

# I. PENDAHULUAN

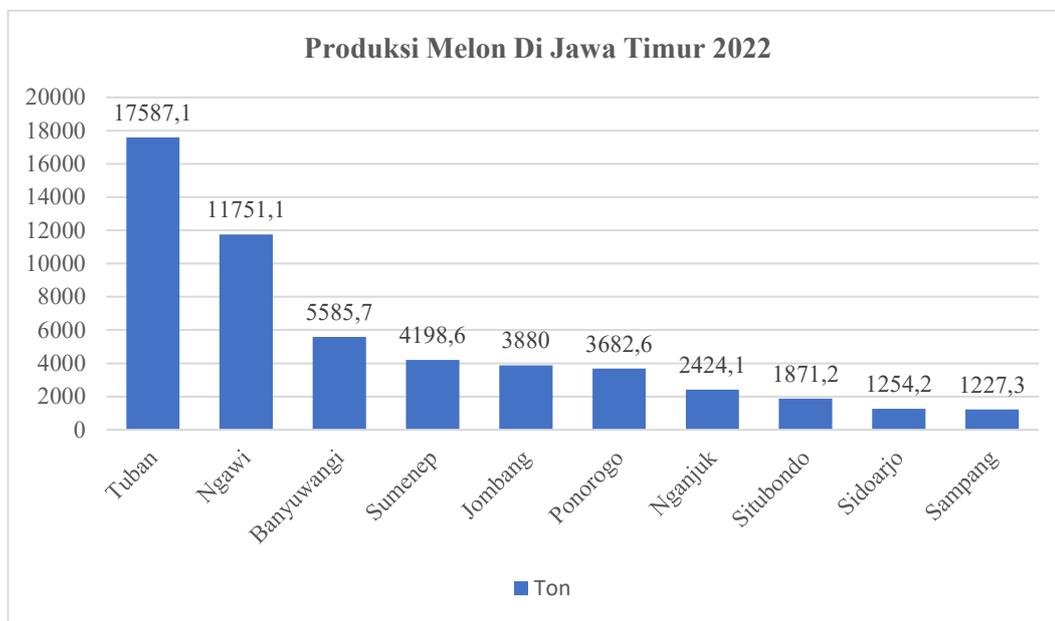
## 1.1 Latar Belakang

Kontribusi pertanian dalam pembangunan perekonomian nasional tergolong strategis, Produk Domestik Bruto (PDB) sektor pertanian menjadi salah satu dari 5 penyumbang PDB terbesar di Indonesia yaitu sebesar 12,4% dari total PDB tahun 2022 (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2022). Pertumbuhan PDB sektor pertanian senantiasa meningkat dalam 3 tahun terakhir dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,77% pada tahun 2020 dan 1,87% untuk tahun 2021 serta meningkat lagi pada tahun 2022 sebesar 2,25% (Badan Pusat Statistik, 2023). Hal tersebut menunjukkan adanya perkembangan tren yang semakin baik dalam sektor pertanian di Indonesia. Hal ini didorong dengan adanya peran fungsi pupuk yang berhasil sebagai salah satu input pertanian (Kamsurya dan Botanri, 2022).

Pupuk berpengaruh secara tidak langsung dalam pertanian, pupuk terlibat dalam kebutuhan input pertanian yaitu di subsistem hulu dimana penggunaan yang bijak dan tepat dapat mengoptimalkan produktivitas tanaman serta kesehatan tanah. Pupuk tidak hanya berfungsi sebagai penambah unsur hara, tetapi juga menjadi bagian penting dalam sistem pertanian terpadu. Ketepatan jenis, dosis, waktu, dan cara aplikasi pupuk menjadi penentu utama dalam menjaga keseimbangan ekosistem tanah serta menunjang pertumbuhan tanaman secara optimal. Penggunaan pupuk yang tepat dengan karakteristik yang dimiliki tanah dan kebutuhan tanaman dapat meningkatkan efisiensi serapan nutrisi, sekaligus menekan potensi kerusakan lingkungan akibat residu berlebihan.

Salah satu komoditas yang menjadi unggulan di Tuban yaitu tanaman melon. Melon (*Cucumis melo L*) merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang

banyak diminati oleh petani. Tanaman melon (*Cucumis melo L*) termasuk kedalam tanaman semusim tanamam melon juga merupakan tanaman menjalar atau merambat yang berbulu.



Gambar 1.1 Produksi Melon di Jawa Timur 2022

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Kabupaten Tuban merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang menjadi salah satu daerah utama penghasil melon di Indonesia. Kabupaten Tuban menempati urutan pertama penghasil melon Jawa Timur pada tahun 2022 sebesar 17.587,1 ton (Badan Pusat Statistik, 2022). Petani di Kabupaten Tuban, khususnya di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, telah mengalihkan usaha taninya dari subsektor tanaman pangan (padi) ke subsektor hortikultura (melon). Unsur hara yang paling dibutuhkan tanaman melon adalah pupuk nitrogen (N), fosfor (P), dan kalium (K). Penambahan bahan organik dan pupuk anorganik (N, P, dan K) merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan unsur hara tanaman (Riesky *et al.*, 2022).

Pupuk NPK adalah salah satu variasi pupuk campuran yang paling umum dipakai dalam sektor pertanian, perkebunan, dan tanaman industri. Konsumsi pupuk NPK di Tuban menunjukkan alokasi yang signifikan dari pemerintah untuk mendukung pertanian lokal. Pada tahun 2023, alokasi pupuk NPK mencapai 78.086.750 kilogram, yang mencerminkan kebutuhan petani untuk meningkatkan produktivitas pertanian (DKP2P, 2023). Hal ini mendorong para produsen pupuk N, P, dan K untuk meningkatkan kapasitas produksinya guna memenuhi permintaan pupuk di sektor pertanian (Fadila *et al.*, 2021).

Menurut Lisbon (2022) pemupukan pada tanaman melon dilakukan tiga kali dengan setiap aplikasi menggunakan dosis sebanyak 2,03 gram NPK 161616 per tanaman atau setara dengan 360 kilogram per hektar. Berdasarkan penelitian tersebut, berarti petani membutuhkan sekitar 360 kg setiap hektar dalam satu musim tanam melon. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua kelompok tani melon yang berada di Desa Klotok, Kabupaten Tuban. Pada tahun 2025 terdapat sekitar 50 hektar lahan pertanian yang digunakan untuk menanam melon di Desa Klotok. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan penggunaan pupuk NPK 161616 di Desa Klotok pada tahun 2025 sekitar 18 ton Pupuk NPK 161616.

Tabel 1. 1 Harga Berbagai Merek Pupuk NPK 161616

No	Merek	Harga (Rp)
1	Pak Tani	21.000
2	Mutiara	21.500
3	Tawon	21.500
4	Yaramila	23.100
5	Santagrow	21.200

Sumber : Data Sekunder (2025)

Masyarakat pada umumnya akan menilai bagus atau buruknya kualitas suatu produk yang pertama dilihatnya adalah dari “merek” produk. Karena kualitas suatu produk akan cenderung tergambar dari merek (*brand*) apa yang digunakannya. Hal

ini juga akan berdampak pada pilihan konsumen dalam membeli dari merek tersebut atau dari merek lain (Mahasa, 2020). Akhir-akhir ini muncul berbagai macam merek pupuk NPK 161616 yang sangat beragam seperti Mutiara, Pak Tani, Tawon, Yaramila, Santagrow dan lain sebagainya. Dengan cara ini, konsumen mendapatkan beragam opsi dan variasi, terutama yang berkaitan dengan atribut produk seperti harga, informasi kandungan produk pada kemasan, informasi cara penggunaan pada kemasan, informasi masa edar pada kemasan, informasi tanggal produksi pada kemasan, merek, kualitas produk, aksesibilitas, dan legalitas produk.

Salah satu perbedaan atribut pada pupuk NPK 161616 yaitu pada harga produk. Seperti pupuk NPK 161616 Pak Tani dengan harga Rp21.000, pupuk NPK 161616 Mutiara Rp21.500, pupuk NPK 161616 Tawon Rp21.500, pupuk NPK 161616 Yaramila 23.100 dan pupuk NPK 161616 Santagrow Rp21.200. Adanya atribut pada suatu produk akan menjadi unsur yang perlu diperhatikan oleh konsumen dalam menciptakan sikap rasa yang berbeda terhadap suatu produk. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Handojo dan Santoso (2022) atribut produk merupakan komponen yang berkaitan dengan suatu produk yang mampu memberikan manfaat bagi suatu produk.

Atribut produk yaitu karakteristik atau unsur yang melekat pada suatu produk dan dianggap penting oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Nurhayati, 2023). Setiap konsumen mempunyai preferensi tersendiri terhadap atribut produk, seperti kualitas, harga, kemudahan penggunaan, kemasan, dan efektivitas, yang semuanya memberikan nilai tambah dan manfaat tertentu sesuai kebutuhan mereka (Putri *et al.*, 2023). Dalam konteks pertanian, atribut

produk seperti kualitas, harga, kemudahan penggunaan, dan efektivitas sangat penting untuk dipertimbangkan, terutama dalam pemilihan pupuk. Pupuk yang memiliki atribut yang baik dapat meningkatkan produktivitas pertanian dan kualitas hasil panen, sehingga berkontribusi pada kesejahteraan petani.

Menurut Anggreni *et al.* (2024) sikap adalah evaluasi, emosi, dan kecenderungan perilaku individu yang dapat bersifat baik atau buruk dan bertahan lama terhadap suatu objek atau gagasan. Sedangkan menurut Ahmad dan Purnama (2021), sikap merupakan bentuk ungkapan ketertarikan atau ketidaksukaan seseorang terhadap suatu hal, dan sikap terhadap merek tertentu sering kali mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen. Sikap yang positif terhadap suatu merek akan mempermudah konsumen untuk memilihnya. Di sisi lain, sikap negatif dapat menghalangi konsumen dari melakukan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen mencerminkan perasaan mereka terhadap produk, baik dalam hal suka maupun tidak suka. Selain itu, sikap juga mencerminkan kepercayaan konsumen mengenai berbagai atribut dan manfaat dari produk tersebut.

Menurut Wahyuni *et al.* (2022) perasaan senang pelanggan karena harapan mereka terpenuhi oleh barang atau layanan yang dibeli, menyebabkan mereka membeli lagi, itulah yang disebut sebagai kepuasan konsumen. Lebih lanjut, kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk pandangan mereka setelah membeli dan muncul sebagai dampak baik atau buruk dari apa yang mereka rasakan sendiri saat menggunakan produk atau layanan tersebut. Hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen jika mereka merasa puas dengan produk olahan tersebut.

Namun, sikap petani terhadap penggunaan pupuk NPK 161616 dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk pengetahuan, pengalaman, dan persepsi mereka terhadap atribut-atribut pupuk tersebut. Sikap petani terhadap penggunaan pupuk dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti pengetahuan, pengalaman, dan persepsi terhadap atribut produk seperti kandungan nutrisi, cara penggunaan, masa edar, legalitas, harga, merek, dan kualitas. Faktor-faktor ini sangat menentukan tingkat adopsi pupuk yang tepat dan berdampak pada hasil pertanian (Sudarman dan Pertiwi, 2023). Selain itu, sampai saat ini belum banyak kajian yang secara spesifik mengevaluasi bagaimana petani memandang atribut dari pupuk yang mereka gunakan, terutama terkait kualitas, harga, kemudahan mendapatkan pupuk tersebut di Desa Klotok, Kabupaten Tuban. Memahami sikap petani terhadap atribut-atribut ini sangat penting untuk meningkatkan adopsi pupuk yang tepat dan, pada akhirnya, meningkatkan hasil pertanian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap petani melon terhadap atribut pupuk NPK 161616 di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, Tuban?
2. Bagaimana kepuasan petani melon terhadap atribut pupuk NPK 161616 di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, Tuban ?
3. Apa saja atribut-atribut pupuk NPK 161616 yang perlu ditingkatkan bagi petani melon di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, Tuban?

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis sikap petani melon terhadap atribut pupuk NPK 161616 di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, Tuban.
2. Menganalisis kepuasan petani melon terhadap atribut pupuk NPK 161616 di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, Tuban.
3. Menganalisis atribut-atribut pupuk NPK 161616 yang perlu ditingkatkan bagi petani melon di Desa Klotok, Kecamatan Plumpang, Tuban.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi peneliti, produsen pupuk NPK 161616, pembaca, dan perguruan tinggi. Berikut beberapa manfaat yang diharapkan yaitu :

1. Bagi peneliti, sebagai sarana pengimplementasi pengetahuan serta pelatihan dalam upaya menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.
2. Bagi produsen pupuk NPK 161616, sebagai tambahan informasi serta pemahaman mengenai preferensi konsumen untuk pengembangan produksi pupuk NPK 161616.
3. Bagi pembaca, sebagai sarana informasi dan inspirasi untuk penelitian selanjutnya.
4. Bagi perguruan tinggi, sebagai sumber referensi dan tambahan pengetahuan untuk penelitian lebih lanjut mengenai analisis sikap dan kepuasan pelanggan di masa mendatang.