

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jagung merupakan komoditas tanaman pangan yang memiliki peranan strategis dalam pembangunan nasional. Selain perannya sebagai bahan pangan bagi sebagian masyarakat Indonesia, jagung juga berkontribusi terhadap ketersediaan protein karena jagung menjadi bahan baku pakan baik ternak maupun ikan. Jagung tidak hanya digunakan sebagai bahan pangan dan pakan saja, tetapi juga digunakan sebagai bahan baku industri lainnya, seperti bahan bakar alternatif (biofuel), polymer dan lain-lain. Permintaan jagung baik untuk industri pangan, pakan, dan kebutuhan industri lainnya dalam lima tahun ke depan diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan terus bertambahnya jumlah penduduk dan juga peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat (Dirjentan, 2017).

Menyadari fungsi dan peran penting jagung tersebut, maka pemerintah berupaya untuk mewujudkan swasembada jagung melalui peningkatan produksi jagung secara berkelanjutan. Pemerintah menargetkan produksi jagung sebesar 33,13 juta ton pada tahun 2025 mendatang. Target tersebut meningkat 40,5% dibandingkan capaian produksi tahun 2016 (Dirjentan, 2017). Indonesia mempunyai potensi besar dalam meningkatkan produksi maupun produktivitas jagung. Lahan yang tersedia untuk budidaya jagung sangat luas dan persyaratan agroklimat mendukung. Upaya yang dilakukan untuk peningkatan produksi jagung antara lain melalui perluasan areal penanaman dan peningkatan produktivitas. Salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian selain melakukan teknis budidaya dengan tepat diperlukan pengembangan varietas unggul berdaya saing tinggi dan adaptif pada lingkungan tertentu (Aldillah, 2017).

Selama ini Sulawesi Selatan memberikan kontribusi cukup besar terhadap produksi jagung nasional. Sulawesi Selatan berada di peringkat kelima daerah penghasil jagung di Indonesia dengan luas panen 425.003 Ha dengan produksi sebanyak 2,389,255ton jagung (Dinas Pertanian Provinsi SulSel, 2021). Area tersebut tersebar di 24 kabupaten/Kota yang ada di Sulawesi Selatan.

Diantara daerah yang merupakan penghasil jagung di Sulawesi Selatan, Kabupaten Maros merupakan daerah yang mengalami peningkatan jumlah produksi jagung. Kabupaten Maros juga merupakan daerah yang terus mengembangkan jagung menjadi usaha unggulan. Hal ini dapat dilihat pada produksi setiap tahunnya juga mengalami rata-rata pertumbuhan 36,26% sejak tahun 2017-2021 (Dinas Pertanian Provinsis Sulawesi Selatan, 2022). Selain itu dengan melihat luas wilayah



tersedia serta didukung oleh iklim dan tanah yang subur juga
juga bertanam jagung.

Tabel 1. Luas Lahan, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Jagung di Kabupaten Maros Tahun 2017 -2021

| No | Tahun | Luas Panen (ha) | Produksi (ton) | Produktivitas (kg/ha) |
|----|-------|-----------------|----------------|-----------------------|
| 1 | 2017 | 8.239 | 37.559 | 4,56 |
| 2 | 2018 | 9.858 | 37.253 | 3,78 |
| 3 | 2019 | 9.556 | 37.998 | 3,98 |
| 4 | 2020 | 9.747 | 39.533 | 4,06 |
| 5 | 2021 | 11.287 | 66.159 | 5,86 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros dalam Angka

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros, terlihat adanya fluktuasi pada luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman jagung selama periode tahun 2017 hingga 2021. Pada tahun 2017, luas panen jagung tercatat sebesar 8.239 hektar dengan total produksi 37.559ton dan produktivitas sebesar 4,56 kg/ha. Tahun berikutnya, meskipun terjadi peningkatan luas panen menjadi 9.858 hektar, produksi justru mengalami penurunan menjadi 37.253ton dengan penurunan produktivitas menjadi 3,78 kg/ha. Pada tahun 2019 dan 2020, produksi kembali mengalami peningkatan menjadi masing-masing 37.998ton dan 39.533 ton, meskipun luas panen tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan. Produktivitas pun turut mengalami peningkatan berturut-turut menjadi 3,98 kg/ha dan 4,06 kg/ha. Peningkatan yang cukup signifikan terjadi pada tahun 2021, di mana luas panen meningkat menjadi 11.287 hektar dan produksi mencapai 66.159 ton, sehingga mendorong produktivitas jagung meningkat tajam menjadi 5,86 kg/ha.

