

**ANALISIS *PERCEIVED QUALITY* PRODUK INSEKTISIDA PADA PETANI
BAWANG MERAH**

**(*THE PERCEIVED QUALITY ANALYSIS OF INSECTICIDE PRODUCT AT UNION
FARMERS*)**

Djoko Koestiono¹, Retno Wahyuningtias¹

¹⁾ Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang
E-mail: d.koestiono@ub.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research were to inventory of attributes which farmers considered also to know how the perceived quality of farmers in insecticides products are measure by product attributes performance. Perceived quality analysis used to measure product perfectness and consumer perception. The result of this research show that the Virtako's insecticide from Syngenta Factory has highest perceived quality than competitors are Prevathon and Tracer insecticide. Based on Virtako's product lean has a good perception in every attributes performance. In other side, the Syngenta Factory must be defending every quality product still has good interest from consumer, but in Prevathon and Tracer producer more made new innovation of product management and improve marketing strategic to compatible with market superior products.

Keywords: insecticide product, perceived quality analysis, and consumer's perception

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginventarisir atribut-atribut yang dipertimbangkan petani pada produk insektisida serta mengetahui *perceived quality* petani pada produk insektisida diukur berdasarkan performan atribut produknya. Analisis *perceived quality* digunakan untuk mengukur kesempurnaan suatu produk dan persepsi dari setiap konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Insektisida Virtako dari PT. Syngenta Indonesia mendapatkan persepsi kualitas terbaik dibandingkan kedua pesaingnya yaitu Insektisida Prevathon dan Tracer. Hal ini dikarenakan produk Virtako cenderung memperoleh persepsi baik pada semua performan atributnya. Oleh sebab itu, perusahaan Syngenta harus tetap mempertahankan kualitas setiap produknya agar tetap diminati oleh konsumen, sedangkan pada produsen Prevathon dan Tracer lebih melakukan inovasi baru pada manajemen produknya dan memperbaiki strategi pemasaran agar bisa bersaing dengan produk unggulan di pasar.

Kata kunci : produk insektisida, analisis *perceived quality*, dan persepsi konsumen

PENDAHULUAN

Dalam menuju perdagangan bebas, berbagai jenis persaingan produk dan jasa di pasaran semakin tinggi, disertai dengan semakin berkembangnya pola perilaku petani dalam membeli pestisida khususnya insektisida. Hal itu menambah tantangan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan untuk memenangkan pasar, sehingga menuntut perusahaan menciptakan

produk baru sebagai salah satu bentuk dari strategi pemasarannya (Megasavitri, 2008). Berdasarkan hasil analisis Matrik CPM (*Competitive Profit Matriks*), terdapat enam perusahaan pestisida multinasional di Indonesia yang saling bersaing dengan *market share* terbesar, yaitu PT Bayer Crop Science, PT Syngenta, PT Dow Agro Science, PT Nufarm, PT BASF dan PT DAPI. Berikut dapat dilihat secara lebih rinci posisi persaingan diantara perusahaan-perusahaan pestisida terbesar di Indonesia :

Tabel 1. Posisi Persaingan antar Perusahaan Insektisida di Indonesia

No.	Nama Perusahaan	Posisi Perusahaan	Market Share
1	PT Bayer Crop Science	3,238	16,16 %
2	PT Syngenta	3,411	14,77 %
3	PT Dow Agro Science	2,64	7 - 9 %
4	PT Nufarm	2,58	7 - 9 %
5	PT BASF	2,7	7 - 9 %
6	PT DAPI	2,833	7,55 %

Sumber : Matriks CPM dalam Nugroho (2008)

