

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH
MANGGA GEDONG GINCU DI PASAR TRADISIONAL KOTA CIREBON,
JAWA BARAT**

Hega Putrinda, Endang Siti Rahayu, Susi Wuri Ani
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jl.Ir. Sutami No. 36 A Kientingan Surakarta 57126 Telp./Fax.(0271)637457
Email: hegaputrinda14@gmail.com/Telp: 085294724594

Abstract: The objectives of this research are to study whether or not there is a difference in consumer preferences for Gedong Gincu mango fruit's attributes in Traditional Market of Cirebon, West Java. The location that is used of this research is Traditional Market. The method of sampling was conducted using judgment sampling. The number of samples was set by 100 respondents. The analytical method used is the analysis of Chi-Square and Multiatribut Fishbein. The results showed that of the *Chi Square* test, there was a difference of consumer preference on all attributes in existing Gedong Gincu mango fruit. The Gedong Gincu mango fruit preferred by the consumers in Market Traditional of Cirebon is the one that has sweet taste, fruit peel is mostly orange color, soft texture of fruit flesh and it has medium size (200-300 gr/fruit). Furthermore, based on the result of Multiatribut Fishbein analysis showed that the attributes that most considered by consumers on purchasing of Gedong Gincu mango fruit in Traditional Market of Cirebon were texture of fruit flesh, taste, fruit color and size of fruit.

Keywords: Gedong Gincu mango fruit, Consumer Preference, Traditional Market, *Chi-Square* test, Multiatribut *Fishbein Analysis*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ada tidaknya perbedaan mengenai preferensi konsumen terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Pasar Tradisional. Metode penentuan sampel dilakukan dengan metode *judgement sampling*. Jumlah sampel ditetapkan adalah sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Uji *Chi Square* dan Multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen dalam pembelian buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon, atribut buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon adalah buah mangga Gedong Gincu yang memiliki atribut rasa manis, warna kulit buah sebagian besar oranye, tekstur daging buah lembut serta ukuran buah sedang (200-300 gr/buah), serta atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian buah mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon adalah atribut tekstur daging buah, rasa, warna kulit buah dan ukuran buah.

Kata Kunci: Buah Mangga Gedong Gincu, Preferensi Konsumen, Pasar Tradisional, Uji *Chi-Square*, Multiatribut Fishbein

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk-produk pertanian, salah satunya berasal dari tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura adalah tanaman yang memiliki nilai ekonomi dan permintaan pasar yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah produksi tanaman hortikultura yang sejalan dengan tuntutan akan kebutuhan produk hortikultura dengan tren gaya hidup sehat masyarakat yang semakin meningkat pula. Pemerintah telah menetapkan sepuluh komoditas prioritas hortikultura nasional, yaitu mangga, manggis, pisang, durian, jeruk, bawang merah, cabe merah, kentang, rimpang dan anggrek (BPPP Deptan, 2007).

Mangga (*Mangifera indica L.*) merupakan salah satu komoditi buah-buahan unggulan yang memiliki nilai ekonomis dan strategis (Departemen Pertanian, 2013). Usaha budidaya mangga merupakan salah satu dari lima rencana pengembangan Wilayah Koordinasi Pemerintahan dan Pembangunan (WKPP) III Cirebon, adapun WKPP ini merupakan salah satu kebijakan pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) tahun 2012 yang masuk ke dalam pendekatan tematik pengembangan kewilayahan. WKPP III (Cirebon) dengan prioritas pembangunan wilayah dengan menekankan pengembangan pada lima jenis usaha, yaitu (1) pengembangan agribisnis buah mangga; (2) pengembangan sistem perdagangan komoditi beras dan palawija; (3) pengembangan destinasi wisata berupa wisata *pilgrimage* (ziarah) dan cagar budaya; (4) pengembangan taman hutan Ciremai; (5) pengembangan batik, industri makanan dan minuman olahan. Usaha budidaya mangga menjadi salah satu rencana pembangunan untuk WKPP III Cirebon, hal tersebut menjadi bukti bahwa Cirebon memiliki potensi dalam pengembangan usaha agribisnis buah mangga. Jenis mangga yang menjadi sentra utama dalam budidaya buah mangga di Wilayah

Cirebon adalah buah mangga Gedong Gincu (Almuhaesimi, 2012).