Kabupaten Maros merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang memiliki potensi pertanian yang besar, termasuk dalam produksi jagung. Dalam usaha pertanian, pemilihan benih yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan petani memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai produktivitas yang optimal. Dalam menentukan keberhasilan dalam usahatani, benih adalah satu faktor utama. Benih yang bermutu akan menentukan keberhasilan produksi baik dari sisi kualitas maupun dari sisi kuantitas. Dengan benih yang bermutu maka akan mampu meningkatkan kesejahteraan petani melalui peningkatan produksi dan kualitas hasil panen petani. Benih bermutu ditunjukkan dengan mutu fisik yang bersih, ukuran seragam, daya kecambah dan kecempatan tumbuh yang baik (Widajati dkk, 2012).

Benih yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan petani menjadi faktor kunci dalam mencapai produktivitas yang optimal dalam usaha pertanian. Adapun varietas benih jagung yang populer di kalangan petani di Kabupaten Maros adalah merek Bisi 18, NK Sumo, NK perkasa dari Sygenta, Pioner 27 yang dikenal dengan produktivitas yang tinggi, kualitas yang baik, dan daya tahan terhadap penyakit. Dalam konteks ini, persepsi petani terhadap ekuitas menjadi penting untuk dipahami. Ekuitas, yang mengacu pada keseimbangan antara biaya dan manfaat yang diberikan oleh benih merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan petani dalam memilih dan menggunakan benih. Persepsi petani terhadap ekuitas dapat bervariasi, tergantung pada faktor-



faktor seperti pengalaman sebelumnya, kualitas benih, harga, dan ketersediaan (Rahayu *et al*, 2020).

Membangun persepsi dapat dilakukan melalui jalur merek dan memahami perilaku merek. Merek yang prestisius dapat disebut memiliki ekuitas merek yang kuat. Ekuitas merek merupakan aset dan liabilitas merek. Agar aset dan liabilitas mendasari ekuitas merek, maka aset dan liabilitas merek harus berhubungan dengan nama atau sebuah simbol sehingga jika dilakukan perubahan terhadap nama dan simbol merek, beberapa atau semua aset liabilitas yang menjadi dasar ekuitas merek akan berubah pula. Suatu produk dengan ekuitas merek yang kuat dapat membentuk landasan merek yang kuat dan mampu mengembangkan keberadaan suatu merek dalam persaingan apa pun dalam jangka waktu yang lama (Durianto dkk., 2004). Dengan semakin banyaknya jumlah pesaing di pasar, meningkat pula ketajaman persaingan di antara merek-merek yang beroperasi di pasar dan hanya merek yang memiliki ekuitas merek yang kuat yang akan tetap mampu bersaing, merebut, dan menguasai pasar. Karena itu, pengetahuan tentang variabel-variabel ekuitas merek, salah satunya adalah kesadaran merek (*brand awareness*) sangat diperlukan untuk menyusun langkah strategis dalam meningkatkan eksistensi merek.

Ekuitas Merek adalah seperangkat dari sebuah aset merek dan kewajiban yang terkait dengan merek, seperti nama dan simbol, yang menambahkan atau memberikan nilai yang ditawarkan oleh sebuah produk atau jasa kepada perusahaan dan atau kepada konsumen (Aaker,1991). Banyaknya produsen benih di Indonesia, sehingga memunculkan persaingan yang ketat dalam produk benih jagung. Produsen harus mengetahui atribut produk yang tepat karena konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk menggunakan proses kognitif terhadap atribut yang melekat pada produk. Peter (2014), produsen dapat mengetahui akan pola pikir konsumen tentang merek produk yang memiliki keunggulan, sehingga terdapat konsekuensi positif dan negatif pada produk.

Analisis mengenai persepsi konsumen terhadap ekuitas benih jagung perlu dilakukan karena konsumen dalam hal ini petani dan merek merupakan aset penting bagi perusahaan selain itu juga dengan merek yang kuat maka dapat menarik konsumen lebih banyak. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis mengenai persepsi konsumen terhadap ekuitas benih yang digunakan oleh petani di Kabupaten Maros. Widjaja (2007), ekuitas merek adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh suatu barang dan jasa kepada perusahaan atau pelanggan. Ekuitas merek diukur melalui empat dimensi yaitu brand awareness, brand association, perceived quality dan brand loyalty.

Menurut Erviana (2013), kesadaran merek adalah kesanggupan seseorang untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek dari katagori produk tertentu. Peran kesadaran merek dalam s merek tergantung dari sejauh mana tingkatan kesadaran yang merek. Pengertian asosiasi adalah segala hal yang berkaitan ngenai merek.