Berdasarkan tabel di atas, dua posisi perusahaan tertinggi diantara perusahaan pestisida lainnya diduduki oleh PT. Syngenta dan PT. Bayer Crop Science dengan nilai masing-masing adalah 3,411 dan 3,238, sedangkan posisi terendah diduduki oleh PT. Nufarm. Persaingan tersebut terjadi dikarenakan para produsen produk-produk insektisida berlomba untuk menciptakan produk unggulan sesuai dengan kebutuhan konsumennya. Produsen Produk Insektisida mencoba membuat strategi produk yang berkaitan dengan persepsi konsumen, karena para konsumen mengambil keputusan berdasarkan apa yang mereka rasakan, daripada atas dasar realitas yang obyektif. Menurut Sodik dalam Purwanto (2008), menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Bawang merah adalah tanaman hortikultura yang sangat rentan akan serangan hama terutama dimusim kemarau (Prabowo, 2007), jadi petani mencoba melakukan penanganan dengan menggunakan beragam merek produk insektisida yang dapat memenuhi keinginan mereka. Kota Batu merupakan salah satu basis pengguna insektisida terbesar. Jadi, tidak heran bahwa banyak petani di kota ini khususnya petani bawang merah sangat loyal dalam menggunakan produk insektisida untuk tanaman mereka. Untuk memenuhi tuntutan petani tersebut, produsen harus dapat mengintegrasikan komponen-komponen atribut produk dan atribut di luar produk yang membentuk produk secara efektif (Isolida, 2004). Salah satunya membuat strategi bauran pemasaran terutama yang berkaitan dengan produk dengan melihat pada persepsi konsumennya terhadap kualitas produk

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi kualitas (*perceived quality*) petani pada produk insektisida dilihat berdasarkan performan masing-masing atribut produk yang telah dipertimbangkan petani.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian di Desa Torongrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Penentuan sampel dengan metode *simple random sampling*. Banyaknya sampel yang diambil berdasarkan rumus Slovin (1960) dan diperoleh responden sebanyak 43 orang dari jumlah populasi petani sebesar 1170 orang. Batas kesalahan ditaksir 15%.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Uji Cochran Q test
- Uji Asosiasi dengan Cochran Q Test

$$Q = \frac{(k-1)[k \sum_i C_i^2 - (\sum_i C_i)^2]}{k \sum_i R_i - \sum_i R_i^2}$$

Keterangan :

- Q = Q hitung
- k = Jumlah atribut yang diuji
- Ri = Jumlah YA pada semua atribut untuk 1 responden
- Ci = Jumlah YA pada 1 atribut untuk semua responden
- n = Jumlah sampel yang diuji

Dengan demikian, bila :

- Q hitung > dari χ^2 tabel maka tolak Ho dan terima Ha. Jika tolak Ho berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua atribut maupun daftar konsekuensi. Artinya belum ada kesepakatan di antara responden tentang atribut.
- Q hitung < dari χ^2 tabel maka terima Ho dan tolak Ha. Jika terima Ho berarti proporsi jawaban YA sudah sama pada semua atribut maupun daftar konsekuensi. Artinya sudah ada kesepakatan di antara responden tentang atribut
 - Uji Validitas dan Reliabilitas
 - o Uji Validitas

$$r = \frac{[n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)]}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana r = nilai korelasi Pearson Product Moment X dan Y

- n= jumlah responden
- X= skor dari tiap atribut
- Y=skor total atribut

Apabila koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar atau sama dengan koefisien dari tabel nilai kritis r yaitu pada taraf signifikan 0,05 dengan derajat bebas (n-2), maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid (Singarimbun, 1995).

a) Uji Reliabilitas

$$R = \frac{2r}{1+r} \quad \text{Dimana, } r = \text{Nilai korelasi}$$

R= Nilai

maka bila nilai R hitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat α tertentu, maka data dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi (Juliandi, 2007).

- Uji *Perceived Quality*

Menurut Simamora (2002), pengukuran *perceived quality* merek tertentu memerlukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Tentukan atribut produk yang dipertimbangkan.
Melalui uji Asosiasi Cochran Q Test sebagai alat analisis, akan ditemukan beberapa atribut yang dipertimbangkan konsumen.
2. Tentukan pesaing
Penentuan pesaing produk insektisida pada penelitian ini ditentukan berdasarkan beberapa hal, yaitu : ketiga produk dikenal oleh beberapa petani di Desa Torongrejo serta memiliki keunggulan masing-masing yang membedakannya dengan produk lain.

