

II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Benih padi inbrida

Benih padi inbrida adalah tanaman yang menyerbuk sendiri atau terjadi secara alami. Kondisinya adalah homozygot-homogen dan cara perbanyakannya dengan benih keturunan. Menurut Satoto *et al* (2009), varietas murni dapat juga diartikan sebagai varietas inbrida yang perbanyak benihnya dilakukan melalui penyerbukan sendiri. Benih padi inbrida varietasnya macam-macam seperti Mekongga, Ciherang, Situ bagendit, IR 64, Inpari dan lain-lain. Benih padi inbrida banyak digunakan oleh petani karena harganya yang murah dan turunan dari benihnya dapat ditanam kembali atau tidak satu kali tanam berbeda dengan benih padi hinbrida. Sehingga apabila petani ingin kembali menanam padi dengan varietas benih inbrida maka petani tidak perlu untuk membeli benih lagi cukup melakukan pembibitan turunan dari benihnya. Menurut Wahab *et al* (2017) benih padi inbrida mempunyai beberapa keunggulan yang menyebabkan benih padi dengan varietas ini banyak digunakan oleh petani. Keunggulan benih padi inbrida yaitu sebagai berikut:

- a. Padi inbrida mempunyai produktivitas tinggi yaitu hasil yang dicapai (output) lebih tinggi dibandingkan dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (input), jumlah butiran padi pada tiap-tiap malai banyak >250. Sehingga akan menghasilkan potensi hasil yang tinggi yaitu 5–10 ton/ha. Contohnya jenis benih padi Ciherang rata-rata hasilnya sebesar 6 ton/ha,

Mekongga rata-rata hasilnya sebesar 5-7 ton/ha dan jenis benih padi Inpari-30 potensi hasil 7-9,6 ton/ha. Bentuk gabah dari benih padi inbrida rata-rata mempunyai bentuk gabah yang panjang rapping dan berwarna kuning bersih. Mempunyai tingkat kerontokan sedang.

- b. Padi inbrida beranak banyak yaitu anakan yang dihasilkan pada setiap indukan banyak. Semakin banyak anakan pada tanaman padi akan semakin banyak malai (sekumpulan bunga padi) yang terbentuk sehingga akan meningkatkan produksi yang dihasilkan.
- c. Tahan hama dan penyakit, benih padi inbrida dengan varietas Inpari-30 agak rentan terhadap wereng batang coklat 1, 2, dan 3, agak rentan terhadap hawar daun bakteri patotipe III, IV dan VIII. Varietas Mekongga tahan terhadap wereng batang coklat biotipe 2 dan 3. Tahan terhadap hawar daun bakteri patotipe III dan IV. Varietas Ciherang agak tahan terhadap wereng batang coklat biotipe 2 dan 3, agak tahan terhadap hawar daun bakteri patotipe IV.
- d. Padi inbrida mempunyai umur panen yang cepat yaitu dengan umur panen 111–125 hari setelah semai. Benih padi inbrida dengan varietas Inpari-30 mempunyai umur tanam 111 hari setelah semai. Varietas Ciherang dan varietas Mekongga mempunyai umur tanam 116-125 hari setelah menyebar.
- e. Padi inbrida mempunyai pertumbuhan tanaman yang seragam, tanaman benih padi inbrida adalah tanaman benih padi yang bersifat homozygot homogen sehingga pertanamanya akan seragam atau homogen.

- f. Benih padi inbrida bersifat homozygot artinya padi dapat dijadikan sebagai benih. Padi dapat turunkan kembali atau tidak satu kali tanam. Untuk menaman padi kembali dengan jenis padi inbrida petani tidak perlu membeli benih lagi, cukup dengan melakukan pembibitan turunan dari padi dengan memperhatikan dan mempertahankan kemurnian benih sehingga akan tetap menghasilkan padi dengan kualitas yang bagus.
- g. Padi inbrida mempunyai batang yang kuat dan kulit batang yang tebal sehingga mampu menyangga berat dari butir-butir padi yang terdapat di malai dan tahan terhadap terpaan angin. Padi Inbrida mempunyai tinggi batang rata-rata dibawah 115 cm dan kekuatan batang diatas 0,5 kg. Semakin tinggi tanaman padi makan akan semakin rentah rebah. Bentuk tanaman padi inbrida dengan jenis Ciherang mempunyai bentuk tanaman yang tegak, dan mempunyai tingkat kerebahan sedang. Varietas Inpari-30 mempunyai tinggi tanaman 101 cm, Ciherang 91-106 cm dan Mekongga 107-115 cm.
- h. Padi inbrida dapat memanfaatkan pupuk yang diberikan dengan sebaik-baiknya atau dalam penggunaan pupuknya efisien.
- i. Tekstur nasi yang dihasilkan oleh padi inbrida adalah pulen karena padi inbrida mempunyai kadar amilosa yang rendah, dan untuk tekstur nasi pulen dipengaruhi oleh komposisi komponen penyusun pati dalam butir beras yaitu amilosa. Kadar amilosa yang rendah akan menghasilkan tekstur nasi pulen atau lengket. Padi inbrida varietas Ciherang dan Mekongga mempunyai kandungan amilosa yang cukup rendah yaitu 23% sehingga

tekstur nasi yang dihasilkan adalah pulen, dan varietas Inpari-30 mempunyai kandungan amilosa yang lebih rendah 22,4% sehingga tekstur nasi yang dihasilkan lebih pulen.