Novita (2020) melakukan penelitian terkait persepsi dan tingkat kepuasan petani terhadap benih padi dengan judul “Persepsi Dan Tingkat Kepuasan Petani Dalam Penggunaan Benih Padi Bersertifikasi Di Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang” Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi petani dalam menggunakan benih bersertifikasi disebabkan oleh atribut benih padi bersertifikasi bermutu. Selain itu, kemudahan dalam memperoleh benih serta produktivitas yang dihasilkan sangat baik menjadi faktor lain petani menggunakan benih bersertifikasi. Tingkat kepuasan petani dalam menggunakan benih sebesar 87,3 persen yang berarti bahwa petani sangat puas terhadap benih bersertifikasi. Atribut yang paling memuaskan petani yakni ketahanan benih terhadap rebah serta ketahanan benih terhadap hama penyakit.

Mutanyagwa *et al* (2018) melakukan penelitian mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan petani terhadap varietas benih jagung unggul dengan judul “*The factors influencing farmers’ choice of improved maize seed varieties in Tanzania*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa zona agro-ekologi, ukuran lahan, ukuran rumah tangga dan hasil berpengaruh positif terhadap kemungkinan pilihan petani terhadap varietas benih jagung unggul.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana persepsi petani di Kabupaten Maros terhadap benih jagung merek Bisi-18. Dengan demikian, adanya penelitian ini dapat memperoleh gambaran tentang tanaman Jagung dan berbagai keunggulan yang dimiliki benih yang digunakan oleh petani.

1.2. Rumusan Masalah

Persepsi petani terhadap ekuitas benih jagung menjadi penting untuk dipahami. Ekuitas, yang mengacu pada keseimbangan antara biaya dan manfaat yang diberikan oleh benih merupakan faktor yang memengaruhi keputusan petani dalam memilih dan menggunakan benih tersebut. Persepsi petani terhadap ekuitas dapat bervariasi, tergantung pada faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya, kualitas benih, harga, dan ketersediaan

Mengingat potensi besar yang dimiliki Kabupaten Maros dalam produksi jagung, bagaimana petani memilih benih jagung hibrida, yang mempengaruhi keputusan untuk memilih dan menggunakan benih serta apa saja faktor-faktor yang dianggap penting oleh petani dalam menilai kualitas benih. Secara keseluruhan, masalah yang dipecahkan dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi petani di Kabupaten Maros terhadap benih jagung hibrida, terutama terkait dengan harga, produk, distribusi, kualitas, dan ekuitas merek, serta bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan dalam memilih benih dan dapat mempengaruhi produktivitas jagung di Kabupaten Maros. Penelitian ini penting untuk memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan petani unggul dan bagaimana pemahaman tentang ekuitas merek dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan produksi jagung di



Berdasarkan uraian tersebut, maka terdapat pertanyaan penelitian yaitu bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung dari harga, produk, dan distribusi terhadap ekuitas merek melalui kesan kualitas benih jagung hibrida?

1.3. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung dari harga, produk, dan distribusi terhadap ekuitas merek melalui kesan kualitas benih jagung hibrida di Kabupaten Maros

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat kontribusi sebagai berikut:

1. Memberikan rekomendasi kepada perusahaan benih jagung tentang strategi meningkatkan ekuitas merek
2. Memberikan wawasan bagi pemerintah atau lembaga terkait untuk memahami faktor yang mempengaruhi adopsi benih unggul oleh petani



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Benih Jagung Hibrida

Benih merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan usahatani jagung, sehingga harus ditangani secara sungguh-sungguh agar dapat tersedia dengan baik dan terjangkau oleh petani. Berbagai hasil penelitian komponen ekologi yang mendukung produksi benih telah tersedia, mulai dari cara penentuan lokasi, penyiapan lahan, teknologi budidaya, sampai pengolahan dan penyimpanan benih. Namun teknologi tersebut belum dapat diterapkan secara luas, sehingga benih masih sering tidak tersedia ditingkat petani. Oleh karena itu, perlu alternatif sistem produksi yang lebih efektif dan efisien, melalui penyederhanaan prosedur dan mekanis memproduksi benih penjenis (BS), hingga benih sebar (BR) (Bahtiar, dkk, 2009).

Varietas jagung di Indonesia terdapat dua jenis yang berkembang ditingkat petani. Varietas tersebut adalah jagung komposit (bersari bebas) dan hibrida. Jagung bersari bebas yaitu hasil perkawinan silang tunggal atau perkawinan tunggal penghasil varietas yang memiliki hasil tertinggi. Sedangkan jagung hibrida merupakan perkawinan antara dua atau lebih induk yang mempunyai keunggulan, yang merupakan generasi pertama hasil persilangan antara tetua (induk) berupa galur murni, galur harapan atau bersari bebas (Risnawati, 2018).