3. Ukur performan merek sasaran dan performan pesaing
Skor total performans diperoleh dengan menjumlahkan angka yang dipilih responden pada setiap atribut dalam kuisioner.
4. Ukur tingkat kepentingan setiap atribut
Cara mengukur skor tingkat kepentingan dengan performans agregat adalah dengan membagi skor total dengan jumlah responden.
5. Hitung kualitas total relatif setiap merek
6. Perhitungan kualitas total relatif merek yaitu dengan cara :

$$\text{Harga relatif} = \text{harga setiap produk} \div \text{harga rata-rata}$$

$$\text{Tingkat kepentingan relatif (Bobot)} = \frac{\text{Skor rata-rata Tingkat kepentingan atribut}}{\text{Skor rata-rata total}}$$

$$\text{Performans relatif} = \frac{\text{performans setiap atribut}}{\text{jumlah performans semua atribut}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis Cochran pada 10 atribut yang sebelumnya telah ditetapkan peneliti, ternyata hanya ada 5 atribut saja yang dipertimbangkan petani bawang merah di Desa Torongrejo sebelum melakukan pembelian atau menggunakan produk insektisida, yakni merek, kemasan, kualitas, label dan ketersediaan obat. Hal itu sesuai dengan kenyataan di lapang bahwa pengguna produk insektisida selalu lebih dulu melihat karakteristik produk serta kebutuhannya dibandingkan melihat atribut lain, seperti harga, nama perusahaan, promosi, lokasi, serta tingkat kemananan produk. Oleh sebab itu, kelima atribut itu, cenderung kurang valid dan kurang dipertimbangkan petani. Namun kelima atribut yang valid digunakan untuk analisis *Perceived Quality*. Berikut adalah hasil perhitungan analisis Cochran Q test untuk atribut produk,

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji Cochran Untuk Atribut Produk Insektisida di Desa Torongrejo

No	Pengujian	Atribut Yang Dihilangkan	Q hitung	Q Tabel
1	I		49,6	(0,05;9) = 16,92
2	II	Harga	38,7	(0,05;8) = 15,50
3	III	Lokasi Toko	28,8	(0,05;7) = 14,07
4	IV	Promosi	18	(0,05;6) = 12,6
5	V	Tingkat Keamanan	12,1	(0,05;5) = 11,07
6	VI	Nama Perusahaan	9,25	(0,05;4) = 9,5

Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Hasil Uji Validitas

Hasil perhitungan validitas untuk kelima atribut produk, didapatkan semua atributnya valid untuk digunakan dalam pengambilan data sebagai bahan analisis persepsi kualitas produk insektisida berdasarkan aplikasi *Perceived Quality*. Kelima atribut yang valid itu adalah merek, kemasan, kualitas, label dan ketersediaan obat.

Hasil Uji Reliabilitas

Keseluruhan atribut yang telah valid mengindikasikan reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya karena keseluruhan nilai reliabilitas dari tiap item tersebut lebih besar dibandingkan nilai r tabel.

Hasil Analisis *Perceived Quality* Performans dan Tingkat Kepentingan

Berikut adalah tabel yang menunjukkan skor total performan dan tingkat kepentingan masing-masing merek insektisida.

Tabel 3. Skor Total Performans dan Tingkat Kepentingan Atribut Produk Insektisida di Desa Torongrejo

Atribut Produk	Bobot	Virtako	Prevathon	Tracer
Merek	178	193	172	147
Kemasan (wadah, volume, bentuk)	148	170	171	154
Kualitas	176	185	169	148
Label (cara pakai, komposisi, dll)	161	173	165	153
Ketersediaan Obat	147	167	167	161

Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Tabel diatas menunjukkan jumlah skor total tingkat kepentingan setiap atribut dan *perceived quality* hasil kuisioner. Kolom bobot menunjukkan tingkat kepentingan atribut tersebut, semakin tinggi bobot maka semakin penting pula atribut tersebut dimata konsumen. Dalam tabel, atribut yang mempunyai bobot tertinggi adalah merek dengan skor 178, sedangkan atribut yang kurang dipertimbangkan oleh konsumen adalah ketersediaan obat dengan bobot paling rendah yaitu 147. Hal itu dikarenakan konsumen masih mementingkan merek suatu produk dalam membeli insektisida dibandingkan melihat ketersediaan obatnya.