2. Benih Bermutu

Benih bermutu mempunyai pengertian bahwa benih tersebut varietasnya benar dan murni, mempunyai mutu genetis, mutu fisiologis dan mutu fisik yang tertinggi sesuai dengan mutu standar pada kelasnya. Benih bermutu menjadi syarat utama dalam memaksimalkan hasil produksi tanaman padi. Benih bermutu merupakan benih berlabel dengan tingkat kemurnian dan daya tumbuh yang tinggi. Ciri benih bermutu adalah benih murni dari suatu varietas, berukuran penuh dan seragam, daya tumbuh baik, bebas dari biji gulma, penyakit, hama, atau bahan lainnya. Umumnya penggunaan benih bersertifikat masih belum cukup disadari manfaatnya oleh petani. Petani masih mempergunakan benih hasil turunan sebelumnya. Sulit dan mahalnya memperoleh benih berkualitas dengan bukti label pada benih menyebabkan petani tidak berminat untuk menggunakan benih bersertifikat. Padahal benih dengan kualitas baik dapat meningkatkan hasil produksi padi (Komalasari 2014).

Benih bermutu harus memenuhi kriteria 6 tepat yaitu tepat varietas, tepat mutu, tepat jumlah, tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, dan tepat pelayanan (Sadjad 1993). Untuk menjaga kelangsungan dan keamanan hayati melalui SK Menteri Pertanian No. 460/KPTS/II/1971, pemerintah membagi benih dalam empat kelas benih (Sadjad 1993), yaitu.

a. Benih Penjenis atau *Breeder Seed* (BS)

Merupakan benih yang dihasilkan oleh instansi yang ditunjuk atau dibawah pengawasan pemuliaan tanaman dan Lembaga Penelitian dan Perguruan Tinggi. Benih ini jumlahnya sedikit dan merupakan sumber untuk perbanyak benih dasar. Khusus untuk benih penjenis tidak dilakukan sertifikasi. Benih ini masih murni dan diberi label putih

b. Benih dasar atau *Foundation Seed* (FS)

Benih (FS) adalah benih dasar yang dihasilkan dari perbanyak benih penjenis (BS) yang diproduksi di bawah bimbingan intensif dan pengawasan yang ketat, sehingga varietas yang tinggi dan identitas genetisnya dapat dipelihara. Benih ini diproduksi oleh instansi atau penangkar benih sesuai ketentuan Badan Benih Nasional yang disertifikasi oleh 8 sub Direktorat Pembinaan Mutu Benih Direktorat Tanaman Pangan dan diberi label putih.

c. Benih Pokok atau *Stock Seed* (SS)

Benih pokok adalah benih yang diperbanyak dari benih dasar atau benih penjenis. Perbanyak ini dilakukan dengan memperhatikan tingkat kemurnian varietas, memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan dan disertifikasi oleh instansi yang berwenang dan diberi label ungu.

d. Benih Sebar atau *Ekstension Seed* (ES)

Benih sebar adalah hasil perbanyak dari benih penjenis, benih dasar atau benih pokok yang akan disebarkan kepada petani dengan menjaga tingkat kemurnian varietas yang memenuhi standar mutu benih yang telah ditetapkan dan telah disertifikasi sebagai benih sebar. Benih ini diberi label biru.

3. Benih bersertifikat

Sumber benih bagi petani di Indonesia terdiri atas dua sistem, yaitu benih bersertifikat (perbenihan formal) dan benih biasa (perbenihan informal). Kedua sistem ini memiliki profil yang berbeda. Hal yang membedakan benih bersertifikat dengan benih biasa adalah benih bersertifikat biasanya dicirikan oleh produksi yang terencana, pengolahan benih dengan tingkat mekanisme tertentu, penawaran varietas yang jelas (baku), dipasarkan dalam kemasan yang teridentifikasi, dan menerapkan jaminan mutu sampai tingkat tertentu, sehingga gabah yang dihasilkan akan sangat jelas berbeda dengan gabah. Sedangkan benih biasa tidak memiliki ciri-ciri seperti tersebut, gabah yang terlihat baik secara visual dapat dianggap sebagai benih biasa. Benih biasa yaitu berupa gabah yang disisihkan dari sebagian hasil panen musim sebelumnya (Nugraha 2008). Benih bersertifikat adalah benih yang telah melalui proses sertifikasi benih tanaman setelah melalui pemeriksaan, pengujian, dan pengawasan dimana hasilnya memenuhi semua persyaratan untuk diedarkan atau dipasarkan untuk usaha tani.