Varietas adalah kelompok tanaman dalam jenis atau spesies tertentu yang dapat dibedakan dari kelompok lain berdasarkan suatu sifat atau sifat-sifat tertentu. Varietas dapat dibedakan oleh setiap sifat yang nyata untuk usaha pertanian dan bila diproduksi kembali akan menunjukkan sifat-sifat yang dapat dibedakan dari yang lain. Varietas unggul merupakan galur hasil pemuliaan yang mempunyai satu atau lebih keunggulan khusus seperti potensi hasil tinggi, tahan terhadap hama, tahan terhadap penyakit, toleran terhadap cekaman lingkungan, mutu produk baik, dan atau sifat-sifat lainnya serta telah dilepas oleh pemerintah. (Litbang Pertanian, 2015).

Pembentukan varietas dilakukan dengan mengadakan persilangan-persilangan antar beberapa tetua. Sebagai bahan perbaikan digunakan varietas-varietas yang sedang ditanami petani, sedang sumber sifat perbaikan diperoleh dari varietas-varietas lokal, introduksi maupun varietas unggul dan galur-galur harapan Dampak penggunaan varietas unggul telah kita rasakan, baik dalam peningkatan produksi maupun pengendalian hama dan penyakit. Penggunaan varietas unggul yang tahan terhadap hama dan penyakit bukan saja secara langsung mengurangi kehilangan hasil tetapi juga mengurangi penggunaan pestisida yang berdampak positif terhadap kelestarian lingkungan (Suwarno dan Lubis, 1985 dalam



unggul mempunyai sifat seperti produksinya tinggi, umur pendek, serangan hama dan penyakit serta sifat-sifat lain yang varietas unggul ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu varietas 1 varietas unggul bersari bebas. Pada umumnya benih yang bergantung pada kesehatan benih, kemurnian benih dan daya

tumbuh benih. Dimana penggunaan benih unggul akan menghasilkan produksi yang tinggi (Kiswanto, 2018) Varietas unggul dalam pembuatannya menggunakan teknologi yang mudah, murah, dan aman dalam penerapan serta efektif meningkatkan hasil. Teknologi tersebut mudah karena petani tinggal menanam. Murah karena varietas unggul yang tahan hama, misalnya memerlukan insektisida yang jauh lebih sedikit daripada benih yang tidak bersertifikat. Benih varietas unggul relatif aman, karena tidak menimbulkan polusi dan perusakan lingkungan (Risnawati, 2018).

Varietas unggul adalah varietas yang mempunyai keunggulan-keunggulan tertentu, seperti umur tanam yang pendek dan tahan hama penyakit yang sesuai dengan kondisi lingkungan setempat, sesuai dengan selera masyarakat dan pasar yang dipilih sendiri oleh petani bersama-sama penyuluh (Choirotunnisa, 2008). Petani sebagai pengguna benih mengalami berbagai kendala dalam memanfaatkan benih bermutu/unggul. Harga yang mahal merupakan kendala utama. Di samping itu jaminan karakteristik benih sesuai yang tertera pada label merupakan hambatan lain. Pemilihan benih jagung unggul komposit dan bermutu tidak hanya pada penampilan fisik seperti ukuran dan warna biji tetapi juga pada kualitas benih yang baik yang mampu menarik minat petani untuk membeli sesuai dengan selernya. Namun manfaat dari suatu varietas akan dirasakan oleh petani apabila benihnya tersedia dalam jumlah yang cukup dengan harga yang sesuai (Risnawati, 2018)

Berikut ini beberapa varietas jagung unggul baru yaitu:

1. Jagung varietas NASA 29

Penggunaan varietas jagung unggul baru merupakan salah satu upaya khusus dalam peningkatan produksi dan keberhasilan usahatani jagung. Balitsereal sebagai UPT Balitbangtan menghasilkan varietas jagung unggul baru yang diberi nama Nakula Sadewa 29 (NASA 29). Jagung NASA 29 merupakan hasil dari persilangan antara galur hibrida G102612 sebagai tetua jantan dan MAL03 sebagai tetua betina. Kedua tetua tersebut memiliki gen bertongkol dua (prolifik) sehingga jagung hibridanya dapat bertongkol dua dengan persentase > 70% pada kondisi lingkungan yang sesuai. Hasil persilangan calon varietas tersebut dilepas pada tahun 2017 (Triyanto, 2018). Adapun keunggulan jagung hibrida Nasa 29 yaitu:

- a. Pengisian biji pada tongkol penuh dan kelobot tertutup sempurna
- b. Rendeman biji > 80%
- c. Batang koko
- d. Tahan terhadap serangan hama daun, penyakit bulai dan busuk tongkol
- e. Mempunyai adaptasi yang cukup luas baik didataran rendah sampai dataran tinggi
- f. Memiliki gen prolifik yang dapat mencapai 70% pada dataran tinggi



3,50 t/ha dan rata-rata hasil 11,93 t/ha.