Hal di atas menunjukkan bahwa pada produk Virtako petani masih mementingkan atribut mereknya dibandingkan ketersediaan produknya di toko. Hampir sama dengan Prevathon bahwa performans terbaik ada pada merek itu berarti petani sangat memperhatikan merek produknya dibandingkan bentuk labelnya, sedangkan untuk Tracer, performans terbaik ada pada ketersediaan obat hal itu menunjukkan bahwa petani masih melihat adanya ketersediaan produk Tracer ini di toko pertanian dibanding memperhatikan mereknya.

Pengolahan data tabel diatas menghasilkan skor tingkat kepentingan dan performan agregat. Caranya adalah dengan membagi skor total dengan jumlah responden.

Tabel 4. Skor Total Kepentingan dan Performans Insektisida Virtako, Prevathon dan Tracer di Desa Torongrejo

Atribut Produk	Tingkat Kepentingan	Virtako	Prevathon	Tracer	Rata-rata
Harga		173000	115000	79000	122333
Merek	4.14	4.49	4	3.42	3.97
Kemasan (wadah, volume, bentuk)	3.44	3.95	3.98	3.58	3.84
Kualitas	4.09	4.3	3.93	3.44	3.89
Label (cara pakai, komposisi, dll)	3.74	4.02	3.84	3.56	3.81
Ketersediaan Obat	3.42	3.88	3.88	3.74	3.83
Total	18.83	20.64	19.63	17.74	

Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Tabel tentang harga produk tersebut dicantumkan gunanya untuk membandingkan kualitas harga setiap produk dimata konsumen. Atribut dengan tingkat kepentingan yang paling tinggi adalah atribut merek dengan skor agregat 4,14. Kemudian atribut yang penting kedua adalah kualitas dengan skor 4,09. Selanjutnya atribut label menempati skor tertinggi ketiga. Tertinggi keempat ditempati oleh atribut kemasan dengan skor 3,44. Kemudian untuk tertinggi yang kelima ditempati oleh atribut ketersediaan obat dengan skor 3,42.

Dari tabel 22, selanjutnya dihitung harga relatif, bobot (tingkat kepentingan relatif), dan PQ relatif, baik per atribut maupun total. Bobot dicari dengan membagi skor rata-rata tingkat kepentingan atribut dengan skor rata-rata total. Sedangkan performan relatif atau persepsi kualitas dihitung dengan membagi skor performan setiap atribut insektisida dengan skor rata-rata ketiga insektisida. Berikut hasil perhitungan dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 5. Harga Relatif, Bobot, dan PQ Relatif Produk Insektisida di Desa Torongrejo

Atribut Produk	Bobot	Virtako	Prevaton	Tracer
Harga Relatif		1.41	0.94	0.65
Merek	0.22	1.13	1.01	0.86
Kemasan (wadah, volume, bentuk)	0.18	1.03	1.04	0.93
Kualitas	0.22	1.11	1.01	0.88
Label (cara pakai, komposisi, dll)	0.2	1.1	1.01	0.93
Ketersediaan Obat	0.18	1.01	1.01	0.98
RELATIVE PQ TOTAL		1.08	1.02	0.92

Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Dari tabel diatas terdapat harga relatif yang dihitung dari pembagian harga masing-masing jenis insektisida dengan harga rata-rata yang terdapat pada tabel 22, harga relatif insektisida virtako adalah 1,41 artinya, harga insektisida virtako lebih tinggi sekitar 14% dari harga rata-rata. Harga relatif insektisida prevaton lebih rendah 6% dari harga rata-rata dan harga relatif insektisida tracer lebih rendah 35% dari harga rata-rata. Hal itu berarti kualitas Virtako cenderung lebih baik dikarenakan harga produknya cenderung lebih tinggi dibandingkan dua pesaingnya. Bobot relatif dicari dengan membagi skor rata-rata tingkat

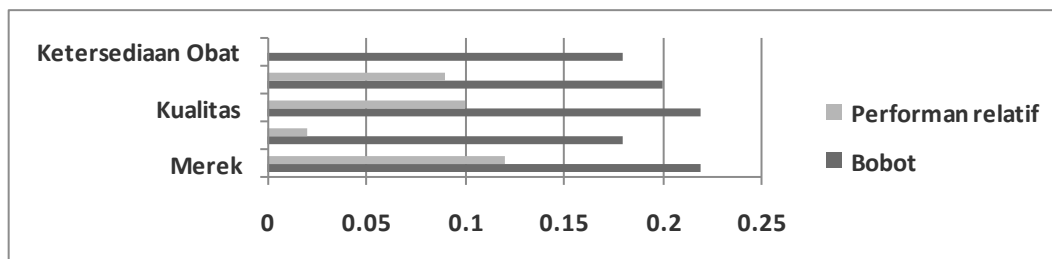
kepentingan atribut dengan skor rata-rata total. Sedangkan performan relatif atau *perceived quality* dihitung dengan membagi skor insektisida pada setiap atribut dengan skor rata-rata ketiga jenis insektisida (Simamora, 2004).