4. Atribut produk

Menurut (Nazir 2005) atribut diartikan sebagai variabel-variabel yang tidak bisa dimanipulasikan ataupun sukar dimanipulasikan. Sedangkan menurut (Sumarwan 2002), seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan profil atau ciri atau atribut dari produk tersebut. Atribut tersebut dibedakan menjadi dua, yaitu atribut fisik (menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk), dan yang kedua ialah atribut abstrak (menggambarkan profil subyektif dari suatu

produk berdasarkan persepsi konsumen). Engel *et al* (1994) mengemukakan bahwa atribut produk adalah profil suatu produk yang berfungsi sebagai atribut evaluatif selama pengambilan keputusan. Para konsumen dapat memberikan penilaian dengan melakukan evaluasi terhadap atribut produk dan pemberian kekuatan kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh suatu produk.

Atribut produk terdiri dari tiga tipe, yaitu ciri-ciri atau rupa (*feature*), fungsi (*function*) dan manfaat (*benefit*). Ciri-ciri dapat berupa suatu ukuran, estetis, profil, komponen atau bagian-bagiannya, bahan dasar, maupun merek dan lain-lain. Adapun untuk manfaat dapat berupa kegunaan, kesenangan yang berhubungan dengan panca indera, manfaat juga dapat berupa manfaat langsung dan manfaat tidak langsung. Sementara atribut fungsi jarang digunakan sebagai ciri-ciri atau manfaat, sehingga kekuatan kepercayaan para konsumen terhadap suatu produk ditunjukkan oleh pengetahuan konsumen pada atribut suatu produk dan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Oleh karena itu, perlu memahami atribut apa saja yang ada dalam produk dan atribut mana yang dianggap paling penting oleh konsumen dari suatu produk.

5. Perilaku konsumen

Engel *et al* (1994) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa. Termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakannya. Schiffman *et al* (2000) dalam Prasetijo (2004) mendefinisikan perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari,

membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Disiplin perilaku konsumen adalah salah satu cabang dari ilmu sosial, dengan memanfaatkan metode riset yang berasal dari disiplin psikologis, sosiologis, ekonomi dan antropologi dalam meneliti perilaku manusia sebagai konsumen. Riset perilaku konsumen terdiri atas tiga perspektif yaitu perspektif pengambilan keputusan, perspektif eksperiensial (pengalaman), dan perspektif pengaruh perilaku. Ketiga perspektif ini sangat mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perspektif pengambilan keputusan, mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan masalah. Perspektif eksperiensial (pengalaman), konsumen sering kali membeli suatu produk karena alasan untuk kegembiraan, fantasi, ataupun emosi yang diinginkan. Perspektif pengaruh behavioral adalah perilaku konsumen yang sangat dipengaruhi oleh faktor luar seperti program pemasaran yang dilakukan oleh produsen, faktor budaya, faktor lingkungan fisik, faktor ekonomi dan undang-undang. Serta pengaruh lingkungan yang kuat membuat konsumen melakukan pembelian (Sumarwan 2017).

6. Sikap

Sikap merupakan salah satu komponen penting dalam perilaku pembelian. Dalam proses pengambilan keputusan, sikap merupakan salah satu dari dua variabel pemikiran dalam sisi psikologi seseorang konsumen. Variabel pemikiran lainnya adalah kebutuhan (Rangkuti 2003). Sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan (Kloter 1997). Menurut Schiffman *et al* (2008) sikap merupakan ekspresi yang mencerminkan perasaan (*inner feeling*), apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon secara konsisten terhadap suatu objek yang diberikan, seperti halnya suatu merek.

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan sebuah produk. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*believe*) dan perilaku (*behavior*). Kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atribut dan manfaatnya. Pengetahuan konsumen mempunyai keterkaitan erat dengan pembahasan sikap. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, atribut dan manfaat produk menggambarkan persepsi konsumen, oleh karena itu kepercayaan suatu produk antar konsumen berbeda-beda.

Menurut Grim dalam (Sumarwan 2011) *tricomponent attitude model*, sikap konsumen terdiri dari 3 komponen utama, yaitu :

1. Komponen kognitif terdiri atas pengetahuan dan persepsi yang didapat dari kombinasi pengalaman langsung dan informasi dari berbagai sumber.
2. Komponen afektif adalah emosi atau perasaan tentang suatu produk atau merek.
3. Komponen konatif adalah konsep sikap terkait dengan konsep keyakinan dan perilaku (behavioral) yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan erat dengan objek sikap (produk atau merek tertentu)

Model sikap menurut Fishbein menjelaskan bahwa sikap seseorang dapat dibentuk oleh komponen kepercayaan (*beliefs*) dan perasaan (*feelings*) menurut (Simamora 2002). Model sikap Fishbein didasarkan pada pemikiran bahwa sikap dibentuk oleh komponen kepercayaan dan evaluasi. Model sikap multiatribut Fishbein ini dapat menjelaskan dua komponen yaitu 1) komponen sikap, komponen ini bersifat interval individu, berkaitan langsung dengan objek penelitian dan atribut-atribut langsungnya yang memiliki peran penting dalam ukuran perilaku dan akan menentukan tindakan yang dilakukan. Komponen ini tidak dipengaruhi faktor eksternal. 2) Komponen norma subyektif, komponen ini bersifat eksternal individu yang berpengaruh terhadap perilaku individu. Komponen ini dapat dihitung dengan cara mengalihkan antara nilai keyakinan normatif individu terhadap atribut dengan motivasi bersetuju terhadap atribut tersebut (Umar 2005).