Permasalahan-permasalahan yang muncul dalam proses pemasaran buah mangga, terutama buah mangga Gedong Gincu menuntut pemasar dan produsen untuk dapat memproduksi dan memasarkan buah mangga Gedong Gincu yang kualitas dan kuantitasnya dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Produsen dan pemasar juga perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka seseorang konsumen terhadap suatu produk. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, terlebih dahulu mereka mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut. Adapun beberapa atribut dari buah mangga Gedong Gincu yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain adalah rasa, ukuran, tekstur daging buah, dan warna kulit buah. Pertimbangan konsumen akan atribut-atribut dari buah mangga Gedong Gincu ini dapat dijadikan sumber informasi bagi produsen dan pemasar untuk dapat memenuhi kebutuhan akan buah mangga Gedong Gincu yang sesuai dengan selera konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. (Sugiyono, 2009).

Teknik pelaksanaan penelitian ini menggunakan teknik survei. Teknik survei adalah penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau *interview* agar dapat menggambarkan berbagai aspek dari populasi (Fraenkel dan Wallen, 1990).

Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Cirebon dengan pertimbangan, yaitu Kota Cirebon merupakan salah satu sentra produksi mangga yang sudah dikenal di Jawa Barat. Produksi mangga di Kota Cirebon sendiri menempati posisi pertama pada tahun 2014 bila dibandingkan dengan Kota Bandung dan Kota Sukabumi. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Sentra Produksi Mangga di Jawa Barat Tahun 2012

No	Sentra Mangga	Produksi (Kuintal)
1	Kota Cirebon	17,341
2	Kota Bandung	9,876
3	Kota Sukabumi	1,252

Sumber: Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jawa Barat, 2015

Metode penentuan sampel lokasi penelitian adalah secara sengaja (*purposive sampling*), yaitu di empat pasar tradisional. Penentuan empat pasar tradisional tersebut dengan pertimbangan bahwa keempat pasar tradisional memiliki jumlah pedagang buah yang banyak. Menurut data Perusahaan Daerah (PD) Pasar Cirebon tahun 2014, terdapat sepuluh pasar yang berada di Kota Cirebon. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nama Pasar dan Jumlah Pedagang Buah di Pasar Tradisional Kota Cirebon

No	Nama Pasar Tradisional	Banyaknya Pedagang	Banyaknya Pedagang Buah
1	Pasar Kanoman	1.948	40
2	Pasar Pagi	1.231	9
3	Pasar Jagasatru	589	1
4	Pasar Kramat	232	3
5	Pasar Drajat	297	5
6	Pasar Perumnas	402	10
7	Pasar Pangan Harjamukti	1.384	26
8	Pasar Balong	73	2
9	Pasar Gunung Sari	188	4
10	Pasar Kesepuhan Besi	77	-

Sumber : PD Pasar Cirebon, 2014

Pemilihan lokasi penelitian dipilih berdasarkan jumlah pedagang buah. Hal ini disebabkan karena banyaknya jumlah pedagang buah di suatu pasar tradisional ini mengindikasikan banyaknya tawaran dan kesenangan yang diberikan oleh produsen, sehingga semakin banyak tawaran dan kesenangan yang diberikan, maka semakin banyak pembeli yang akan berkunjung (Raphel *et al*, 2007). Berdasarkan Tabel 2, maka lokasi penelitian yang dipilih adalah Pasar Kanoman, Pasar Pagi, Pasar Perumnas dan Pasar Pangan Harjamukti.

Metode Penentuan Sampel Responden

Metode pengambilan sampel responden dalam penelitian ini menggunakan *judgement sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan dasar

confident level sebesar 95%. Apabila dalam suatu pendugaan proporsi menggunakan sampel dengan kepercayaan $(1-\alpha)$ dan besarnya *error* tidak melebihi suatu harga tertentu, maka rumus *error* (E) dapat digunakan untuk menentukan besarnya sampel responden yang harus diambil:

$$E = 1,96 \sqrt{\frac{P(1-P)}{N}} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana: **E** = *error*, **P** = proporsi populasi, **N** = jumlah sampel responden.