Dengan menjumlahkan performan relatif pada setiap atribut, diperoleh PQ relatif masing-masing jenis insektisida. PQ insektisida Virtako adalah 1,08, PQ insektisida Prevaton adalah 1,02, dan PQ insektisida Tracer adalah 0,92. Secara relatif kualitas Virtako lebih 6% dari Prevaton dan 16% dari Tracer. Hal itu dikarenakan Virtako lebih unggul baik dari segi kualitas maupun harga dibandingkan dua produk insektisida lainnya

Manajemen Produk

Setelah mengetahui PQ, perusahaan sebaiknya dapat memperbaiki kualitas produknya agar dapat meningkatkan PQ konsumennya. Untuk itu bisa digunakan diagram pemetaan posisi produk insektisida. Berikut adalah beberapa diagram pemetaan posisi dari masing-masing produk insektisida.

Diagram 1. Peta Posisi untuk Insektisida Merek Virtako di Desa Torongrejo

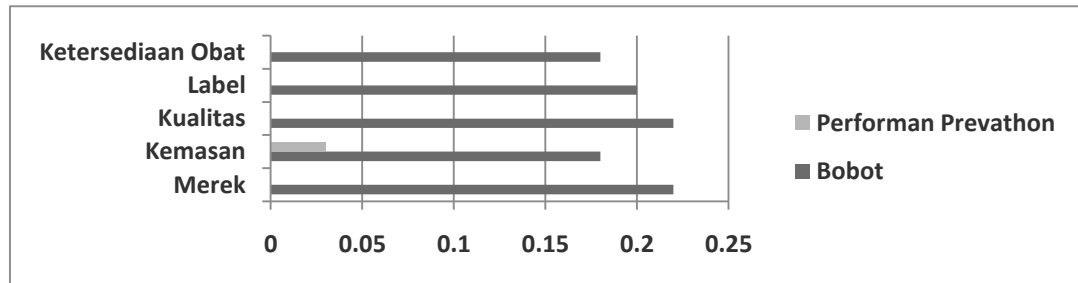


Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Diagram 1, menunjukkan pemetaan posisi performan atribut insektisida Virtako. Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa performan insektisida Virtako positif untuk semua atribut. Performan rata-ratanya sebesar 1,01, diperoleh dari jumlah ketiga relatif PQ total dibagi 3 atau diambil rata-ratanya. Nilai bobot digunakan sebagai pembanding dari performan relatif atribut produk.

Pada diagram 1, ditunjukkan bahwa atribut merek mendapat performan tinggi atau baik dimata konsumen dikarenakan Virtako merupakan merek insektisida terbaru dari PT. Syngenta dimana perusahaan ini merupakan nomor 1 di bidang perlindungan tanaman (Tricahyono dkk, 2009). Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa petani di Desa Torongrejo sangat mengenal merek Virtako ini. Namun atribut yang mendapat performan paling rendah pada peta posisi di atas adalah ketersediaan obat, hal itu dikarenakan Virtako merupakan produk baru yang masih dipromosikan di pasar tertentu saja, jadi belum menjangkau sampai tempat atau desa terpencil. Jadi, untuk atribut ketersediaan obat masih kurang mendapat performan baik dimata konsumen.