mempunyai penampilan yang sangat menarik, dimana kelobot ngga jika panen saat kondisi hujan air tidak mudah masuk oot menyebabkan biji berkecambah. Warna biji jagung orange menarik, sangat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan beli jagung dipasaran. NASA 29 diharapkan menjadi solusi untuk

menurunkan harga benih jagung hibrida yang relatif mahal ditingkat petani dan meningkatkan produktivitas nasional (Triyanto, 2018)

2. Jagung varietas Jh29

Jagung varietas Jh 29 berasal dari persilangan antara galur murni CLY231 sebagai tetua betina dengan G102612 sebagai tetua jantan (CLY 231/G102612) yang merupakan hibrida silang tunggal. Diameter batang pada varietas ini + 2,2 cm dengan bentuk batang bulat dan susunan biji pada tongkol lurus dan teratur. Penampilan varietas ini memiliki warna biji oranye dengan jumlah baris + 16-20 baris biji. Kelobot menutup sampai ujung tongkol dengan rapat. Potensi hasil sampai 13, t/ha dengan rata-rata 11,7 t/ha. Selain menghasilkan produksi tinggi jagung varietas Jh 29 memiliki keunggulan tahan terhadap penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora philippinensis* dan agak tahan penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora maydas* serta agak tahan terhadap penyakit-penyakit hawar daun dan karat daun (Balitsereal, 2021).

3. Jagung varietas Jh30

Jagung varietas Jh 30 merupakan hasil dari persilangan antara galur murni DYW 15 sebagai tetua betina dengan B112009 sebagai tetua jantan (DYW15/B112009) yang merupakan golongan silang tunggal. Penampakan jagung hibrida memiliki bentuk malai sedang terbuka, warna rambut merah, warna biji oranye kuning dengan jumlah baris biji 14-16 baris biji. Klobot pada varietas ini menutup rapat dengan baik sampai keujung tongkol. Benih Jagung varietas Jh 30 mampu beradaptasi baik dilahan dataran rendah sampai tinggi pada ketinggian 17- 1024 mdpl. Varietas ini agak tahan terhadap penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora philippinensis* dan agak tahan penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora maydis* serta agak tahan terhadap penyakit-penyakit hawar daun dan karat daun. Dengan potensi hasil 12,6 t/ha dan rata-rata hasil + 11,3 t/ha (Balitsereal, 2021)

4. Jagung varietas Jh31

Jagung varietas Jh 31 merupakan hasil persilangan antara galur murni C1301032 sebagai tetua betina dengan galur murni G102612 sebagai tetua jantan (C1301023/G102612). Varietas ini memiliki umur panen + 53 hari setelah tanam didataran rendah dan + 74 hari setelah tanam didataran tinggi dengan ukuran tongkol + 213 cm panjangnya dan + 115 cm diameternya (Balitsereal, 2021).

Varietas ini memiliki tampilan warna rambut merah, tipe bijinya semi gigi kuda, warna biji yaitu oranye serta jumlah baris 14-18 baris biji. Memiliki potensi hasil 13,6 t/ha dengan rata-rata + 12,2 t/ha. Varietas ini tahan terhadap penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora philippinensis* dan agak tahan penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora maydis* serta agak tahan terhadap penyakit-penyakit hawar daun. Keunggulan lainnya yaitu mampu beradaptasi baik pada dataran rendah sampai tinggi dengan ketinggian 17-1024 mdpl



5. Jagung varietas Jh37

Jagung varietas Jh 37 merupakan persilangan antara galur murni CLY231 sebagai tetua betina dengan galur murni MAL03 sebagai tetua jantan (CLY231/MAL03). Memiliki daun dengan bentuk pita dan pola helai agak melandai. Serta bentuk malai dengan kerapatan bulir jarang, jumlah cabang samping utama tergolong sedang dan tipe percabangan agak bengkok (Balitsereal, 2021).

Potensi hasil varietas ini yaitu 12,5 t/ha dengan rata-rata hasil + 10,7 t/ha pipilan kering dengan ukuran panjang tongkol + 17,9 cm dan diameternya + 4,7 cm. Varietas ini agak tahan terhadap penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora maydis* dan sangat tahan penyakit bulai jenis pathogen *Peronosclerospora philippinensis* dan terhadap penyakit-penyakit hawar daun dan karat daun. Keunggulan lainnya yaitu agak toleran terhadap kekeringan dan nitrogen rendah serta baik ditanam pada lahan dataran rendah (Balitsereal, 2021).

2.2. Kualitas Benih

Menurut Badan Standarisasi Nasional (2007), kualitas benih mencakup pengertian sebagai berikut:

1. Kualitas genetik

Kualitas genetik merupakan penampilan benih murni dari spesies atau varitas tertentu yang menunjukkan identitas genetic dari tanaman induknya, mulai dari benih penjenis, benih dasar, benih pokok sampai benih sebar.