Rumus tersebut dapat digunakan secara langsung untuk menentukan besarnya sampel yang harus diambil, karena dalam rumus itu terdapat **P** yang besarnya tidak diketahui (justru harga **P** ini akan diduga). Dengan demikian, $P(1-P)$ tidak diketahui besarnya. Tetapi oleh karena **P** selalu antara 0 dan 1, maka besarnya $P(1-P)$ maksimum dapat diketahui melalui perhitungan dan didapatkan nilai **P** sebesar 0,5

Harga maksimal dari $f(P)$ adalah $P(1-P) = 0,5 (1-0,5) = 0,25$. Jadi besarnya sampel jika digunakan *confident level* 95% dan kesalahan yang terjadi 0,1 maka :

$$N = (0,25) \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2 = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

Penentuan jumlah responden pada masing-masing pasar tradisional ditentukan dengan metode *proportional sampling*, yaitu pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan unsur-unsur atau kategori dalam populasi penelitian (Arikunto, 2010).

Penentuan jumlah responden dengan metode *proportional sampling* menggunakan rumus:

$$N_i = \frac{Nk}{N} \times 100 \dots\dots\dots (2)$$

Dimana: **N_i** = jumlah responden tiap pasar , **N_k** = jumlah pedagang buah tiap pasar sampel, **N** = total jumlah pedagang buah pada pasar sampel, **100** = jumlah keseluruhan responden yang diamati

Perhitungan dari penerapan rumus di atas digunakan untuk menentukan jumlah responden tiap pasarnya dan diperoleh hasil

seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Tempat Pembelian Buah mangga Gedong Gincu, Jumlah Pedagang Buah, dan Jumlah Responden di Pasar Tradisional Kota Cirebon

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang Buah (orang)	Jumlah Responden (orang)
1	Pasar Kanoman	40	47
2	Pasar Pangan Harjamukti	26	31
3	Pasar Perumnas	10	11
4	Pasar Pagi	9	11
Total		85	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dari Dinas Perusahaan Daerah Pasar Kota Cirebon

Penelitian ini menggunakan kuisisioner dan wawancara yang dilakukan secara *door to door* atau *personal interview* terhadap setiap responden buah mangga Gedong Gincu di Pasar Kanoman, Pasar Pagi, Pasar Perumnas dan Pasar Pangan Harjamukti serta berkenan untuk diwawancarai dengan menetapkan ketentuan atau karakteristik tertentu dari konsumen buah mangga Gedong Gincu yang menjadi responden dalam penelitian ini, yaitu sedang membeli atau pernah membeli buah mangga Gedong Gincu di keempat pasar tradisional tersebut.

Metode Analisis Data

1. Uji Chi Square

Uji *Chi Square* digunakan untuk mengetahui ada tidaknya preferensi konsumen terhadap pembelian buah mangga Gedong Gincu dan untuk mengetahui atribut-atribut buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen, dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(fo-fe)^2}{fe} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana: $X^2 = Chi SquareI$, fo = frekuensi hasil pengamatan pada penelitian, fe = frekuensi yang diharapkan pada penelitian, $i...k$ = kategori atribut buah mangga Gedong Gincu

Frekuensi yang diharapkan pada penelitian (fe) dapat dihitung dengan rumus:

$$fe = \frac{Ri \times Ci}{\sum Ri} \dots\dots\dots (4)$$

Dimana: Ri = Jumlah baris ke- i dari setiap kategori atribut buah mangga Gedong Gincu, Ci = Jumlah kolom ke- i dari setiap kategori atribut buah mangga Gedong Gincu, $\sum Ri$ = Jumlah pengamatan yang dilakukan dalam penelitian

Untuk melihat ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap pembelian buah mangga Gedong Gincu, maka dilakukan uji hipotesis dengan langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

- a. Menentukan formulasi hipotesis
 - Ho: Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada Buah Mangga Gedong Gincu.
 - Ha: Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada Buah Mangga Gedong Gincu.

- b. Menentukan taraf nyata dan X^2_{tabel}
 Pengujian pada penelitian ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% dan untuk nilai X^2_{tabel} ditentukan dengan melihat tabel X^2_{tabel} sesuai dengan tingkat kepercayaan yang digunakan dan nilai db (derajat bebas) Selain itu, penentuan taraf nyata dan X^2_{tabel} ini dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$X^2_{\alpha(b-1)(k-1)} = \dots\dots\dots (5)$$

Dimana: b = baris, k = kolom

- c. Menentukan kriteria pengujian
 - 1) Ho ditolak jika χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel, berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap buah mangga Gedong Gincu
 - 2) Ho diterima jika χ^2 hitung \leq χ^2 tabel, berarti tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap buah mangga Gedong Gincu.
- d. Menentukan nilai uji *Chi Square* (χ^2 hitung)
- e. Membuat kesimpulan
 Menyimpulkan penerimaan dan penolakan Ho

2. Analisis Multiatribut Fishbein

Untuk mengetahui atribut buah mangga Gedong Gincu yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, maka digunakan analisis multiatribut Fishbein dengan rumus sebagai berikut :

$$A_0 = \sum_{i=1}^n bi \cdot ei \dots\dots\dots (6)$$

Dimana: A_0 = sikap konsumen terhadap buah mangga Gedong Gincu, bi = tingkat kepercayaan konsumen bahwa mangga Gedong Gincu yang dibeli memiliki atribut tertentu, yaitu atribut rasa buah, warna kulit buah, tekstur daging buah dan ukuran buah, ei = dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap atribut ke- i yang dimiliki buah mangga Gedong Gincu, yaitu atribut rasa buah, warna kulit buah, tekstur daging buah dan ukuran buah, n = jumlah atribut yang dimiliki buah mangga Gedong Gincu, yaitu atribut rasa buah, warna kulit buah, tekstur daging buah dan ukuran buah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang memiliki proporsi terbesar adalah responden perempuan dengan proporsi sebesar 85% dan sisanya sebanyak 15% adalah laki-laki. Usia responden terbanyak yang membeli buah

mangga Gedong Gincu adalah berkisar antara 38-43 tahun, yaitu sebesar 20%. Sebagian besar responden berpendidikan SMA, yaitu sebesar 31%. Sebanyak 50% responden memiliki status sebagai ibu rumah tangga. Responden dengan pendapatan rumah tangga per bulan sebesar 65% berada pada kisaran Rp 500.000,00 - Rp 1.714.284,00. Keluarga responden yang memiliki proporsi terbanyak adalah responden dengan keluarga berjumlah 4 orang sebesar 32%.

Perilaku Beli Konsumen

Tempat dan Alasan Pembelian

Sebanyak 44% responden memilih alasan dan tempat pembelian dipasar tradisional dikarenakan harga buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional lebih murah.

Tujuan Pembelian

Sebanyak 100 orang membeli buah mangga Gedong Gincu dengan tujuan untuk dikonsumsi sendiri dalam bentuk buah segar.

Jumlah Pembelian

Sebagian besar responden di pasar tradisional Kota Cirebon membeli buah mangga Gedong Gincu sebesar 1-2 kg sebesar 53%.

Frekuensi Pembelian

Sebagian besar responden di pasar tradisional melakukan pembelian buah mangga Gedong Gincu dalam frekuensi yang tidak tentu, yaitu sebesar 54% responden.

Preferensi Konsumen terhadap Atribut-Atribut Buah Mangga Gedong Gincu

Preferensi responden terhadap buah mangga Gedong Gincu merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk buah mangga Gedong Gincu yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu dengan responden lain. Preferensi responden terhadap buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon dapat dianalisis dengan menggunakan uji *Chi Square*.

Preferensi konsumen pasar tradisional Kota Cirebon terhadap buah mangga Gedong Gincu dapat diketahui dari frekuensi konsumen yang memilih atribut-attribut buah

mangga Gedong Gincu yang diteliti. Adapun atribut-attribut buah mangga Gedong Gincu yang diteliti adalah rasa buah mangga Gedong Gincu, warna kulit buah mangga Gedong Gincu, tekstur daging buah mangga Gedong Gincu dan ukuran buah mangga Gedong Gincu. Dari hasil uji *Chi Square* dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap atribut-attribut buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon menunjukkan hasil seperti pada Tabel 4

Tabel 4. Hasil Analisis *Chi Square* Atribut Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017

Atribut Buah Mangga Gedong Gincu	X^2_{hitung}	df	X^2_{tabel}	Keterangan
Rasa	37,220	2	5,991	Berbeda Nyata
Warna kulit	28,480	3	7,815	Berbeda Nyata
Tekstur daging	69,040	3	7,815	Berbeda Nyata
Ukuran	95,200	3	7,815	Berbeda Nyata

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima karena dari keempat atribut yang diamati, X^2_{hitung} lebih besar daripada X^2_{tabel} . Artinya, preferensi konsumen terhadap buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap buah mangga Gedong Gincu.

Kepercayaan dan Evaluasi Konsumen terhadap Atribut-Atribut Buah Mangga Gedong Gincu

Sikap responden buah mangga Gedong Gincu merupakan ungkapan perasaan responden tentang buah mangga Gedong Gincu apakah disukai atau tidak, senang atau tidak senang. Sikap responden buah mangga Gedong Gincu juga bisa

menggambarkan kepercayaan responden terhadap berbagai atribut dan manfaat dari buah mangga Gedong Gincu tersebut. Kepercayaan responden buah mangga Gedong Gincu adalah pengetahuan responden mengenai atribut buah mangga Gedong Gincu dan manfaatnya. Perhitungan kepercayaan (bi) terhadap atribut-atribut buah mangga Gedong Gincu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Sikap Konsumen terhadap Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017

Atribut Mangga Gincu	Buah Gedong	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)
Rasa		4,01	4,47	17,92
Warna kulit		3,77	4,00	15,08
Tekstur daging		4,40	4,40	19,36
Ukuran		3,00	3,00	9,00

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah mangga Gedong Gincu berturut-turut dari yang paling tinggi sampai yang terendah adalah tekstur daging buah mangga Gedong Gincu, rasa buah mangga Gedong Gincu, warna kulit buah mangga Gedong Gincu dan ukuran buah mangga Gedong Gincu sehingga dapat dikatakan, bahwa atribut tektur daging dan rasa buah merupakan dua atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah mangga Gedong Gincu.

Pembahasan

Adanya Perbedaan Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon

Hasil analisis *Chi Square* dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon meliputi rasa buah, warna kulit buah, tekstur daging buah dan ukuran buah. Perbedaan preferensi konsumen ini mengindikasikan adanya perbedaan sikap

konsumen terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu untuk menyatakan sikap suka atau tidak suka terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu yang menghasilkan selera yang berbeda-beda. Perbedaan preferensi tersebut dapat terbentuk melalui pola pikir yang didasarkan pada pengalaman yang diperoleh dan kepercayaan turun-temurun yang dianut oleh responden buah mangga Gedong Gincu.

Atribut Buah Mangga Gedong Gincu yang menjadi Preferensi Konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon

Dari hasil uji *Chi Square* dapat diketahui atribut-atribut buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen adalah buah mangga Gedong Gincu yang memiliki rasa manis, kulit buah sebagian besar berwarna oranye, tekstur daging buahnya lembut dan berukuran sedang (200-300 gr/buah).

Rasa buah mangga Gedong Gincu erat kaitannya dengan derajat kemasakan buah, semakin tinggi tingkat kematangan buah mangga Gedong Gincu, maka tingkat kemanisannya pun akan semakin tinggi pula. Berdasarkan kondisi di lokasi penelitian, buah mangga Gedong Gincu yang dijual oleh pedagang rata-rata manis keasaman, sehingga dapat dikatakan bahwa rasa buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon belum sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini disebabkan karena buah mangga Gedong Gincu yang tersedia di pasaran belum matang sempurna dikarenakan waktu panen buah mangga Gedong Gincu belum cukup umur.

Warna kulit buah mangga Gedong Gincu yang paling banyak disukai konsumen di pasar tradisional Kota Cirebon, yaitu buah mangga Gedong Gincu yang memiliki warna sebagian besar oranye. Berdasarkan kenyataan di lokasi penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar buah mangga Gedong Gincu yang tersedia memiliki warna kulit sebagian besar kuning, sehingga dapat

dikatakan bahwa warna kulit buah mangga Gedong Gincu yang ada di pasar tradisional Kota Cirebon belum sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini disebabkan saat proses pemetikan buah mangga Gedong Gincu, belum keluar semburat merah pada pangkal buahnya, sehingga saat matang warna kulitnya akan kuning seperti gedong biasa.

Konsumen buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon menyukai buah mangga Gedong Gincu yang memiliki tekstur daging lembut. Rata-rata buah mangga yang ada di lokasi penelitian memiliki tekstur daging yang berserat sedikit sehingga kurang sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini disebabkan buah mangga Gedong Gincu yang tersedia di pasar masih memiliki tingkat kematangan yang rendah sehingga tekstur dagingnya masih memiliki serat-serat yang halus.

Ukuran buah mangga Gedong Gincu yang paling disukai oleh konsumen di pasar tradisional Kota Cirebon adalah buah mangga Gedong Gincu yang berukuran sedang (200-300 gr/buah). Berdasarkan kondisi di lokasi penelitian, buah mangga Gedong Gincu yang dijual oleh pedagang rata-rata berukuran sedang, sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon sudah sesuai dengan preferensi konsumen. Kesesuaian ukuran buah dengan preferensi konsumen ini tidak terlepas dari baiknya penanganan dalam proses pengumpulan buah mangga Gedong Gincu setelah proses pemanenan dilakukan.

Atribut Buah Mangga Gedong Gincu yang Paling Dipertimbangkan oleh Konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon

Analisis multiatribut *Fishbein* dapat diketahui besarnya indeks sikap konsumen sehingga dapat diketahui bahwa atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian buah mangga Gedong Gincu berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah tekstur daging buah

mangga Gedong Gincu, rasa buah mangga Gedong Gincu, warna kulit buah mangga Gedong Gincu dan ukuran buah mangga Gedong Gincu.

Atribut tekstur daging buah merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Konsumen cenderung memilih tekstur daging buah sebagai pertimbangan pertama karena dilihat dari segi kesegarannya. Konsumen menganggap bahwa tekstur daging buah mangga Gedong Gincu yang lembut dapat memberikan nikmat kesegaran yang tinggi sehingga kepuasan yang didapat pun semakin tinggi pula.

Atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian buah mangga Gedong Gincu adalah atribut rasa. Rasa buah mangga Gedong Gincu ini berkaitan dengan tingkat kemasakan buah. Pada umumnya, buah mangga Gedong Gincu yang sudah masak akan memiliki rasa yang manis sehingga akan terasa enak untuk dikonsumsi oleh responden buah mangga Gedong Gincu.

Atribut ketiga yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon adalah warna kulit buah. Atribut ini dapat diamati secara langsung sehingga mudah bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian dengan atribut ini. Warna kulit buah mangga Gedong Gincu ini pun berkaitan dengan tingkat kemasakan. Semakin tinggi tingkat kemasakan buah mangga Gedong Gincu, maka warna kulitnya akan berubah menjadi kemerahan.