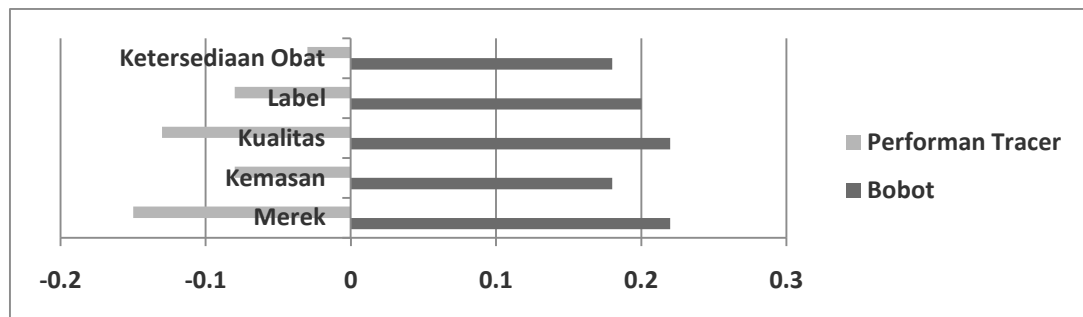
Diagram 2. Peta Posisi untuk Insektisida Merek Prevaton di Desa Torongrejo



Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Diagram 2. menunjukkan pemetaan insektisida Prevaton. Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa performans insektisida Prevaton positif untuk semua atribut. Pada atribut Merek, Kualitas, Label dan Ketersediaan Obat PQ nya masing-masing adalah 1,01 sama dengan besarnya Performans relatif. Sedangkan yang memiliki keunggulan hanya pada atribut kemasan saja, yaitu sebesar 0.03. Karena itu, produsennya dapat menggunakan atribut kemasan ini dalam keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing lainnya yang bisa diunggulkan adalah harga. Namun, syaratnya proses operasional harus efisien. Pada produk Prevathon, atribut yang masih mendapatkan performan baik dimata konsumen adalah kemasan. Karena Prevathon memiliki berbagai varian kemasan, sehingga sangat sesuai dengan kemampuan konsumen dalam membeli serta sesuai dengan kebutuhan petani akan luas lahannya.

Diagram 3. Peta Posisi untuk Insektisida Merek Tracer di Desa Torongrejo



S

Sumber : Analisis Data Primer, 2009

Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa performans insektisida Tracer negatif untuk semua atribut. Karena skornya masih jauh di bawah rata-rata. Oleh sebab itu semua atribut perlu adanya pembenahan, baik dari atribut merek, kemasan, kualitas, label dan ketersediaan obat.

Dari diagram di atas, juga ditunjukkan bahwa atribut yang paling mendapatkan performan buruk dimata konsumen adalah Merek. Hal itu dikarenakan produk tracer adalah produk yang telah lama dipasarkan, dimana merek Tracer ini kurang ampuh dalam menangani masalah hama pada tanaman. Serta penggunaannya sangat tidak efisien. Berdasarkan pengalaman petani pada saat menggunakan produk Tracer kurang mendapatkan kepuasan sehingga memilih pindah kepada produk yang lebih ampuh yaitu Virtako. Namun walaupun kalah dengan produk pesaingnya, ketersediaan produk ini sudah tersebar di desa-desa

terpencil, sehingga petani tidak sulit mendapatkan obat untuk tanaman mereka. Keunggulan lain yaitu dalam hal harga yang relatif rendah. Karena sesuai dengan prinsip ekonomi bahwa produk yang harganya rendah cenderung banyak peminatnya dibanding harga tinggi. Oleh sebab itu, walaupun performan Tracer cenderung kurang (negatif) dimata konsumen namun masih juga ada petani yang membutuhkan.

