

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komoditas hortikultura yang banyak dibudidaya dan menjadi salah satu kebutuhan masyarakat yaitu cabai merah. Cabai merah menjadi komoditas unggulan nasional dengan daya penyusuaian dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Cabai merah juga memiliki fluktuasi harga yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh tingginya jumlah penawaran dan jumlah permintaan yang tinggi peningkatan. Pada prinsipnya semakin besar jumlah penawaran maka harga rendah, sebaliknya jika jumlah penawaran sedikit maka harga akan tinggi. Fenomena semacam ini terjadi berulang-ulang sepanjang tahun, namun masyarakat tidak takut untuk budidaya cabai merah atau membuka usaha pembenihan cabai merah sebagai peluang usaha yang memiliki nilai ekonomi tinggi (Wulandari, 2020).

Perkembangan usaha cabai merah khususnya pembenihan merupakan bagian terpenting dalam proses usaha pertanian. Maka permasalahan benih perlu mendapatkan perhatian yang lebih agar produktivitas pertanian meningkat. Ketersediaan benih bermutu akan sangat strategis karena termasuk aset penting dalam mencapai keberhasilan pada usahatani. Penggunaan serta ketersediaan benih varietas unggul bersertifikat yang memenuhi pada aspek kualitas serta kuantitas diimbangi dengan aplikasi teknologi budidaya yang lain seperti pupuk berimbang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap produktivitas. Keadaan tersebut berdampak terhadap peningkatan kebutuhan pada benih cabai oleh petani

(Chan, 2021).

Menurut BPS Kabupaten Malang Produksi cabai rawit mengalami kenaikan dari tahun 2017-2021. Puncak tertinggi produksi pada tahun 2021 dengan jumlah 836.625 kuintal. Hal ini menyebabkan tingginya pembelian benih cabai merah oleh para petani. Salah satu yang dialami oleh Toko Mulyo, menurut Sampun Soleh selaku pemilik Toko Pertanian Tani Mulyo menjelaskan bahwa sebagian besar petani cabai merah di sekitar lokasi lebih dominan membeli benih dengan merek Cakra dibandingkan merek Taruna, Bara dan Bhaskara. Dikarenakan harga benih cabai merah merek Cakra yang semakin naik. Jika ketersediaan benih cabai tercukupi, namun di sisi lain harga benih tersebut tidak sesuai dengan kesedian petani untuk membayar maka upaya untuk melakukan pemenuhan tersebut tidak berjalan dengan efektif (Sarki et al., 2022).

Beberapa penelitian serupa telah banyak dilakukan dengan komoditas yang berbeda salah satunya yaitu penelitian Syamsiah et al. (2020) dengan hasil proses keputusan pembelian petani terhadap benih padi menyatakan bahwa alasan utama atau motivasi petani dalam budidaya padi adalah untuk mendapatkan keuntungan, preferensi petani menunjukkan bahwa petani lebih menyukai benih padi varietas unggul yang memiliki beberapa karakteristik, seperti jenis beras pera, harga gabah Rp 650.000/ku, tingkat produktivitas 7-8 ton, kemasan benih 10 kg dan membeli di kios. Sedaangkan penelitian dari Muliastuti et al. (2021) mengatakan factor-faktor umum yang mempengaruhi minat beli produk pangan organik terdiri dari motivasi sehat, harga, sikap, karakteristik produk, distribusi, kepedulian terhadap norma subjektif dan lingkungan. Bedanya penelitian ini

dengan penelitian terdahulu diantaranya penentuan dalam memilih jumlah dan jenis variabel.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada proposal ini sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap minat beli ulang petani pada benih cabai merah merek Cakra ?
2. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli ulang benih cabai merah merek Cakra ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari prososal ini sebagai berikut:

1. Mengetahui preferensi konsumen terhadap minat beli ulang petani pada benih cabai merah merek Cakra
2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli ulang benih cabai merah merek Cakra

1.4 Manfaat Peneliti

Adapun manfaat dari proposal ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi yang bermanfaat bagi kelompok tani
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi refrensi untuk menambah ilmu pengetahuan secara objektif bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang
3. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi langkah awal saya untuk mengabdikan diri di masyarakat

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan diambil dari beberapa pendapat pakar ahli dalam bidangnya, akan tetapi sebagian lagi ditentukan oleh peneliti untuk kepentingan penelitian. Istilah yang diperlukan adalah yakni berikut :

1. Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap salah satu produk, dalam hal ini yakni benih cabai merah.
2. Minat beli ulang adalah sikap kecenderungan responden untuk bertindak setelah konsumen merasakan kepuasan.
3. Kualitas produk adalah kualitas suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan meliputi kesesuaian fungsi, daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi, kebaikan produk, atau atribut lainnya yang bernilai.
4. Harga adalah salah satu penentu kepuasan pelanggan. Harga dapat menentukan kepuasan terhadap manfaat atau nilai pada suatu produk.
5. Citra merek merupakan persepsi dari konsumen pada suatu produk atau perusahaan. Citra merek tidak dapat ditanamkan di pikiran konsumen dalam waktu semalam ataupun disebarkan pada satu media saja.
6. Kemasan produk merupakan wadah produk untuk melindungi produk dari berbagai macam kotoran serta sebagai sarana informasi bagi konsumen terhadap produk