

ANALISIS KARAKTERISTIK, KEPUASAN, DAN PEMBELIAN ULANG PETANI PENGGUNA PUPUK ORGANIK DI KECAMATAN LOSARI, KABUPATEN BREBES

AKHMAD MEDIRANTO



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA¹

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Analisis Karakteristik, Kepuasan, dan Pembelian Ulang Petani Pengguna Pupuk Organik di Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Akhmad Mediranto
K1501221085



RINGKASAN

AKHMAD MEDIRANTO. Analisis Karakteristik, Kepuasan, dan Pembelian Ulang Petani Pengguna Pupuk Organik di Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes. Dibimbing oleh POPONG NURHAYATI dan HANDAYA.

@Hak cipta milik IPB University

Pupuk organik memiliki peran penting dalam memperbaiki kualitas tanah dan mendukung produktivitas tanaman secara berkelanjutan. Namun, tingkat adopsi pupuk organik di Indonesia masih relatif rendah. Persepsi petani terhadap manfaat pupuk organik juga belum merata meskipun industrinya terus berkembang dan dukungan kebijakan pemerintah semakin meningkat.

Perusahaan yang diteliti merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang memproduksi dan memasarkan produk pupuk organik. Kinerja penjualan perusahaan pada sektor ritel cenderung mengalami stagnasi dalam lima tahun terakhir. Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan yang perlu dianalisis lebih lanjut, salah satunya terkait pendekatan perusahaan terhadap konsumen, yaitu para petani sebagai pengguna akhir produk (*voice of customer*) dan pelanggan bisnis (*business customer*). Perusahaan memilih Kecamatan Losari sebagai wilayah pengembangan pasar. Namun, jumlah pengguna produk selama dua tahun pemasaran diperkirakan hanya sekitar 50 orang petani meskipun wilayah tersebut memiliki 5.504 petani padi dan hasil *Demonstration Plot* (demplot) yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan peningkatan produksi Gabah Kering Panen (GKP) sebesar 24.68%. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dan manfaat produk yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik petani, menganalisis tingkat kepuasan petani, dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi pembeda terhadap keputusan pembelian ulang pupuk organik serta merumuskan implikasi manajerial untuk merespons stagnasi penjualan perusahaan pada sektor ritel di Kecamatan Losari.

Subjek penelitian adalah petani pengguna pupuk organik pada tanaman padi di Kecamatan Losari. Populasi penelitian sebanyak 50 orang petani berdasarkan hasil wawancara dengan riteler tingkat ke-2 (R2). Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Petani yang berhasil diwawancarai sebanyak 38 orang, sementara 12 orang sisanya tidak berhasil diwawancarai. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur kepada petani dan dianalisis secara deskriptif dilanjutkan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Chi-square Automatic Interaction Detection* (CHAID). Implikasi manajerial dirumuskan berdasarkan integrasi hasil analisis sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merespons stagnasi penjualan sektor ritel di Kecamatan Losari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cakupan pasar (*market coverage*) perusahaan berdasarkan realisasi penjualan selama dua tahun terakhir baru mencapai sekitar 2.65% dari total luas panen padi di Kecamatan Losari. Pengguna produk didominasi oleh petani laki-laki berusia 40-60 tahun, berpendidikan dasar, berpengalaman lebih dari sepuluh tahun, serta mengelola lahan skala kecil hingga menengah. Petani cenderung pragmatis, berorientasi pada produktivitas, dan berhati-hati terhadap risiko (*risk averse*), sehingga kepercayaan terhadap pupuk organik lebih mudah dibangun melalui bukti hasil lapangan, pendampingan

petugas, ketersediaan produk, dan rekomendasi sesama petani (*word of mouth*). Walaupun nilai CSI sebesar 67.88% menunjukkan bahwa petani secara umum berada dalam kategori puas, hampir seluruh atribut masih memiliki nilai *gap* negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja produk dan layanan yang diterima petani belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan mereka. Berdasarkan hasil IPA, atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki meliputi garansi produk, kemasan yang dapat digunakan kembali, variasi ukuran kemasan, kesesuaian hasil dengan klaim produk, kemudahan memperoleh produk, serta kemudahan aplikasi. Hasil analisis CHAID menunjukkan bahwa pengaruh petani teladan merupakan karakteristik yang paling kuat membedakan keputusan pembelian ulang, kemudian diikuti oleh pengalaman bertani. Model CHAID memiliki tingkat ketepatan klasifikasi sebesar 81.6%, sehingga kedua karakteristik tersebut cukup mampu membedakan keputusan pembelian ulang responden.

Strategi perusahaan perlu diarahkan pada perbaikan produk, harga, tempat, dan promosi secara terpadu sebagai upaya merespons stagnasi penjualan pada sektor ritel. Prioritasnya meliputi penyediaan kemasan yang lebih fungsional dan bervariasi, paket pembelian sesuai luas lahan, perluasan jaringan R2, penguatan kelompok tani dan koperasi sebagai pengumpul pesanan, serta pendampingan teknis.

Strategi pemasaran juga perlu dibedakan berdasarkan tiga kelompok hasil CHAID. Petani yang tidak dipengaruhi petani teladan (kelompok 1) bukan menjadi prioritas utama karena cenderung tidak melakukan pembelian ulang. Petani yang dipengaruhi petani teladan dan memiliki pengalaman bertani paling lama 10 tahun (kelompok 2) memerlukan penguatan pengalaman penggunaan dan pendampingan teknis. Petani yang dipengaruhi petani teladan dan memiliki pengalaman bertani lebih dari 10 tahun (kelompok 3) perlu dipertahankan sebagai konsumen inti. Perusahaan juga perlu mencari petani teladan pada setiap desa dan melibatkan mereka sebagai *opinion leader* melalui program rujukan (*referral program*).

Kata kunci: karakteristik petani, kepuasan petani, pembelian ulang, pupuk organik, strategi pemasaran



SUMMARY

AKHMAD MEDIRANTO. Analysis of Farmer Characteristics, Satisfaction, and Repurchase of Organic Fertilizer in Losari District, Brebes Regency. Supervised by POPONG NURHAYATI and HANDAYA.

Organic fertilizer plays an important role in improving soil quality and supporting sustainable crop productivity. However, the adoption rate of organic fertilizer in Indonesia remains relatively low. Farmers' perceptions of its benefits remain varied despite the continued growth of the industry and increasing government policy support.

The company under study is one of the companies in Indonesia that produces and markets organic fertilizer products. Its sales performance in the retail sector has tended to stagnate over the past five years. This condition indicates an underlying issue that warrants further analysis, particularly with regard to the company's approach to its customers, namely farmers as the end users of its products, whose perspectives represent the voice of the customer and the business customer. The company selected Losari District as a market development area. However, the number of product users during the two-year marketing period was estimated at only approximately 50 farmers, despite the district having 5.504 rice farmers and a demonstration plot conducted by the company showing an increase in harvested dry grain yield of 24.68%. This condition indicates a gap between market potential and the benefits delivered by the product.

This study aimed to identify farmer characteristics, analyze farmer satisfaction, identify factors that differentiate organic fertilizer repurchase decisions, and formulate managerial implications for the company to address stagnant retail sales performance in Losari District.

The subjects of this study were farmers using organic fertilizer for rice cultivation in Losari District. The study population consisted of 50 farmers identified through interviews with second-level retailers (R2). The sampling technique used was purposive sampling. A total of 38 farmers were successfully interviewed, while the remaining 12 farmers could not be reached for an interview. Primary data were collected using structured questionnaires administered to farmers. The data were analyzed using descriptive analysis, Importance-Performance Analysis (IPA), the Customer Satisfaction Index (CSI), and Chi-square Automatic Interaction Detection (CHAID). Managerial implications were formulated based on the analytical results to provide recommendations for the company in addressing stagnant retail sales in Losari District.

The results showed that the company's market coverage accounted for only approximately 2.65% of the total harvested rice area in Losari District. Product users were predominantly male farmers aged 40–60 years, with elementary-level education, more than 10 years of farming experience, and small to medium-sized farms. Farmers tended to be pragmatic, productivity-oriented, and risk averse. Therefore, their trust in organic fertilizer was more effectively developed through evidence of field results, assistance from field officers, product availability, and recommendations from word of mouth. Although the CSI value of 67.88% indicated that farmers were generally satisfied, almost all attributes had negative gap values. This finding indicates that the perceived performance of the product

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

and supporting services had not fully met farmers' expectations. Based on the IPA results, the attributes requiring priority improvement included product guarantees, reusable packaging, variations in package size, consistency between actual results and product claims, product accessibility, and ease of application. The CHAID analysis showed that the influence of exemplary farmers was the strongest characteristic differentiating repurchase decisions, followed by farming experience. The CHAID model achieved a classification accuracy of 81.6%, indicating that these two characteristics were sufficiently capable of differentiating respondents' repurchase decisions.

The company's strategy should focus on the integrated improvement of product, price, place, and promotion to address stagnant retail sales. The main priorities include providing more functional and varied packaging, offering purchase packages adjusted to farm size, expanding the network of second-level retailers (R2), strengthening farmer groups and cooperatives as order-collection channels, and providing technical assistance.

Marketing strategies should also be differentiated according to the three groups generated by the CHAID analysis. Farmers who were not influenced by exemplary farmers (group 1) represent a lower-priority group for marketing efforts, as they tend to have a lower likelihood of making a repurchase decision. Farmers who were influenced by exemplary farmers and had no more than 10 years of farming experience (group 2) require greater product-use experience and technical assistance. Farmers who were influenced by exemplary farmers and had more than 10 years of farming experience (group 3) should be retained as core customers. The company should identify exemplary farmers in each village and engage them as opinion leaders through a referral program.

Keywords: farmer characteristics, farmer satisfaction, marketing strategy, organic fertilizer, repurchase decision



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS KARAKTERISTIK, KEPUASAN, DAN PEMBELIAN ULANG PETANI PENGGUNA PUPUK ORGANIK DI KECAMATAN LOSARI, KABUPATEN BREBES

AKHMAD MEDIRANTO

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim penguji pada Ujian Tesis:

1. Prof. Dr. Ir. Harianto, M.S.
2. Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Judul Tesis : Analisis Karakteristik, Kepuasan, dan Pembelian Ulang Petani
Pengguna Pupuk Organik di Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes
Nama : Akhmad Mediranto
NIM : K1501221085

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Pembimbing 2:
Dr. Ir. Handaya, M.M.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP. 196812291992031016



Tanggal Ujian: 08 Agustus 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa taala* yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Analisis Karakteristik, Kepuasan, dan Pembelian Ulang Petani Pengguna Pupuk Organik di Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. selaku ketua komisi pembimbing.
2. Dr. Ir. Handaya, M.M. selaku anggota komisi pembimbing.
3. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M. selaku moderator seminar hasil.
4. Prof. Dr. Ir. Harianto, M.S. selaku penguji luar komisi pembimbing
5. Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku penguji luar komisi pembimbing
6. Jajaran staf dan manajemen perusahaan yang diteliti yang telah memberikan izin dan data untuk penulisan tesis ini.
7. Petugas lapang, para petani responden, dan kios-kios pertanian yang telah meluangkan waktunya untuk pengambilan data dalam penulisan tesis ini.
8. Kedua orang tua, Ir. Djijono dan dr. Eulis Wulantari, M.Epid. yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis dalam melanjutkan dan menyelesaikan studi.
9. Istri, Dini Rosdianingsih S.P., S.Pd., Gr., kedua anak, Alfis Dzakiandra Akhmad dan Arfan Dirandra Muqaffi yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis dalam melanjutkan dan menyelesaikan studi.

Semoga tesis ini dapat menjadi manfaat bagi akademisi, peneliti, dan perguruan tinggi serta berkontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen dan bisnis.

Bogor, Agustus 2026

Akhmad Mediranto

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pupuk Organik dalam Sistem Agribisnis	7
2.2 Karakteristik, Kepuasan, dan Segmentasi Petani	8
2.3 Strategi Pemasaran pada Sektor Ritel	11
2.4 Kajian Pustaka	13
2.5 Kerangka Pemikiran	18
III METODE	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.3 Subjek, Populasi, dan Sampel Penelitian	22
3.4 Jenis dan Sumber Data	22
3.5 Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Karakteristik Petani Pengguna Pupuk Organik	32
4.2 Analisis Tingkat Kepuasan Petani	40
4.3 Faktor Pembeda Keputusan Pembelian Ulang	50
4.4 Implikasi Manajerial	55
4.5 Diagnosis Stagnasi Penjualan	57
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65
RIWAYAT HIDUP	73



DAFTAR TABEL

1	Hasil survei pendahuluan	3
2	Jumlah petani dan komoditi pertanian di Kecamatan Losari	4
3	Kajian pustaka	14
4	Jumlah petani yang berhasil diwawancarai	22
5	Skala <i>Likert</i> untuk IPA	24
6	Skala <i>Likert</i> untuk CSI	26
7	Operasional variabel karakteristik petani	28
8	Operasional variabel kepuasan petani	29
9	Cakupan pasar perusahaan di Kecamatan Losari	32
10	Karakteristik demografi petani pengguna pupuk organik	33
11	Karakteristik geografi petani pengguna pupuk organik	34
12	Karakteristik psikografi-aktivitas petani pengguna pupuk organik	35
13	Karakteristik psikografi-minat petani pengguna pupuk organik	36
14	Karakteristik psikografi-opini petani pengguna pupuk organik	37
15	Karakteristik preferensi dan perilaku petani pengguna pupuk organik	38
16	Karakteristik sosial budaya petani pengguna pupuk organik	39
17	Kinerja pupuk organik menurut petani	41
18	Harapan penggunaan pupuk organik menurut petani	42
19	Hasil analisis CSI	49
20	Model <i>Summary</i> CHAID	51
21	Kelompok petani berdasarkan analisis CHAID	54

DAFTAR GAMBAR

1	Pengaruh pemupukan organik terhadap hasil panen (Singh 2012)	1
2	Jumlah produsen pupuk organik 2012 sampai 2019 (AOI 2019)	2
3	Tren penjualan pada sektor ritel tahun 2012 sampai 2023 (Data Perusahaan 2024)	3
4	Teori <i>marketing mix</i> 4P (McCarthy 1964)	12
5	Pengaruh waktu terhadap penjualan, <i>The retail life cycle</i> (McGoldrick dan Davies 1995)	13
6	Kerangka pemikiran	20
7	Pembagian kuadran IPA (Liow <i>et al.</i> 2013)	24
8	Perbandingan skor rata-rata kinerja dan harapan petani terhadap atribut produk dan layanan	43
9	Selisih (gap) antara kinerja dengan harapan petani terhadap atribut produk dan layanan	44
10	Hasil pembagian kuadran IPA	45
11	<i>Tree diagram</i> CHAID	52