7. Teori tindakan beralasan

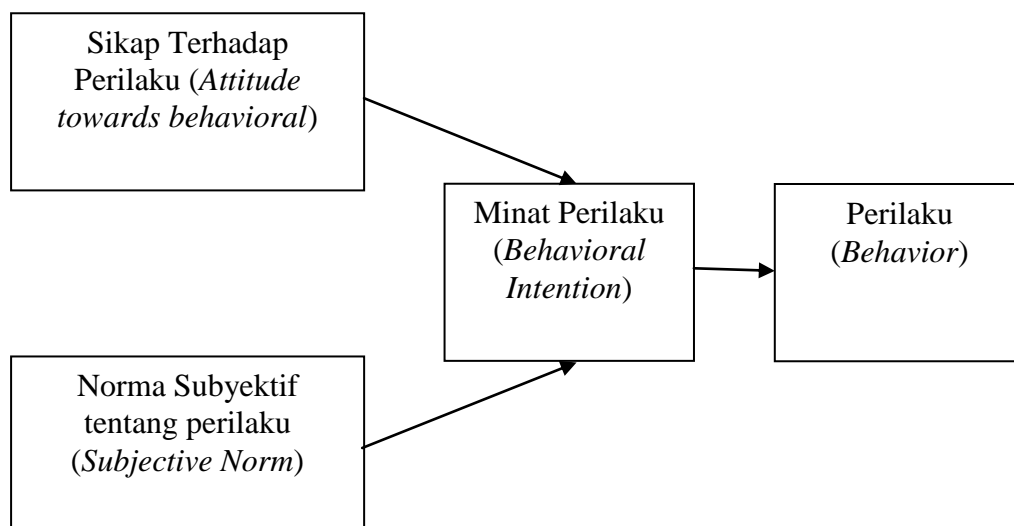
Menurut (Sumarwan 2017) dalam model ini yang dinilai adalah sikap terhadap perilaku atau *attitud behavior* (Ab). Sikap seorang konsumen terhadap suatu objek seringkali tidak terkait secara kuat dengan perilakunya. Oleh karena itu, Ajen dan Fishbein membangun model multiatribut sikap yang menghubungkan antara kepercayaan dan sikap konsumen dengan kecenderungan (*intention*) perilaku. Dalam teori ini pengertian sikap ditekankan pada sikap dalam bertindak bukan sikap terhadap objek. Teori tindakan beralasan menggabungkan komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif. Teori ini diatur dengan pola yang berbeda dari pola model tiga komponen.

Teori tindakan beralasan mengatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan, dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal. Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma subyektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita mengikuti yang orang lain perbuat. Ke tiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subyektif membentuk suatu intensi atau niat untuk berperilaku tertentu.

Menurut Schiffman *et al* (2008) model *Theory of reason action model*, untuk memahami maksud dan mengukur norma subyektif yang mempengaruhi maksud individu untuk bertindak. Norma subyektif diukur secara langsung

dengan menilai perasaan konsumen seperti juga orang lain (keluarga, teman, media, penjualan dan lain-lain).

Keyakinan normatif dan motivasi untuk mengikuti pendapat orang lain akan menentukan norma subyektifnya. Secara garis besar bahwa minat untuk berperilaku dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tecermin pada sikap seseorang dan faktor eksternal tecermin pada pengaruh orang lain (norma Subyektif) terhadap prilaku keputusan yang diambil.



Gambar 1 Teori Sikap Terhadap Perilaku (*Theory of Reasoned Action*)

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa terdapat fungsi dari dua determinasi dasar, yaitu pertama sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan kedua adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang bersangkutan yang disebut dengan norma subyektif. Secara sederhana teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila seseorang tersebut memandang perbuatan itu positif dan percaya bahwa orang lain juga ingin melakukannya.

$$Ab = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

- Ab = Sikap terhadap melakukan perilaku atau tindakan tertentu.
 bi = Kepercayaan melakukan perilaku atau tindakan yang berakibat kepada konsekuensi ke i.
 ei = Evaluasi terhadap konsekuensi i.
 n = Jumlah kepercayaan terhadap perilaku yang relevan.

1) Kepercayaan

Kepercayaan bahwa perilaku akan menghasilkan suatu keluaran atau kepercayaan terhadap adanya konsekuensi karena melakukan perilaku (*belief that the behaviour leads to certain autocomes* atau *about consequences of engaging in the behaviour*).

2) Evaluasi

Evaluasi terhadap keluaran atau evaluasi terhadap konsekuensi dari kepercayaan (*evaluation of outcomes* atau *evaluative aspects of beliefs about consequences*).

a. Menghitung norma subyektif (SN)

$$SN = \sum_{k=1}^k (b_k)(m_k)$$

- SN = Norma subyektif mengenai perilaku tertentu.
 b_k = Kepercayaan normatif untuk melakukan perilaku atau tindakan tertentu.
 m_k = Motivasi yang sejalan dengan kelompok acuan ke k.
 k = Jumlah referensi.

