

ANALISIS KEPUASAN PETANI TERHADAP BENIH CABAI RAWIT ABSOLUT 69 DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX*

Roy Pulan¹⁾, Ananti Yekti¹⁾, Agus Wartapa¹⁾

¹⁾Program Studi Teknologi Benih, Jurusan Pertanian, Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta-Magelang, Jl. Kusumanegara No.2, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta; Telp. (0274) 373479

*Corresponding author: yektiananti2020@gmail.com

* Received for review 30 December, 2025 . Accepted for publication May 26, 2026

Abstract

Superior seeds play an important role in increasing cayenne pepper productivity; however, studies specifically examining farmer satisfaction with particular seed products remain limited. This study aimed to analyze the satisfaction level of farmers using Absolut 69 cayenne pepper seeds produced by PT. Mitra Merdeka Tani in the Special Region of Yogyakarta (DIY) using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The research was conducted from November 2025 to April 2026 in Sleman, Bantul, and Kulon Progo Regencies. A total of 100 farmers were selected through purposive sampling, with the criterion that they had used Absolut 69 seeds for at least two consecutive planting seasons. Data were collected using a structured questionnaire with a 1–4 Likert scale covering 21 satisfaction attributes grouped into five dimensions. The results showed a CSI value of 80.12%, indicating that farmers were highly satisfied with the product. The attribute with the highest importance level (MIS) was fruit quality, including color, size, and shape (3.29), while the lowest importance level was found in the benefits of promotional activities (3.04). In terms of performance (MSS), ease of access to seed sellers or distributors achieved the highest score (3.41), reflecting good distribution accessibility for farmers. Conversely, seed stock availability during the planting season recorded the lowest performance score (3.06), indicating supply constraints during periods of high demand. Overall, farmers expressed a very high level of satisfaction with Absolut 69 seeds; however, improvements in distribution management and stock availability should be prioritized to sustain farmer satisfaction in the long term.

Keywords: *Absolut 69, cayenne pepper seeds, Customer Satisfaction Index, farmer satisfaction, seed products*

Abstrak

Benih unggul berperan penting dalam meningkatkan produktivitas cabai rawit, namun tingkat kepuasan petani terhadap produk benih tertentu masih jarang dikaji secara spesifik. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan petani pengguna benih cabai rawit Absolut 69 produksi PT. Mitra Merdeka Tani di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penelitian dilaksanakan pada November 2025–April 2026 di Kabupaten Sleman, Bantul, dan Kulon Progo. Sampel penelitian berjumlah 100 petani yang dipilih secara *purposive* dengan kriteria telah menggunakan benih Absolut 69 minimal dua musim tanam berturut-turut. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert 1–4 yang mencakup 21 atribut kepuasan pada lima dimensi penilaian. Hasil analisis menunjukkan nilai CSI sebesar 80,12% yang termasuk kategori sangat puas. Atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi (MIS) adalah kualitas buah meliputi warna, ukuran, dan bentuk (3,29), sedangkan tingkat kepentingan terendah terdapat pada manfaat kegiatan promosi produk (3,04). Dari sisi kinerja (MSS), atribut kemudahan menjangkau penjual atau penyedia benih memperoleh nilai tertinggi (3,41), menunjukkan akses distribusi yang baik bagi petani. Sebaliknya, ketersediaan stok benih saat musim tanam memperoleh nilai kinerja terendah (3,06), yang mengindikasikan masih adanya kendala pasokan pada periode permintaan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani secara umum sangat puas terhadap benih Absolut 69, namun perbaikan sistem distribusi dan pengelolaan stok benih perlu menjadi prioritas

Pulan et al., 2026

untuk mempertahankan kepuasan petani secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Absolut 69, benih cabai rawit, Customer Satisfaction Index, kepuasan petani, produk benih*



Copyright © 2026 The Author(s)
This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

1. PENDAHULUAN

Cabai rawit (*Capsicum frutescens* L.) merupakan salah satu komoditas hortikultura bernilai strategis dalam sektor pertanian Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), total produksi cabai rawit nasional pada 2024 mencapai 1.312.821 ton, meningkat sekitar 2,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), produksi cabai rawit tercatat sebesar 41.255 ton dengan luas panen 4.215 hektar, menegaskan posisi DIY sebagai sentra produksi penting di kawasan selatan Pulau Jawa.