Atribut yang terakhir yang dipertimbangkan dalam pembelian buah mangga Gedong Gincu adalah atribut ukuran buah. Pemilihan ukuran buah mangga Gedong Gincu oleh konsumen biasanya berhubungan dengan jumlah buah per kilogramnya agar mendapatkan jumlah

yang relatif banyak.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: (1) Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon, yaitu meliputi perbedaan atribut rasa berupa rasa cukup asam, manis dan sangat manis; atribut warna kulit buah berupa rasa cukup asam, manis dan sangat manis; atribut warna kulit buah berupa kuning hijau, sebagian besar kuning, sebagian besar oranye, dan sebagian besar merah; atribut tekstur daging buah berupa keras, berserat banyak, berserat sedikit, dan lembut; dan atribut ukuran buah berupa kecil (150-200 gr/buah), sedang (200-300 gr/buah) dan besar (300-350 gr/buah). Perbedaan preferensi tersebut dapat terbentuk melalui pola pikir yang didasarkan pada pengalaman yang diperoleh dan kepercayaan turun-temurun yang dianut. (2) Buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kota Cirebon adalah buah mangga Gedong Gincu yang memiliki rasa manis, kulit buah yang sebagian besar berwarna oranye, tekstur daging buah yang lembut serta ukuran buah yang sedang (200-300 gr/buah). (3) Atribut buah mangga Gedong Gincu yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon adalah atribut tekstur daging buah mangga Gedong Gincu. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah tekstur daging buah mangga Gedong Gincu, rasa buah mangga Gedong Gincu, warna kulit buah mangga Gedong Gincu dan ukuran buah mangga Gedong Gincu.

Saran yang dapat diberikan meliputi: (1) Pemasar sebaiknya lebih meningkatkan penyediaan buah mangga Gedong Gincu dengan kulit buah yang sudah keluar semburat warna merah pada pangkal buah.

Adanya semburat warna merah ini menandakan bahwa tingkat ketuaan buah mangga Gedong Gincu telah mencapai tingkat yang optimal (sudah cukup tua tapi belum terlalu matang), sehingga pemasar mampu menyediakan buah mangga yang sesuai dengan preferensi konsumen namun tetap dapat mencegah terjadinya kebusukan pada buah mangga Gedong Gincu yang belum terjual karena tingkat kematangan buah yang belum terlalu matang. (2) Pemasar hendaknya mampu menyediakan lebih banyak buah mangga Gedong Gincu yang memiliki warna kulit buah yang berwarna sebagian oranye atau mendekati kemerahan. Hal ini dilakukan karena warna kulit buah mangga Gedong Gincu ini dapat memperlihatkan tingkat kematangan dari buah mangga Gedong Gincu yang dapat berpengaruh pada atribut rasa dan tekstur daging buah. Semakin warna kulit buah mangga Gedong Gincu berwarna oranye atau mendekati merah, maka rasa buah mangga Gedong Gincu ini akan semakin manis dan tekstur daging buah yang dimiliki akan semakin lembut sehingga kadar air yang dimiliki oleh buah mangga Gedong Gincu pun akan semakin banyak. Penyediaan buah mangga Gedong Gincu yang memiliki warna kulit buah sebagian besar oranye atau mendekati kemerahan ini dapat dilakukan dengan cara melakukan sortasi terhadap buah mangga Gedong Gincu yang memiliki atribut sesuai dengan preferensi konsumen sebelum dilakukan proses pemasaran. (3) Pemasar hendaknya menyediakan buah mangga Gedong Gincu yang sudah diiris sebagai contoh sehingga dapat terlihat tekstur dari buah mangga Gedong Gincu yang dijual. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi para konsumen dalam memilih buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensinya, yaitu buah mangga Gedong Gincu yang memiliki tekstur daging lembut.

DAFTAR PUSTAKA

- Almuhaesimi. 2012. Analisis Efisiensi Produksi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Budidaya Mangga Gedong Gincu di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon. *repository.upi.edu*. Diakses pada tanggal 19 November.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BPPP. 2007. Komoditas Prioritas Hortikultura Nasional. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Jakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Jawa Barat. 2012. Perkembangan Produksi Hortikultura Jawa Barat. <http://distan.jabarprov.go.id/>. Dispartan, Jawa Barat
- Fraenkle, J.R dan Wallen, N.E. 1990. How to Design and Evaluate Research in Education. *McGraw-Hill Publishing Company* : NY
- PD Pasar Kota Cirebon. 2015. Nama Pasar dan Jumlah Pedagang Buah di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2014.
- Raphel Murray, Neil Raphel, dan Janis S.Raye. 2007. *Winning Costumer Loyalty*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta : Bandung.