2. Kualitas Fisiologik

Kualitas fisiologik menampilkan kemampuan daya hidup atau viabilitas benih yang mencakup daya kecambah dan kekuatan tumbuh benih. Bermula dari kemampuan daya hidup awal yang maksimum saat masak fisiologis dan tercermin pula pada daya simpannya selama periode tertentu, serta bebas dari kontaminasi hama dan penyakit benih.

3. Kualitas fisik

Kualitas fisik merupakan penampilan benih secara prima bila dilihat secara fisik, antara lain ukuran yang homogen, bernas, bersih dari campuran benih lain, biji gulma dan dari berbagai kontaminan lainnya, kemasan yang menarik

2.3 Persepsi

Sugihartono, dkk (2007) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat



indang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu si yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi /ang tampak atau nyata. Bimo Walgito (2008) mengungkapkan merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi ti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu.

Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.

Rakhmat (2007) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan, Suharman (2006) menyatakan: "persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia". Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian. Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

2.4. Harga

Menurut Ramli (2014), persepsi harga merupakan nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk, yang tidak selalu mencerminkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk tersebut. Dengan demikian, persepsi harga tidak hanya dipengaruhi oleh biaya produksi, tetapi juga oleh faktor lain seperti strategi pemasaran, citra merek, dan ekspektasi konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Muharam dan Soliha (2017) persepsi harga dapat diukur melalui beberapa indikator yang terdiri dari:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
5. Perbandingan harga

2.5. Produk

Mutu produk ialah keahlian suatu produk untuk melaksanakan kemampuannya, kemampuan itu terdiri dari daya tahan, keandalan, keistimewaan yang dihasilkan, kemudahan pengoperasian dan diperbaiki atribut berharga yang berbeda dari produk secara keseluruhan (Kotler, 2012). Indikator untuk variabel



bagai berikut:

duk yaitu kemampuan produk untuk tetap berfungsi dalam jangka

roduk adalah fitur tambahan dan keunggulan yang membedakan
petitor

3. Keandalan produk adalah konsistensi produk dalam memberikan performa yang sesuai dengan standar
4. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana produk memenuhi standar yang telah ditetapkan
5. Estetika produk, yang dalam konteks benih jagung hibrida mencakup aspek berikut:
 - a. Daya tumbuh, yaitu kemampuan benih untuk berkecambah dan berkembang dengan baik
 - b. Daya simpan benih, yaitu ketahanan benih terhadap penyimpanan dalam waktu tertentu tanpa mengalami penurunan kualitas
 - c. Umur panen, yaitu waktu yang dibutuhkan tanaman untuk mencapai tahap panen optimal
 - d. Potensi hasil, yaitu kemampuan tanaman dalam menghasilkan produksi sesuai dengan genetika dan faktor lingkungan

2.6. Distribusi

Saluran melalui proses aliran barang dari produsen ke konsumen dalam proses pengambilan keputusan ialah identifikasi serta pemilihan alternatif untuk solusi merupakan penyaluran distribusi (Silfanni, Ketrin, Lani, Widya Sari, 2019) Selanjutnya saluran ataupun rantai perantara, terlepas dari apakah penjual beroperasi atau memasok produsen ke konsumen merupakan saluran distribusi (Harahap, 2019)

Saluran distribusi bisa diukur dari sejumlah indikator. Untuk saluran distribusi dapat diukur berdasarkan (Heru Suciato Tjia, Suharno, 2018)

1. Ketersediaan barang adalah ketersediaan produk atau stok barang pada tahapan saluran distribusi
2. Proses pemesanan adalah distribusi dari produk ke produsen, proses pemesanan, sampai ke tangan pelanggan
3. Kecepatan dalam pengiriman adalah rute perjalanan pengiriman barang dari bata yang sudah ditentukan oleh produsen
4. Kemudahan dalam memperoleh produk adalah kemudahan mendapat suatu produk dengan pelayanan distribusi yang benar
5. Kepuasan terhadap distribusi benih adalah Kepuasan terhadap distribusi benih adalah tingkat kepuasan petani terhadap ketersediaan, kemudahan akses, kecepatan, serta keandalan dalam memperoleh benih yang dibutuhkan.

2.7. Kesan Kualitas

Menurut Ya-Hui Wang dan Chien- Cheng Lee (2016), Kualitas yang dinilai konsumen tentang keunggulan dan keunggulan produk, bukan kualitas produk yang sebenarnya. Konsumen sering kali menilai mereka berdasarkan berbagai isyarat informasi (intrinsik dan ekstrinsik) dan kemudian mereka menilai kualitas suatu produk dan membuat keputusan akhir berdasarkan kepercayaan ini. Persepsi kualitas memiliki pengaruh yang signifikan dalam evaluasi merek konsumen tentang suatu. Persepsi kualitas yang



lebih tinggi meningkatkan nilai persepsi konsumen dan kemudian memperkuat minat beli konsumen.