Kepuasan petani terhadap produk benih merupakan elemen strategis yang menentukan loyalitas dan keputusan pembelian ulang di tengah persaingan pasar benih yang semakin ketat. Salah satu produk yang cukup populer di DIY adalah benih cabai rawit Absolut 69 produksi PT. Mitra Merdeka Tani, yang dikenal memiliki daya tumbuh tinggi, toleran terhadap virus gemini, dan menghasilkan buah seragam. Namun, di tengah persaingan dengan merek lain seperti Ori 212 (CV. Aura Seed), Ponirun (CV. Halbanero), dan Brengos (PT. Benih Kelud Nusantara), kajian terhadap kepuasan petani pengguna Absolut 69 menjadi sangat relevan untuk dilakukan.

Kepuasan pelanggan merupakan derajat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk dengan harapannya (Suhartini et al., 2023). Dalam konteks agribisnis, pengukuran kepuasan petani yang terstruktur dan kuantitatif sangat diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis bagi produsen benih. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dipilih dalam penelitian ini karena mampu menggambarkan tingkat kepuasan secara komprehensif dengan mempertimbangkan dua aspek utama sekaligus, yaitu tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) setiap atribut produk (Lestari et al., 2022)

Penelitian serupa telah dilakukan pada komoditas benih padi (Novita et al., 2020), jagung hibrida (Kristy, 2024), dan cabai keriting (Ayuningtyas, 2025), namun kajian khusus tentang kepuasan petani terhadap benih cabai rawit dengan merek spesifik di wilayah DIY masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat kepuasan petani terhadap benih cabai rawit Absolut 69 di DIY menggunakan metode CSI, dan (2) mengidentifikasi dimensi kepuasan yang menjadi kekuatan serta area yang memerlukan perbaikan.

Meskipun penelitian kepuasan petani terhadap benih telah dilakukan pada beberapa komoditas, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan. Penelitian Novita et al. (2020) berfokus pada benih padi bersertifikat di Sumatera Utara, sementara Kristy (2024) mengkaji benih jagung hibrida di Malang. Ayuningtyas (2025) meneliti benih cabai keriting di DIY, namun kajian khusus mengenai kepuasan petani terhadap benih cabai rawit dengan merek spesifik di wilayah DIY belum pernah dilakukan. Hal ini menciptakan gap penelitian yang perlu diisi, mengingat karakteristik agroklimat DIY dan preferensi petani setempat memiliki keunikan tersendiri yang tidak dapat digeneralisasi dari wilayah lain.

Pulan et al., 2026

Permasalahan utama yang mendasari penelitian ini adalah belum tersedianya data kuantitatif yang komprehensif mengenai tingkat kepuasan petani cabai rawit di DIY terhadap produk benih komersial, khususnya Absolut 69. Ketiadaan data ini menyebabkan produsen benih kesulitan mengidentifikasi atribut produk yang perlu ditingkatkan dan sulit merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran. Di sisi lain, petani juga memerlukan acuan objektif dalam mengevaluasi kinerja produk benih yang mereka gunakan, terutama dalam konteks persaingan merek yang semakin ketat di pasar benih hortikultura.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek. Pertama, penelitian ini merupakan kajian pertama yang secara spesifik menganalisis kepuasan petani terhadap benih cabai rawit Absolut 69 di wilayah DIY menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Kedua, penelitian ini menggunakan instrumen 21 atribut pada lima dimensi kepuasan yang dirancang secara komprehensif sesuai konteks agribisnis benih hortikultura. Ketiga, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan strategis berbasis data bagi PT. Mitra Merdeka Tani dalam merumuskan kebijakan produk, distribusi, dan layanan purna jual yang lebih berorientasi pada kepuasan petani secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada November 2025 hingga April 2026 di tiga kabupaten sentra produksi cabai rawit DIY: Kabupaten Sleman, Bantul, dan Kulon Progo. Penetapan lokasi dilakukan secara *purposive* berdasarkan tiga pertimbangan utama: (1) ketiga kabupaten tersebut merupakan wilayah dengan luas areal panen cabai rawit terbesar di DIY berdasarkan data BPS DIY (2024); (2) ketiga kabupaten ini merupakan wilayah utama pengguna benih Absolut 69 yang didistribusikan oleh PT. Mitra Merdeka Tani di DIY; serta (3) kondisi agroklimat yang beragam di ketiga kabupaten tersebut dapat merepresentasikan variasi pengalaman petani yang lebih luas dalam menggunakan benih tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah seluruh petani cabai rawit di DIY yang menggunakan benih Absolut 69. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel Minimum