1) Kepercayaan normatif

Kepercayaan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka berpikir saya seharusnya atau tidak melakukan perilaku atau kepercayaan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan.

2) Motivasi

Motivasi yang sejalan dengan kepercayaan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan.

b. Menghitung minat perilaku

$$B \sim BI = W1 (Ab) + W2 (SN)$$

B = Perilaku atau tindakan yang sesungguhnya yang diduga sama dengan kecenderungan melakukan tindakan tersebut BI.

BI = Kecenderungan melakukan perilaku atau tindakan tertentu.

W1 dan W2 = Bobot yang ditentukan secara empiris yang menggambarkan pengaruh yang relatif dari AB dan SN terhadap kecenderungan melakukan perilaku atau tindakan tertentu.

Ab = Sikap terhadap melakukan perilaku atau tindakan tertentu.

SN = Norma subyektif mengenai perilaku tertentu.

8. Karakteristik sikap

Sikap mempunyai beberapa profil yaitu sikap mempunyai arah, objek, konsisten sikap, intensitas sikap, keyakinan sikap, situasi dan spontanitas. Arah disini maksudnya memiliki dimensi positif, negative dan netral disebut sebagai profil *valance* dari sikap. Sikap memiliki objek, objek yang dimaksud adalah terkait dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran seperti produk, merek, iklan, harga, kemasan, penggunaan, media dan sebagainya. Konsisten sikap adalah gambaran perasaan dari seorang konsumen dan perasaan tersebut akan direfleksikan oleh perilakunya, konsisten merupakan kesesuaian antara pernyataan

sikap dengan responnya, atau tidak adanya kebimbangan dalam bersikap. Intensitas yang dimaksud adalah kekuatan sikap itu sendiri, dimana setiap orang belum tentu mempunyai kekuatan sikap yang sama. Dua orang yang sama-sama memiliki sikap positif terhadap sesuatu, tidak menutup kemungkinan adanya perbedaan kekuatan sikapnya. Keyakinan sikap yang dimaksud adalah kepercayaan konsumen mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya. Situasi adalah suatu keadaan yang akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek. Spontanitas yaitu sejauh mana kesiapan subjek untuk menyatakan sikapnya secara spontan. Suatu sikap dapat dikatakan mempunyai spontanitas yang tinggi, apabila sikap dinyatakan tanpa perlu pengungkapan atau desakan agar subjek menyatakan sikapnya (Sumarwan 2017).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Rini Dwi Astuti, Rosihan Asmara dan Pujiyanti Rahayu, tahun 2010. Dengan judul “*Analisis Sikap Dan Norma Subyektif Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Petani Terhadap Pupuk Organik Kemasan*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku petani dalam mengambil keputusan pembelian terhadap pupuk kemasan organik kemasan setelah dipengaruhi oleh faktor sikap dan norma Subyektif. Penelitian ini menggunakan landasan teori *reasoned action*. Hasil penelitian tersebut adalah mayoritas sampel di lokasi penelitian akan cenderung untuk melakukan pembelian terhadap pupuk organik kemasan. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya jumlah sampel yang “mungkin beli” dan “pasti beli” dibandingkan dengan jumlah sampel yang “mungkin tidak beli” dan “pasti tidak beli”. Hasil evaluasi tingkat

atribut, atribut yang paling tinggi skornya adalah atribut jumlah panen dan kualitas hasil dengan skor sama yaitu 3,96. Hubungan sikap dan keinginan bertindak bahwa sikap positif konsumen tidak selalu diikuti dengan tindakan membeli karena dalam mengambil keputusan pembelian sampel tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal (sikap) tapi juga faktor eksternal yaitu norma subyektif. Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa NB yang tinggi tidak harus diikuti dengan MC yang tinggi. Kelompok yang paling memotivasi sampel dalam semua strata adalah kelompok tani dengan skor tertinggi NB3 (3,6) dan MC3 (3,7). Dari hasil penelitian ini juga diketahui semua strata faktor memiliki bobot W1 lebih besar dari W2 artinya bahwa perilaku sampel lebih banyak dipengaruhi oleh faktor norma subyektif dibanding faktor sikap sampel. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa variabel norma subyektif lebih dominan mempengaruhi perilaku (B/B1) dibandingkan sikap (AB).