Menurut Faruk Anil Konuk (2018), yang menjadi indikator persepsi kualitas (perceived quality) adalah sebagai berikut:

1. Berkualitas tinggi
2. Produk unggulan
3. Berkualitas sangat baik
4. Kepuasan terhadap kualitas

2.8. Ekuitas Merek

Menurut Kotler dan Keller (2009), ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. Ekuitas merek dapat tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak dalam hubungannya dengan merek, harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang diberikan merek bagi perusahaan.

Ekuitas merek memiliki empat variabel (Aaker 1997), meliputi:

1. Kesadaran merek

Kesadaran merek adalah tingkat pengenalan atau ingatan konsumen terhadap suatu merek dalam suatu kategori produk. Semakin tinggi kesadaran merek, semakin besar kemungkinan konsumen memilih merek tersebut saat mengambil keputusan pembelian

2. Kesan kualitas

Kesan kualitas adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk berdasarkan pengalaman, informasi, dan ekspektasi mereka. Kesan ini tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik produk itu sendiri, tetapi juga oleh reputasi merek, ulasan pelanggan, dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Asosiasi merek

Asosiasi merek adalah segala hal yang dikaitkan konsumen dengan suatu merek, baik dalam bentuk atribut produk, manfaat, citra, maupun pengalaman emosional. Asosiasi merek yang kuat dapat membantu membedakan suatu merek dari pesaing dan meningkatkan nilai merek di mata konsumen.

4. Loyalitas merek

Loyalitas merek adalah kecenderungan konsumen untuk terus memilih dan menggunakan suatu merek dibandingkan dengan merek lain, meskipun ada alternatif lain yang tersedia. Konsumen yang loyal cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

2.9. Reaserch Gab

H1: Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesan kualitas



rayu Mardika ningsih dkk. (2019) pada bidang pemasaran, dianggap sebagai elemen yang penting sebelum pengambilan ebelum proses pembelian para konsumen akan membandingkan berhubungan dengan harga dari produk tertentu. Konsumen gap produk dengan harga lebih tinggi memiliki kaulitas yang lebih tersebut tidak selalu objektif.

H2: Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesan kualitas

Menurut Tjiptono (2015) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Penelitian oleh Soegihartono (2020) menyimpulkan bahwa untuk mencapai keberlangsungan usaha dengan meningkatkan kualitas produk yang lebih bagus dengan memberikan produk sesuai dengan yang diharapkan atau dibutuhkan konsumen.

H3: Distribusi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesan kualitas

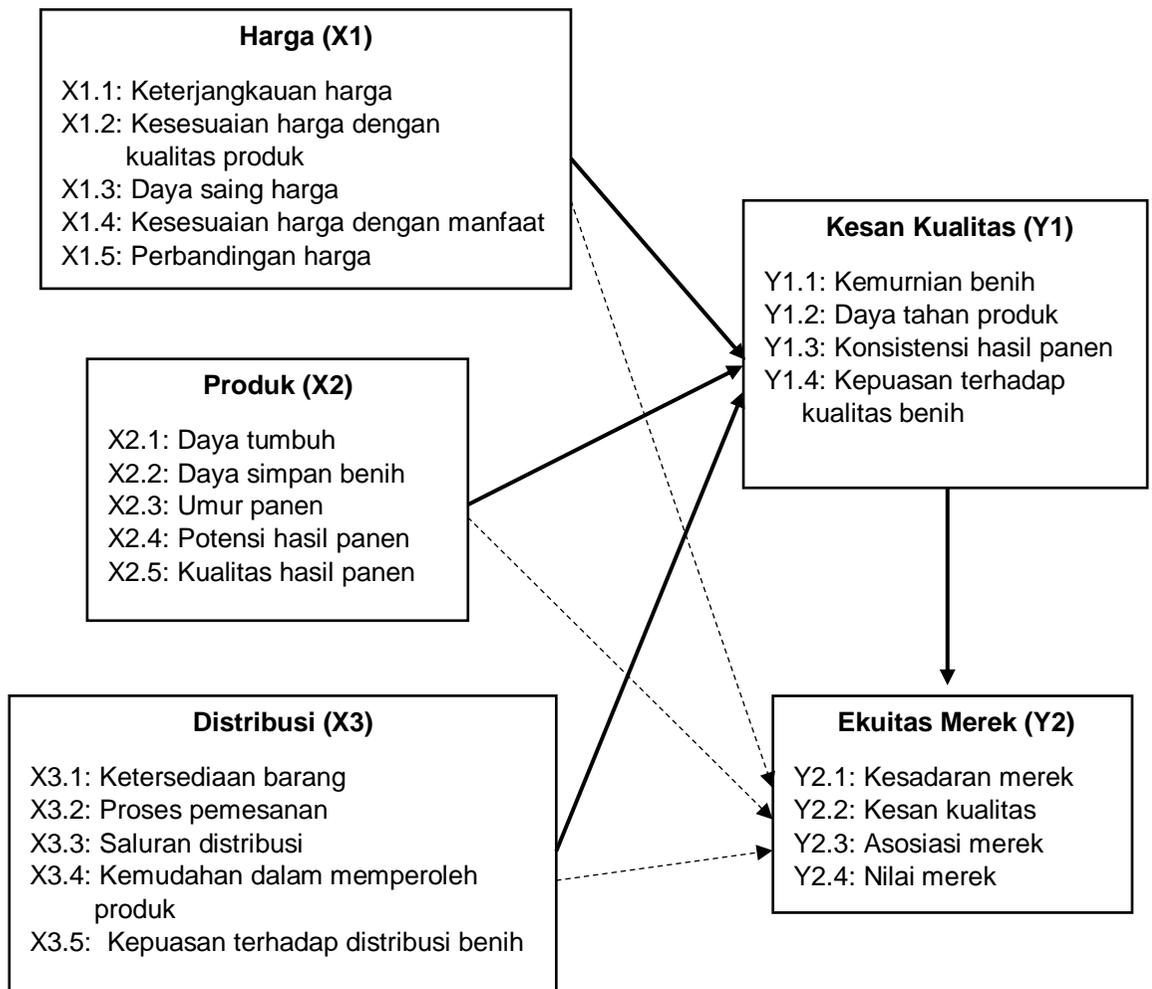
Marsila (2018) mengatakan saluran distribusi berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Jika kualitas produk baik maka pelanggan akan puas, dan juga saluran distribusi yang tepat sasaran, penyimpanan, dan alurnya dalam memasarkan produk secara baik maka penjualan secara langsung akan naik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin efisien saluran distribusi tersebut akan sangat mendukung kualitas produk.