Z = Nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)

P = Proporsi populasi (diasumsikan 0,5 untuk memaksimalkan ukuran sampel)

d = *Margin of error* (ditetapkan 0,1 atau 10%)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} = 96,04$$

pada tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%, menghasilkan sampel minimum 96 responden. Dengan penambahan 10%antisipasi data tidak valid, total sampel yang digunakan

Pulan et al., 2026

adalah 100 petani. Distribusi sampel dilakukan secara proporsional berdasarkan luas panen per kabupaten (BPS DIY, 2024): Sleman 48 responden (45,4%), Bantul 21 responden (19,7%), dan Kulon Progo 37 responden (34,9%). Kriteria responden meliputi petani aktif yang membudidayakan cabai rawit Absolut 69 di DIY, telah menggunakannya minimal dua musim tanam berturut-turut, dan bersedia berpartisipasi sebagai responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur berskala Likert 1–4 (1=Sangat Tidak Setuju, 4=Sangat Setuju), wawancara terstruktur, dan observasi lapangan. Instrumen mencakup 21 atribut pada lima dimensi kepuasan: (1) kualitas produk (X.1–X.4), (2) kesesuaian dengan harapan (X.5–X.8), (3) harga benih (X.9–X.12), (4) ketersediaan dan aksesibilitas (X.13–X.16), dan (5) pelayanan dan pemasaran (X.17–X.21).

Analisis data menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) melalui empat tahapan perhitungan sebagai berikut.

1. Pertama, menghitung *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) untuk setiap atribut i , yaitu rata-rata skor kepentingan dan kinerja dari seluruh responden dengan rumus:

$$MIS_i = \frac{\sum Importance_i}{n}$$
$$MSS_i = \frac{\sum Satisfaction_i}{n}$$

2. Kedua, menghitung *Weighting Factor* (WF) di mana WF_i adalah bobot relatif atribut ke- i terhadap total skor kepentingan.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

3. Ketiga, menghitung *Weighted Score* (WS) dengan rumus: $WS_i = WF_i \times MSS_i$, yakni perkalian antara bobot dan kinerja masing-masing atribut.

4. Keempat, menghitung nilai CSI dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

di mana HS (*Highest Scale*) adalah nilai skala tertinggi yang digunakan, yaitu 4. Interpretasi CSI mengacu pada Amri et al (2020): 0–25% = Sangat Tidak Puas, 26–50% = Tidak Puas, 51–75% = Puas, 76–100% = Sangat Puas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang disurvei, sebagian besar berusia 41–50 tahun (46%), diikuti 30–40 tahun (26%) dan 51–60 tahun (25%). Mayoritas berpendidikan SLTA/ sederajat (62%), dengan dominasi petani laki-laki (82%). Luas lahan yang dikelola didominasi pada kisaran 1.000 m² (54%), dan sebanyak 59% responden telah menggunakan benih Absolut 69 selama minimal tiga musim tanam berturut-turut.

Pulan et al., 2026

Profil ini menunjukkan petani yang berpengalaman dengan ketergantungan kuat pada penggunaan benih unggul komersial.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	n	Persentase (%)
Usia (tahun)	41–50 tahun	46	46
	30–40 tahun	26	26
	51–60 tahun	25	25
	< 30 tahun	2	2
	> 60 tahun	1	1
Pendidikan	SLTA/Sederajat	62	62
	SLTP/Sederajat	25	25
	Sarjana (S1)	9	9
	SD/Sederajat	4	4
Jenis Kelamin	Laki-laki	82	82
	Perempuan	18	18
Total	—	100	100

Sumber: Data Primer (2026)

3.2 Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Analisis CSI dilakukan terhadap 21 atribut yang dikelompokkan dalam lima dimensi kepuasan. Tabel 2 menyajikan hasil perhitungan MIS, MSS, WF, dan WS untuk seluruh atribut.

Tabel 2. Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Dimensi	Atribut	MIS	MSS	WF	WS	Rata-rata MIS	Rata-rata MSS
X.1	Kualitas Produk	Daya tumbuh benih	3,05	3,18	4,62%	0,147	3,12	3,21
X.2		Kemampuan adaptasi bibit di lahan	3,05	3,23	4,62%	0,149		
X.3		Keseragaman pertumbuhan tanaman	3,22	3,25	4,87%	0,158		
X.4		Toleransi terhadap penyakit utama	3,18	3,19	4,81%	0,153		
X.5		Produktivitas hasil panen	3,12	3,27	4,72%	0,154		
X.6	Kesesuaian dengan Harapan	Kualitas buah (warna, ukuran, bentuk)	3,29	3,24	4,98%	0,161	3,18	3,22
X.7		Respons tanaman terhadap pemupukan	3,19	3,23	4,83%	0,156		
X.8	Harga Benih	Ketepatan umur panen	3,13	3,14	4,74%	0,149	3,11	3,23
X.9		Kewajaran harga vs. varietas lain	3,08	3,23	4,66%	0,150		

Pulan et al., 2026

No	Dimensi	Atribut	MIS	MSS	WF	WS	Rata-rata MIS	Rata-rata MSS
X.10		Kesesuaian harga dengan kualitas	3,08	3,21	4,66%	0,150		
X.11		Stabilitas harga antar musim	3,13	3,23	4,74%	0,153		
X.12		Harga tidak membebani biaya produksi	3,17	3,25	4,80%	0,156		
X.13		Kemudahan menjangkau penjual/penyedia	3,14	3,41	4,75%	0,162		
X.14	Ketersediaan & Aksesibilitas	Ketersediaan stok saat musim tanam	3,14	3,06	4,75%	0,145	3,16	3,21
X.15		Kemudahan memperoleh info ketersediaan	3,20	3,16	4,84%	0,153		
X.16		Keberagaman saluran pembelian	3,19	3,22	4,83%	0,155		
X.17		Kemudahan memahami info teknis budidaya	3,23	3,08	4,89%	0,151		
X.18		Kecepatan respons keluhan oleh marketing	3,07	3,18	4,65%	0,148		
X.19	Pelayanan & Pemasaran	Kejelasan tanggapan marketing	3,19	3,25	4,83%	0,157	3,13	3,16
X.20		Efektivitas pendampingan teknis	3,16	3,08	4,78%	0,147		
X.21		Manfaat kegiatan promosi produk	3,04	3,21	4,60%	0,148		
Total			66,05	67,30	100%	3,205		

$$\text{CSI} = 3,205 / 4 \times 100\% = 80,12\%$$

Sumber: Data Primer (2026), diolah

Keterangan: MIS = *Mean Importance Score* (rata-rata skor kepentingan); MSS = *Mean Satisfaction Score* (rata-rata skor kinerja); WF = *Weighting Factor* (bobot kepentingan); WS = *Weighted Score* (skor terbobot); HS = *Highest Scale* (skala tertinggi = 4); CSI = *Customer Satisfaction Index*

Nilai CSI keseluruhan sebesar 80,12% berada pada kategori "Sangat Puas" (76–100%) menurut kriteria Amri et al. (2020). Capaian ini menunjukkan bahwa benih cabai rawit Absolut 69 secara umum telah memenuhi bahkan melebihi harapan petani di DIY. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu: Ayuningtyas (2025) memperoleh CSI 83,015% untuk benih cabai keriting di DIY, Kristy (2024) mencatat CSI 79,30% pada benih jagung hibrida, Novita et al. (2020) mendapatkan CSI 87,3% pada benih padi bersertifikat, dan Yekti & Safitri (2025) melaporkan CSI 86,14% pada benih cabai merek Jacko 99.

3.3 Analisis Dimensi Kepuasan Petani Terhadap Benih Absolut 69

Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk mengukur performa agronomis Absolut 69 melalui empat indikator: daya kecambah (X.1), adaptasi bibit (X.2), keseragaman pertumbuhan (X.3), dan toleransi terhadap penyakit utama (X.4). Rata-rata MIS sebesar 3,12 menunjukkan petani menganggap kualitas produk sebagai faktor penting, sementara MSS sebesar 3,21 mencerminkan kinerja yang cukup

Pulan et al., 2026

memuaskan. Atribut keseragaman pertumbuhan (X.3, MSS = 3,25) menonjol sebagai keunggulan utama karena memudahkan pengelolaan budidaya dan meningkatkan efisiensi produksi.

Meskipun demikian, daya kecambah (X.1, MSS = 3,18) masih menunjukkan nilai relatif lebih rendah dibanding indikator lain. Kondisi ini selaras dengan Novita et al. (2020) yang menyatakan bahwa atribut fungsional benih seperti daya kecambah dan ketahanan penyakit merupakan penentu utama kepuasan petani. Standar mutu benih cabai yang berlaku mengacu pada Badan Standardisasi Nasional (BSN, 2021), di mana daya berkecambah minimum untuk benih bersari bebas ditetapkan 85%, sehingga petani memiliki ekspektasi tinggi pada atribut ini (Kusumawardana et al., 2019). Pramestidhiya (2019) mendukung temuan ini dengan koefisien korelasi 0,61 yang menghubungkan kepuasan kualitas benih dengan loyalitas pembelian ulang.

Kesesuaian dengan Harapan

Dimensi kesesuaian dengan harapan memiliki MIS tertinggi (3,18) di antara semua dimensi, mengindikasikan bahwa petani sangat memperhatikan kesesuaian antara klaim produk dan kenyataan di lapangan. Dimensi ini mencakup produktivitas hasil panen (X.5), kualitas visual buah (X.6), respons terhadap pemupukan (X.7), dan ketepatan umur panen (X.8). Atribut kualitas visual buah (X.6) mencatat nilai MSS tertinggi (3,24), menandakan estetika produk berperan besar dalam penerimaan pasar (Rismayanti et al., 2022).

Ketepatan umur panen (X.8, MSS = 3,14) relatif lebih rendah dibanding indikator lain dalam dimensi ini, yang kemungkinan dipengaruhi faktor lingkungan seperti iklim dan teknik budidaya. Hal ini sejalan dengan teori *Expectation-Disconfirmation* yang menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk dari perbandingan antara harapan dan kinerja aktual (Wibowo et al., 2024). Ayuningtyas (2025) dan Pramestidhiya (2019) memperkuat bahwa kesesuaian antara performa produk dan harapan petani merupakan pendorong utama kepuasan dan loyalitas jangka panjang.

Harga Benih

Dimensi harga benih memiliki MIS terendah (3,11) dibanding dimensi lain, namun justru mencatat MSS yang cukup tinggi (3,23). Hal ini mengindikasikan bahwa harga bukan pertimbangan utama petani dalam memilih benih, namun persepsi *value for money* yang terbentuk tergolong positif. Indikator efisiensi biaya produksi (X.12, MSS = 3,25) menjadi yang tertinggi, menandakan benih ini dianggap memberikan manfaat ekonomi yang sepadan.

Temuan ini konsisten dengan Novita et al. (2020) yang menyatakan kepuasan petani terhadap benih lebih bergantung pada atribut fungsional daripada harga. Meski demikian, Sari et al. (2023) mengingatkan bahwa persepsi harga tetap memengaruhi keputusan pembelian ulang, terutama bila dikaitkan dengan citra merek dan kepercayaan produk. Harga benih Absolut 69 di kisaran Rp70.000–90.000 per kemasan 10 gram dinilai petani masih kompetitif dan tidak membebani biaya produksi secara signifikan (Firdaus et al., 2024).

Ketersediaan dan Aksesibilitas

Dimensi ketersediaan dan aksesibilitas menunjukkan kontras yang menarik: kemudahan menjangkau penjual (X.13) mencatat MSS tertinggi dalam seluruh kuesioner (3,41), namun ketersediaan stok saat musim tanam (X.14) justru mencatat MSS terendah (3,06). Kesenjangan ini

Pulan et al., 2026

mengindikasikan bahwa jaringan distribusi fisik benih Absolut 69 di DIY sudah berfungsi baik, tetapi manajemen stok pada puncak musim tanam masih menjadi kendala.

Kondisi ini diperkuat oleh Sari et al. (2023) yang menyatakan bahwa kelangkaan pasokan dapat mendorong petani beralih ke merek alternatif. Apabila dibiarkan, permasalahan stok ini dapat mengancam loyalitas petani meskipun kepuasan terhadap kualitas produk sudah tinggi. Adhikusuma & Gayatri, (2023) pada kajian benih kentang juga menemukan pola serupa, bahwa ketidaktersediaan pasokan di musim puncak menjadi faktor utama penurunan indeks kepuasan dan loyalitas petani mitra. Novita et al. (2020) menegaskan bahwa akses dan pasokan benih merupakan kunci keberlanjutan pemakaian, sehingga perbaikan pada sistem distribusi menjadi prioritas strategis bagi PT. Mitra Merdeka Tani.

Pelayanan dan Pemasaran

Dimensi pelayanan dan pemasaran mencatat MSS terendah (3,16) di antara semua dimensi, meskipun petani menganggapnya cukup penting (MIS = 3,13). Dimensi ini mencakup kejelasan informasi teknis budidaya (X.17), kecepatan respons keluhan (X.18), kejelasan tanggapan marketing (X.19), efektivitas pendampingan teknis (X.20), dan manfaat promosi (X.21).

Indikator efektivitas pendampingan teknis (X.20, MSS = 3,08) dan kemudahan memahami informasi budidaya (X.17, MSS = 3,08) menjadi titik lemah utama. Maulidina et al. (2023) dalam kajian kepuasan petani terhadap pelayanan penyuluhan menemukan bahwa ketepatan informasi teknis merupakan atribut yang paling diharapkan petani, sejalan dengan temuan penelitian ini. Hasil ini juga selaras dengan Yekti & Safitri (2025) yang menekankan pentingnya pelayanan dan dukungan teknis yang efektif dalam meningkatkan kepuasan petani hortikultura. Made et al. (2025) menambahkan bahwa optimalisasi platform digital sebagai sarana edukasi teknis berbasis *marketplace* berpotensi meningkatkan akses informasi petani secara signifikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan petani terhadap benih cabai rawit Absolut 69 tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh aspek distribusi dan pelayanan yang menyertainya. Meskipun kualitas agronomis benih telah memperoleh penilaian yang baik dari petani, keberlanjutan kepuasan pengguna tetap memerlukan dukungan sistem distribusi yang mampu menjamin ketersediaan stok pada saat musim tanam.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi perusahaan benih bahwa peningkatan kualitas produk perlu diimbangi dengan perbaikan layanan pendampingan teknis dan komunikasi kepada petani. Ketersediaan informasi budidaya yang mudah dipahami serta respons yang cepat terhadap keluhan petani dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan pengguna produk.

Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat digunakan sebagai alat evaluasi yang efektif dalam mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi kekuatan maupun kelemahan suatu produk benih. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam penyusunan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih berorientasi pada kebutuhan petani.

4. SIMPULAN

Pulan et al., 2026

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan petani terhadap benih cabai rawit Absolut 69 PT. Mitra Merdeka Tani di Daerah Istimewa Yogyakarta berada pada kategori sangat puas dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 80,12%. Dimensi kesesuaian dengan harapan memiliki tingkat kepentingan tertinggi, sedangkan dimensi pelayanan dan pemasaran menunjukkan kinerja terendah. Atribut kemudahan menjangkau penjual memperoleh nilai kinerja tertinggi, sementara ketersediaan stok benih saat musim tanam menjadi atribut dengan kinerja terendah. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa kualitas produk telah mampu memenuhi harapan petani, namun perusahaan perlu meningkatkan pengelolaan distribusi, ketersediaan stok, serta efektivitas pelayanan dan pendampingan teknis guna mempertahankan kepuasan petani secara berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adhikusuma, H., & Gayatri, S. (2023). *Kepuasan dan Loyalitas Petani Program Kemitraan Kentang Varietas Bliss di Desa Farmer 's Satisfaction and Loyalty Toward Bliss Potatoes Variety Partnership Program in Madyogondo Village , Ngablak Sub-District adalah Jawa Timur , Jawa Tengah , dan Jawa be.* 21(2), 125–137.
- Amri, H. R., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Catur, U., Cendekia, I., Subagio, R. T., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Catur, U., Cendekia, I., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Catur, U., & Cendekia, I. (2020). *Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen.* 03(0), 241–252.
- Ayuningtyas, S. (2025). *Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Petani dalam Menggunakan Produk Benih Cabai Keriting Jenio Cap Rajawali di Daerah Istimewa Yogyakarta.* Polbangtan Yogyakarta Magelang.
- BPS. (2025). *Statistik Hortikultura 2024 Volume 6, 2025* (T. Marpaung, U. Widiyantoro, & dan P. Direktorat Statistik Tanaman Pangan, Hortikultura, Eds.; Volume 6,). Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia. <https://doi.org/5204003>
- BPS DIY. (2024). *Statistik Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta 2024.*
- BSN. (2021). *Standar Nasional Indonesia Benih Cabai (Capsicum spp.) bersari bebas kelas benih sebar.* Badan Standardisasi Nasional. <https://id.scribd.com/document/376245921/SNI-CABAI>
- Firdaus, R., Wahyono, N. D., & Putra, D. E. (2024). Strategi Pemasaran Produk Benih Cabe Rawit (Capsicum Frutescent) di CV. Permata Agri Nusantara. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 24(1), 37–45. <https://doi.org/10.25047/jii.v24i1.4526>
- Kristy, F. (2024). *Analisis Tingkat Kepuasan dan Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Petani Terhadap Produk Benih Jagung Hibrida di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang* [Universitas Brawijaya].
- Kusumawardana, A., Pujiasmanto, B., & Pardono, N. (2019). Pengujian Mutu Benih Cabai (Capsicum annum) Dengan Metode Uji Pemunculan Radikula [Seed Quality Test in Pepper (Capsicum annum) Seeds Using Radicle Emergence]. *Jurnal Hortikultura*, 29(1), 9. <https://doi.org/10.21082/jhort.v29n1.2019.p9-16>
- Lestari, H. S., Sulistiawan, R. S. N., & Nurwasilah, N. S. (2022). Importance Performance Analysis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Cabai Rawit Di Pasar Tradisional Muka Cianjur. *AGRITA (AGri)*, 4(2), 119. <https://doi.org/10.35194/agri.v4i2.2717>
- Made, I. G., Desnanjaya, N., Putu, I. D., & Wiyata, G. (2025). Optimalisasi Pemasaran Produk Pertanian Melalui Marketplace : Studi Kasus Kelompok Tani Cabai. *Widya Laksmi*, 5(1), 179–

Pulan et al., 2026

183.

- Maulidina, A., Muharam, & Sulandjari, K. (2023). Tingkat Kepuasan Petani Terhadap Pelayanan Penyuluh Pertanian Di Gapoktan Mekarjaya Desa Pulo Mulya Kecamatan Lemah Abang Kabupaten Karawang. *Agritepa*, 10(2), 295–306.
- Novita, D., Sari, L. A., & Hendrawan, D. (2020). Persepsi Dan Tingkat Kepuasan Petani Dalam Penggunaan Benih Padi Bersertifikasi Di Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Agrica*, 13(2), 136–143. <https://doi.org/10.31289/agrica.v13i2.3989>
- Pramestidhiya, E. (2019). *Hubungan Tingkat Kepuasan Petani dengan Loyalitas Pembelian Benih Jagung Pakan Hibrida di Desa Dengkol, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang*. Universitas Brawijaya.
- Rismayanti, Sumarsih, E., Nurmayan, H., & Dhuliansah, D. (2022). Panen Hijau dan Panen Merah Production Risk of Cayenne Pepper (*Capsicum frutescenes* L .) Harvesting Green and Red. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9, 1412–1423.
- Sari, A. W. F. R. S., Rahayu, E. S., Khairiyakh, R., & Sutrisno, J. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Benih Jagung Hibrida NK6172 Perkasa di Kabupaten Klaten. *Prosiding Seminar Nasional*, 7(1), 754–760.
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Iradat, M. I., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (M. Asdar, Ed.). Lajagoe Pustaka.
- Wibowo, M., Setyabudi, S. D., & Manalu, S. R. (2024). Pengaruh Ekspektasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Luxcrime Blur & Cover Two Way Cake di Shopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/45647/31590>
- Yekti, A., & Safitri, I. M. N. (2025). Measuring Chilli Farmer Satisfaction to Improve the Quality of Jacko 99 Brand Seeds. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 24(02), 871–886. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.24.02.871-886>