangat berpengaruh untuk menjaga konsistensi dan kontinuitas produksi jagung dalam negeri, sehingga kebutuhan jagung akan terus terpenuhi.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah yang diteliti sehubungan dengan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli benih jagung ?
2. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut benih jagung ?
3. Bagaimana keputusan konsumen dalam memilih benih jagung berdasarkan *Brand*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen terhadap benih jagung
2. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut benih jagung
3. Menganalisis keputusan konsumen dalam memilih benih jagung berdasarkan *Brand*.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi produsen benih jagung sebagai dasar dalam pengembangan yang sesuai dengan hasil analisis preferensi konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan melatih kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang ada.
3. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan bahan acuan untuk penelitian khususnya yang terkait dengan preferensi konsumen dan *Brand image* terhadap pembelian benih jagung.