H4: Kesan Kualitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Ekuitas Merek

Sugiarto, (2015), mengatakan persepsi kesan kualitas terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kualitas suatu produk maka akan meningkatkan ekuitas merek. Menurut Ariani Chan, (2010) elemen-elemen ekuitas merek yaitu kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek. Aaker (2007) mengatakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa yang terkait dengan maksud yang diharapkan. Persepsi kualitas mempengaruhi merek-merek mana yang dipertimbangkan untuk dipilih. Merek produk yang memiliki persepsi kualitas yang kuat memungkinkan perusahaan untuk memperkenalkan kategori produk baru kemudian diharapkan dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih besar lagi karena banyak konsumen yang loyal pada merek tersebut.



Berdasarkan hipotesis-hipotesis dan tinjauan Pustaka yang ada, dapat digambarkan kerangka hipotesis sebagai berikut:



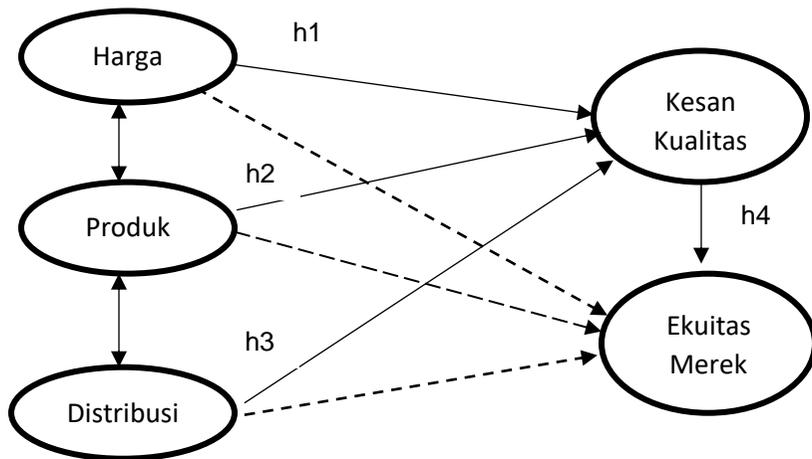
Gambar 1. Kerangka Hipotesis

2.10. Kerangka Pikir

Variabel harga, produk, distribusi, kesan kualitas dan ekuitas merek yang tidak dapat diukur secara langsung, melainkan diukur melalui indikator-indikator penentukurnya. Sehingga, digunakan model persamaan structural untuk menganalisis



iabel leten tersebut dan melihat keterkaitannya dengan indikatornya. Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut: Produk, dan distribusi terhadap kesan kualitas benih jagung hibrida, produk, dan distribusi terhadap ekuitas merek benih jagung di Maros.



Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian