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Syamsiah, Rita Nurmalina dan Anna Fariyanti 2015, dengan judul "*Analisis Sikap Petani Terhadap Penggunaan Benih Padi Varietas Unggul Di Kabupaten Subang Jawa Barat*". Alat analisis yang digunakan yaitu tabulasi deskriptif untuk mengidentifikasi profil sampel secara deskriptif dan analisis Fishbein untuk menganalisis sikap konsumen. Hasil analisis sikap *multiatribut Fishbein* menunjukkan bahwa sikap petani terhadap benih padi varietas IR42 lebih baik dibandingkan benih padi varietas Ciherang dan IR64. Hal tersebut karena IR42 mempunyai harga gabah, produktivitas, tahan terhadap hama dan penyakit serta kemudahan menjual gabah (pasar yang tersedia) lebih tinggi dibandingkan Ciherang dan IR64. Harga gabah merupakan atribut yang

sangat penting dari varietas benih karena akan menentukan keuntungan, hal ini ditunjukkan dengan nilai bi tertinggi yaitu 4,89. Selanjutnya atribut yang dinilai penting produktivitas, tahan hama penyakit serta kemudahan menjual. Sebagai atribut kedua, ketiga dan keempat dengan nilai 4,57, 4,18 dan 4,14. Dengan menggunakan analisis Fishbein dapat dihasilkan perhitungan nilai sikap konsumen (Ao), secara keseluruhan untuk tiga varietas benih, nilai sikap konsumen terhadap benih padi varietas IR42 (307,46) lebih tinggi dibandingkan varietas Ciherang (275,38) dan IR64 (261,80). Dapat diartikan secara keseluruhan konsumen lebih menyukai varietas IR42 dibandingkan varietas Ciherang dan IR64.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Adiyoga witono, Suwandi dan Kartasih, A tahun 2014. Dengan judul "*Sikap Petani terhadap Pilihan Atribut Benih dan Varietas Kentang*". Alat analisis yang digunakan adalah metode statistika deskriptif dan metode urutan kepentingan menggunakan analisis skor bobot berganda. Hasil penelitian tersebut adalah sebagian besar sampel (70%) berada ppada kisaran umur produktif antara 21-30 tahun dengan pendidikan separuh sampel (47%) berlatar belakang pendidikan SMP. Hasil analisis tingkat atribut, atribut benih kentang yang paling disukai sampel adalah kentang yang memiliki potensi daya hasil >30 t, umur panen 86-95 hari, ketahanan terhadap penyakit busuk daun, ketahanan terhadap penyakit layu, kedalaman mata <0,5 cm, jumlah mata <10 dan ukuran benih 30-40 g. Atribut benih kentang yang di presepsi paling penting yaitu potensi daya hasil. Sedangkan yang paling tidak penting ialah jumlah mata. Faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan

untuk membeli benih kentang adalah kemurnian dan bebas penyakit. Ketahanan terhadap hama penyakit adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan untuk memilih varietas kentang.

Penelitian yang dilakukan Arsy Nur Fadilah, Widodo dan Aris Slamet Widodo tahun 2015, dengan judul "*sikap konsumen terhadap produk donat berbahan substitusi mocaf sebagai pengganti tepung terigu (studi eksperimen pada konsumen donat di universitas muhamadiyah yogyakarta)*". Alat analisis yang digunakan adalah analisis Feshbein dan analisis variance, Hasil penelitian tersebut adalah segmentasi sampel difokuskan pada mahasiswa, karyawan dan dosen Universitas Muhamadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi donat berbahan mocaf. Hasil dari penelitian tersebut yaitu sikap konsumen donat tidak menggunakan substitusi mocaf lebih di sukai dibanding dengan donat yang disubstitusi mocaf. Nilai total donat bersubsitisi 30% tepung mocaf yaitu 86,91, nilai total donat bersubsitisi 50% tepung mocaf yaitu 84,84 dan nilai total donat tidak bersubsitisi tepung mocaf yaitu 88,88. Sikap konsumen terhadap atribut rasa dan tekstur menjadi penilaian yang sangat penting pada produk donat bersubsitisi mocaf. Dapat dilihat nilai dari rasa donat bersubsitisi 30% tepung mocaf yaitu 17,02, donat bersubsitisi 50% tepung mocaf 15,8 dan donat tidak bersubsitisi tepung mocaf yaitu 17,15. Dan pada tekstur donat bersubsitisi 30% tepung mocaf yaitu 16,11, donat bersubsitisi 50% tepung mocaf yaitu 15,6 dan donat tidak bersubsitisi tepung mocaf 15,97.

Penelitian yang dilakukan oleh Northa Idaman, Lilik Noor Yulianti, dan Retna ningsih dengan judul "*Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik*". Metode

yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience-sampling analisis yang digunakan deskriptif Cochran dan *structural equation modelling*. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis atribut-atribut produk, menganalisis sikap terhadap perilaku pembelian beras organik. Norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat membeli beras organik, serta merumuskan implikasi manajerial yang dapat diambil dari hasil penelitian untuk meningkatkan minat membeli beras organik di Kabupaten Sukabumi. Hasil penelitian ini adalah sampel terbanyak adalah perempuan (61,6%), sampel menikah (81,5%), tingkat pendidikan tinggi (31,1%) dan bekerja sebagai PNS (35,1%) dan sampel merupakan golongan rumah tangga kecil (kurang atau sama dengan 4 orang) yaitu 64,9%. Selain itu dari hasil penelitian ini terdapat tiga atribut yang dipentingkan oleh konsumen dalam membeli beras organik yaitu harga, kandungan gizi dan informasi pada kemasan produk. Hasil dari model SEM dapat dilihat bahwa kontribusi sikap perilaku pembelian beras organik (*attitude toward behavior*) terhadap pembentukan minat (*intention*) membeli beras organik di Kabupaten Sukabumi adalah signifikan (kuat) dengan nilai sebesar 6,99. Kontribusi norma Subyektif (*subjective norm*) terhadap minat (*intention*) tidak signifikan (lemah), norma Subyektif (SN) memiliki nilai yang tidak signifikan yaitu sebesar 0,02. Sedangkan kontribusi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap minat (*intention*) adalah signifikan (kuat).