Jadi dapat disimpulkan dari ketiga pemetaan posisi di atas bahwa insektisida Virtako sebagian besar mendapatkan arsiran kesebelah kanan sumbu Y, itu berarti insektisida tersebut secara relatif memiliki PQ tertinggi dibandingkan kedua pesaingnya yaitu Prevathon dan Tracer. Walaupun skor Prevathon juga positif. Oleh sebab itu, hasil dari analisa di atas membuktikan kebenaran dari hipotesa awal, yaitu Diduga insektisida merek Virtako dari PT. Syngenta memiliki *Perceived quality* lebih tinggi dibandingkan *perceived quality* kedua pesaingnya yaitu Prevaton dari PT. Dupont dan Tracher dari Dow agrosience.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan analisa Cochran Q Test yang telah dilakukan pada 10 atribut produk insektisida, hanya terdapat 5 atribut saja yang lebih dipertimbangkan oleh konsumen produk insektisida di Desa Torongrejo. Atribut tersebut meliputi merek, kemasan, kualitas, label dan ketersediaan obat.
2. Melalui analisa *Perceived Quality*, didapatkan bahwa insektisida Virtako menduduki peringkat tertinggi dengan PQ sebesar 1.08, Sedangkan posisi kedua ditempati oleh Insektisida Prevathon dengan PQ sebesar 1.02 dan PQ terendah diduduki oleh Insektisida Tracer yaitu sebesar 0.92. Secara relatif kualitas Virtako lebih besar 6% dari Prevaton dan 16% dari Tracer. Hal ini dikarenakan dari performan kelima atribut yang ada pada produk Virtako, semuanya mendapatkan persepsi baik dimata konsumen dibandingkan kedua pesaingnya. Namun persepsi yang terbaik terdapat pada atribut merek dan kualitas (keandalan) produk. Terbukti merek Virtako telah dikenal dimana-mana dikarenakan produk ini merupakan produk yang sangat ampuh menangani permasalahan hama karena dosis yang dikandung juga tinggi, selain itu Virtako memiliki 2 bahan aktif (tiametoksan 200 gr/ lt dan klorantraniliprol 100 gr/ lt) yang sangat efektif menangani hama.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk Produsen Insektisida Tracer, sebaiknya perlu adanya pembenahan pada manajemen produknya agar tidak kalah bersaing dengan insektisida lain. Walaupun tidak bisa secara langsung dapat menyaingi produk unggulan, namun perusahaan dapat memperbaiki strategi pemasarannya yaitu dengan menjual produknya lebih kekalangan menengah ke bawah agar tetap mendapatkan keuntungan dan performan baik dimata konsumen. Karena kita lihat performan Tracer masih jauh tertinggal dibandingkan pesaingnya.
2. Pada Insektisida Prevathon, pihak produsennya lebih melakukan strategi dalam hal inovasi pada karakteristik produk disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan petani atau disesuaikan dengan kemampuan (daya beli) petani, walaupun dilakukan secara bertahap. Sehingga dengan penyesuaian ini, diharapkan petani akan terus menggunakan insektisida Prevathon ini.
3. Untuk Insektisida Virtako sebaiknya dapat mempertahankan ciri khas kualitas insektisidanya atau bahkan dapat menambah inovasi varian kemasan produk agar petani

lebih tertarik lagi dengan insektisida ini. Selain itu, sebaiknya perlu adanya pembenahan pada strategi pemasarannya, yaitu mengenai ketersediaan produk di toko. Sebaiknya produsen Virtako lebih mempromosikan dan menjual produk sampai kekalangan menengah ke bawah yang berada di desa-desa terpencil, sehingga dapat lebih diminati oleh banyak konsumen. Secara langsung, keuntungan dari perusahaan juga dapat meningkat seiring dengan meningkatnya konsumen produk ini. Bagi konsumen atau petani sebaiknya lebih melihat kualitas suatu produk apabila akan menentukan pilihan atau pembelian, karena hasil yang akan didapat setelah pembelian yaitu kepuasan konsumen itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M Shopa. 2003. *Analisis Pengaruh Persepsi Petani Terhadap Keputusan Pembelian Insektisida di Desa Tembok Rejo Kec. Gumukmas Jember*. Thesis. Universitas Muhamadiyah Malang
- Astuti, Dwi I. 2009. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Coffemix Instan Melalui Perbandingan Aplikasi Muliciri Fishbein Dan Teory Of Reason Action*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Engel (2002:3), Engel, James F, Roger D, Blackwell dan Paul W. Miniard. 1995. *Consumer Behavior*. Eight Edition. The dryden Press Orlando.217-219pp.
- Juliandi, Azuar dalam Astuti. 2009. *Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas*. Available at <http://www.azuarjuliandi.com/elearning/> (Verified 12 Nopember 2008)
- Nugroho, Bayu. 2008. *Analisis Strategi Portofolio Produk Pestisida PT. Dupont Agriculture Product Indonesia (PT. Dapi)*. Tesis. MB IPB. Available at. <http://www.Skripsi.com>. Diakses tanggal 10 Januari 2010
- Simamora, Bilson dalam anggita. 2002. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pusat Utama. Jakarta.