Penelitian yang dilakukan oleh Ujang Sumarwan, Aldi Noviandi, dan Kirbrandoko dengan judul “*Analisis Proses Keputusan Pembelian, Presepsi dan*

Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik di Jabotabek” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan model sikap multiatribut Fishbein. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis proses keputusan, persepsi dan sikap konsumen dalam pembelian beras organik. Hasil penelitian ini adalah proses keputusan pembelian yang pertama kali dilakukan oleh responden beras organik adalah melalui kelima tahapan proses keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Nilai sikap keseluruhan menunjukkan bahwa nilai sikap terhadap beras organik lebih tinggi dibandingkan beras non organik. Responden memiliki persepsi bahwa harga beras organik lebih mahal dibandingkan beras non organik.

Penelitian yang dilakukan oleh Rini Dwiastuti, Rosihan Asmara dan Putu Laksmi Pramita, dengan judul “*Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian Bunga Sedap Malam (Aspek Sikap Dan Tindakan Konsumen Individu Dan Hotel di Kabupaten Denpasar Provinsi Bali)*” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model sikap multiatribut Fishbein. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keinginan berperilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap kelompok referensi dan motivasi untuk mengikuti pendapat dari kelompok referensi serta sikap konsumen berdasarkan model keinginan berperilaku (*Theory of Reasoned Action*). Hasil dari analisis Cochran Q Test didapatkan bahwa terdapat 4 atribut intrinsik yang dipertimbangkan konsumen individu dan 9 atribut dipertimbangkan konsumen hotel. Terdapat 2 atribut ekstrinsik yang dipertimbangkan konsumen individu maupun hotel. Bagi konsumen individu hasil analisis sikap menunjukkan bahwa secara keseluruhan

memiliki sikap netral cenderung positif terhadap bunga sedap malam. Sedangkan dari hasil analisis keinginan berperilaku dapat diketahui bahwa konsumen individu memiliki keinginan cenderung tidak membeli bunga sedap malam. Kondisi ini terjadi karena pendapat dari kelompok referensi yaitu keluarga, teman, penjual dan tetangga dipercaya oleh konsumen sehingga konsumen termotivasi untuk mengikuti pendapat dari kelompok referensi tersebut. Bagi konsumen hotel hasil analisis sikap menunjukkan bahwa secara keseluruhan memiliki sikap sangat positif terhadap bunga sedap malam. Hal ini sejalan dengan hasil analisis keinginan berperilakunya yaitu pasti membeli bunga sedap malam. Konsumen percaya terhadap pendapat dari kelompok referensi yaitu rekan kerja, atasan, penjual dan hotel lain serta termotivasi untuk mengikuti pendapat kelompok referensi. Namun, sikap lebih dominan mempengaruhi daripada kelompok referensi.

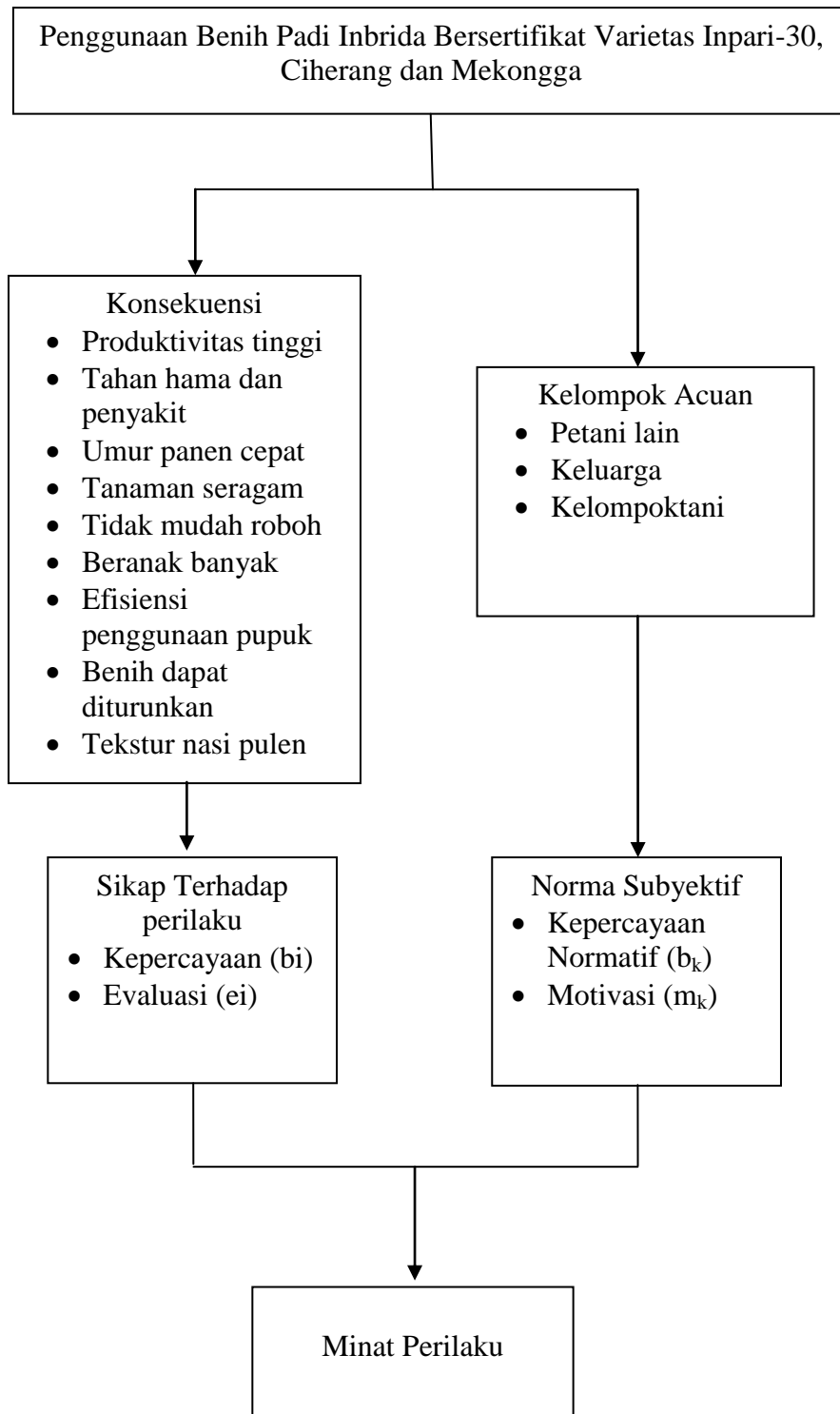
Penelitian yang dilakukan oleh Elly Rasmikayati, Pandi Pardian, Hepi Hapsari Dan Risyad M, dengan judul "*Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya*". Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *theory of reasoned action* dari Fishbein yang terdiri dari sikap dan perilaku konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat bagaimana sikap dan perilaku konsumen terhadap pembelian kopi yang mereka lakukan di Amor Kopi Garden, Bandung. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen yang datang rata-rata adalah laki-laki berstatus mahasiswa/i. Alasan mereka datang ke kedai kopi yang paling dominan adalah karena suasana yang nyaman (44%), kemudian keinginan untuk

sekedar mencoba (22%) lalu karena faktor rasanya yang khas (10%) dan berbagai alasan lainnya (22%). Sikap konsumen terhadap pembelian produk kopi secara keseluruhan menunjukkan hasil yang baik. Sikap yang dianggap paling baik ada pada atribut desain produk dan yang dianggap paling tidak baik ada pada atribut promosi. Hasil analisis perilaku konsumen di Armor Kopi Garden berdasarkan angka skor rata-rata menunjukkan bahwa yang berperan paling dominan dalam membuat keputusan konsumen adalah teman dan media sedangkan skor yang terendah ada pada keluarga. Potensi yang dimiliki antara lain produk yang beragam, fasilitas yang lengkap, serta barista yang handal. Kendala yang dimiliki dalam menjalankan usaha adalah adanya kompetitor yaitu Armor Kopi Tahura yang menyebabkan pengunjung terbagi-bagi.

C. Kerangka Pemikiran

Banyaknya produsen yang masuk kedalam industri perbenihan dengan menawarkan berbagai macam merek dan didominasi oleh industri-industri besar membuat semakin beragamnya kebutuhan, keinginan dan selera petani. Hal tersebut mengakibatkan semakin tingginya tingkat persaingan yang terjadi di industri perbenihan. Benih padi yang diteliti yaitu benih padi inbrida bersertifikat varietas Inpari-30, Ciherang dan Mekongga. Konsekuensi-konsekuensi terhadap penggunaan benih padi inbrida bersertifikat yang diteliti antara lain produktivitas tinggi, tahan hama dan penyakit, umur panen cepat, tanaman seragam, tidak mudah roboh, beranak banyak, efisiensi penggunaan pupuk, benih dapat diturunkan dan tekstur nasi pulen. Konsekuensi-konsekuensi tersebut untuk mengetahui sikap petani terhadap melakukan perilaku atau tindakan tertentu

dengan komponen kepercayaan dan evaluasi. Kelompok acuan terhadap penggunaan benih padi inbrida bersertifikat yang diteliti yaitu petani lain, keluarga dan kelompok tani. Norma subyektif tersebut untuk mengetahui kelompok acuan manakah yang akan mempengaruhi petani dalam berperilaku atau melakukan suatu tindakan tertentu, dengan komponen kepercayaan normatif dan motivasi. Nilai dari sikap petani dan norma subyektif petani akan mempengaruhi minat petani melakukan perilaku atau suatu tindakan tertentu.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran