

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK SIAM DI PASAR SWALAYAN KOTA SURAKARTA

Rahmat Agustian, Heru Irianto dan Susi Wuri Ani

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jalan Ir. Sutami No. 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457
Email: ragustian96@gmail.com

Abstract : *This study aims to determine the consumer's preference for the siam orange attributes and the attributes that most considered attribute when buying siam oranges at the Surakarta City Supermarket. The basic method of this study is descriptive analytical method. The methods of determining the location are done by purposive and accidental sampling. The data used are primary and secondary data. The descriptive data analysis method was used with Chi Square analysis and Fishbein multi-attribute analysis. The results of the Chi Square analysis showed that the attributes of siam orange favored by consumers were the medium price, medium size, greenish-yellow color and honey variant. Fishbein multi-attribute analysis showed that the most considered attribute when purchasing siam orange is the price attribute. While siam orange most considered attributes ranked consecutively are price, color, size, and kinds.*

Keywords: *Siam Orange, Consumers Preferences, Chi Square Analysis, Fishbein Multi-attribute Analysis.*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk siam dan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta. Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif analitik. Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* dan pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data secara deskriptif dengan analisis yang digunakan adalah analisis *chi square* dan analisis multiatribut *fishbein*. Hasil analisis *chi square* menunjukkan bahwa atribut buah jeruk siam yang disukai konsumen adalah harga medium, ukuran sedang, warna kuning kehijauan dan siam jenis madu. Berdasarkan hasil analisis multiatribut *fishbein* diketahui bahwa atribut yang paling dipertimbangkan konsumen ketika membeli buah jeruk siam adalah atribut harga. Sedangkan atribut buah jeruk siam yang dipertimbangkan secara berturut-turut dari yang terpenting yaitu harga, warna, ukuran dan jenis.

Kata kunci : Jeruk Siam, Preferensi Konsumen, Analisis Chi Square, Analisis Multiatribut Fishbein.

PENDAHULUAN

Komoditas buah-buahan merupakan peluang agribisnis yang menjanjikan bagi produsen ataupun pemasar. Peningkatan permintaan buah – buahan segar pada masa mendatang diprediksi akan terjadi, dikarenakan adanya peningkatan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan dan peningkatan kesadaran akan kesehatan tubuh. Peningkatan kesadaran ini akan mendorong konsumen untuk lebih menyukai buah-buahan, sehingga meningkatkan konsumsi buah-buahan (Setianingrum, 2003).

Menurut data BPS Kota Surakarta (2019), jumlah penduduk Kota Surakarta tahun 2015-2018 mengalami peningkatan jumlah berkisar 0,97% setiap tahunnya. Jumlah penduduk Kota Surakarta yang meningkat setiap tahunnya mempengaruhi konsumsi makanan masyarakat Kota Surakarta, termasuk buah-buahan, dimana menurut data BPS Kota Surakarta, pengeluaran perkapita sebulan untuk buah-buahan meningkat dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,78% setiap tahunnya.

Salah satu jenis buah-buahan yang ada di Kota Surakarta adalah jeruk siam. Jeruk yang berasal dari Negara Thailand ini merupakan salah satu komoditas unggulan hortikultura nasional yang sudah berkembang dan memiliki potensi yang cukup cerah sebagai komoditi yang bernilai ekonomis. Salah satu tempat

pemasaran buah jeruk siam di Kota Surakarta adalah pasar swalayan.

Agar buah jeruk siam dapat bersaing dengan jenis buah-buahan yang lain, produsen maupun pemasar buah jeruk siam diwajibkan mampu memproduksi dan memasarkan buah jeruk siam yang kualitasnya dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan mengetahui atribut-atribut buah jeruk siam yang menjadi preferensi konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen dan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta. Atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, warna, ukuran, dan jenis.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik dengan menyusun data yang terkumpul, dijelaskan, dianalisis dan disimpulkan serta didukung teori-teori dari hasil penelitian terdahulu yang ada (Surakhmad, 2004). Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik survey. Penentuan daerah penelitian dan sampel lokasi dilakukan secara *purposive* atau secara sengaja. Menurut Singarimbun (2006), *purposive* yaitu penentuan daerah penelitian berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan di empat pasar swalayan di

Kota Surakarta yang mewakili wilayah geografis Kota Surakarta dengan jumlah responden sebanyak 25 orang di tiap pasar swalayan dengan total responden sebanyak 100 orang. Responden yang diteliti adalah orang yang sedang atau pernah membeli buah jeruk siam di pasar swalayan tempat penelitian berlangsung. Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *accidental sampling* yang didasarkan pada kemudahan peneliti dalam menemukan responden serta bersedia dijadikan sampel (Darmawan, 2003). Penelitian menggunakan dua metode analisis data

yaitu *chi square* dan multiatribut *fishbein*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen

Pengujian kuisioner dengan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan SPSS 23. Pengujian dilakukan untuk menghasilkan data yang baik, data tersebut diperoleh bila instrumennya juga baik. Instrumen dikatakan baik apabila valid dan reliabel sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas (Simamora, 2004). Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dengan Rumus *Bivariate Pearson*

Atribut Buah Jeruk Siam	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga	0,467	0,374	Valid
Ukuran	0,658	0,374	Valid
Warna	0,582	0,374	Valid
Jenis	0,528	0,374	Valid

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa semua atribut yang akan diteliti nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Berarti semua instrumen pertanyaan pada tiap atribut buah jeruk siam tersebut valid. Dari instrumen tersebut tidak ada yang dikeluarkan sehingga butir soal dapat digunakan untuk tahap selanjutnya, yaitu uji reliabilitas agar instrumen dapat

diketahui kevalidan dan kehandalannya. Kuesioner yang reliabel yaitu apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama atau tidak terdapat perbedaan psikologi pada responden. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas dengan Metode *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
Buah Jeruk Siam	0,689	5	Reliabel

Sumber : Analisis Dara Primer, 2019

Hasil dari uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga

kuesioner pada penelitian ini reliabel. Dari hasil pengujian instrumen dapat

diketahui bahwa kuesioner valid dan reliabel.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur,

tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan rata-rata rumah tangga per bulan. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Buah Jeruk Siam di Pasar Swalayan Kota Surakarta

No.	Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin		
	a. Perempuan	90	90
2.	Umur		
	a. 36-50 tahun	41	41
3.	Tingkat Pendidikan		
	a. SLTA/SMA	36	36
4.	Jenis Pekerjaan		
	a. PNS	36	36
5.	Jumlah Anggota Keluarga		
	a. 4 – 5	61	61
6.	Pendapatan (Rp/Bulan)		
	a. Rp. 2.500.000-Rp. 3.500.000	40	40

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase sebesar 90% sedangkan responden laki-laki sebesar 10%. Hal ini sesuai dengan pendapat Engel *et al.* (2004) bahwa keputusan pembelian untuk produk makanan dan minuman sebagian besar dilakukan oleh perempuan. Perempuan cenderung lebih berperan dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga, meskipun kegiatan berbelanja juga dilakukan oleh laki-laki yang pada dasarnya karena permintaan dari istri maupun anggota keluarga yang lainnya.

Responden buah jeruk siam yang ditemui di pasar swalayan Kota Surakarta memiliki rentang umur yang beragam. Responden dengan rentang

umur terbanyak adalah responden dengan rentang umur 36-50 tahun dengan persentase 41%. Menurut Sumarwan (2003), seseorang dengan rentang umur 36-50 tahun termasuk kedalam kelompok umur separuh baya, dimana menurut Badan Pusat Statistik rentang umur tersebut merupakan salah satu kelompok umur produktif dimana cenderung berpikir rasional dalam mengambil keputusan.

Responden yang ditemui memiliki latar belakang pendidikan yang beragam. Responden yang memiliki proporsi terbesar adalah responden dengan tingkat pendidikan SLTA yaitu sebanyak 36 responden atau sebesar 36%. Hal ini dikarenakan penduduk Kota Surakarta yang memiliki proporsi terbesar adalah

penduduk dengan pendidikan setara SLTA/SMA dan SMK sehingga responden yang ditemui juga mayoritas memiliki tingkat pendidikan setara SLTA.

Responden yang ditemui memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam dimana yang terbesar adalah responden dengan pekerjaan sebagai PNS yaitu sebanyak 36 responden atau sebesar 36%. Responden pada penelitian ini sebagian besar adalah pegawai. Kegiatan pegawai yang padat menuntut mereka lebih intens dalam menjaga kesehatan dengan salah satunya adalah banyak mengonsumsi makanan yang kaya nutrisi seperti buah-buahan.

Responden yang ditemui mayoritas memiliki jumlah anggota keluarga 4-5 orang yaitu sebanyak 61 responden atau sebesar 61%. Menurut Sumarwan (2003) Banyaknya jumlah anggota keluarga dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan ketika melakukan pembelian, termasuk dalam pembelian buah jeruk siam dimana setiap anggota dalam satu keluarga

memiliki selera atau kesukaan yang berbeda-beda.

Responden yang ditemui mayoritas memiliki pendapatan dengan jumlah Rp 2.500.000,00 – Rp 3.500.000,00 yaitu sebanyak 40 responden atau sebesar 40%. Tingkat pendapatan yang diperoleh responden akan mempengaruhi jumlah dan jenis produk yang dikonsumsi. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka akan cenderung membeli produk yang prestise untuk menciptakan suatu pencitraan diri, salah satunya dengan berbelanja di pasar swalayan.

Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku konsumen terhadap produk buah jeruk siam merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seseorang ketika memilih, memperoleh, mengonsumsi maupun mengatur dan menghabiskan produk buah jeruk siam. Perilaku konsumen yang diamati dalam penelitian ini meliputi alasan pembelian, frekuensi pembelian, jumlah pembelian, variasi makanan buah-buahan lain dan alasan pembelian di pasar swalayan. Perilaku pembelian konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perilaku Pembelian Konsumen Buah Jeruk Siam di Pasar Swalayan Kota Surakarta

No.	Perilaku Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Alasan Pembelian a. Harga lebih terjangkau	45	45
2.	Frekuensi Pembelian a. Sebulan dua kali	31	31
3.	Jumlah Pembelian a. 1-2 kg	71	71
4.	Variasi buah-buahan a. Pisang	34	34
5.	Alasan pemilihan lokasi pembelian a. sekaligus belanja bulanan	36	36

Sumber: Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa sebanyak 45% responden memilih alasan membeli buah jeruk siam karena harga lebih terjangkau. Hal ini dikarenakan Harga jeruk siam di pasar swalayan dapat dikatakan lebih terjangkau dibandingkan harga buah-buahan lain ternyata merupakan point penting bagi responden dalam melakukan pembelian buah jeruk siam. Selanjutnya diketahui bahwa responden dengan frekuensi pembelian buah jeruk siam sebulan dua kali menempati urutan pertama yaitu sebanyak 31% responden. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, mereka melakukan pembelian dengan jangka waktu sebulan dua kali karena menyesuaikan dengan kebutuhan konsumsi buah jeruk siam keluarga dalam satu bulan tersebut. Penyesuaian kebutuhan konsumsi tersebut dimaksudkan agar terjadinya efisiensi pembelian suatu produk. Selanjutnya dapat diketahui bahwa jumlah pembelian buah jeruk siam yang

terbanyak dalam setiap pembelian yaitu 1-2 kg dengan jumlah responden sebesar 71%. Hal ini dikarenakan responden menganggap jumlah tersebut sudah dapat mencukupi persediaan untuk konsumsi variasi buah-buahan agar tidak monoton. Selanjutnya dapat diketahui bahwa buah-buahan yang disukai konsumen selain buah jeruk siam beragam. Berdasarkan hasil penelitian, variasi buah-buahan terbanyak yang dipilih responden adalah Pisang 59%. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam menemukan buah pisang di pasar swalayan Kota Surakarta dan juga dikarenakan harga yang relatif murah. Selanjutnya dapat diketahui bahwa responden terbanyak memilih lokasi pembelian buah jeruk siam di pasar swalayan adalah karena sekaligus belanja bulanan dengan persentase sebesar 36%. Responden mengatakan bahwa mereka berbelanja sebulan sekali untuk membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari termasuk

membeli buah-buahan seperti buah jeruk siam di pasar swalayan.

Hasil Analisis Chi Square

Menurut Santoso (2010), teknik dari tes *chi square* adalah tipe *goodness of fit*. Uji keselarasan (*goodness of fit*) adalah perbandingan antara frekuensi observasi dengan frekuensi harapan (*expected frequencies*). Berdasarkan hasil analisis *chi square*, akan diketahui ada

tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta dan atribut buah jeruk siam dengan kategori apa yang menjadi preferensi konsumen di pasar swalayan Kota Surakarta. Banyaknya responden yang memilih kategori setiap atribut (*fo*) dan banyaknya responden yang diharapkan dalam kategori atribut buah jeruk siam (*fe*) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Banyaknya Responen yang Memilih Kategori Setiap Atribut (*fo*) dan Responden yang Diharapkan dalam Kategori Atribut Buah Jeruk Siam (*fe*)

Atribut	Kategori Atribut	Observed (<i>fo</i>)	Expected (<i>fe</i>)
Harga	Rendah (Rp 10.000,00 – Rp 12.999,00)	41	33,3
	Medium (Rp 13.000,00 – Rp 15.999,00)	51	33,3
	Tinggi (Rp16.000,00 – Rp 20.000,00)	8	33,3
Ukuran	Besar (5-7 buah/kg)	27	33,3
	Sedang (8-10 buah/kg)	61	33,3
	Kecil (11-12 buah/kg)	12	33,3
Warna	Hijau	6	25
	Hijau Kekuningan	20	25
	Kuning Kehijauan	49	25
Jenis	Kuning	25	25
	Pontianak	23	50
	Madu	77	50

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *observed (fo)* atribut buah jeruk siam yang paling banyak disukai konsumen di pasar swalayan Kota Surakarta berdasarkan kategori atributnya anatara lain harga

medium (Rp 13.000,00 - Rp 15.999,00), ukuran sedang (8-10 buah/kg), warna kuning kehijauan dan jenis jeruk siam madu. Berdasarkan nilai frekuensi konsumen yang memilih kategori tiap atribut buah

jeruk siam, maka akan diketahui X^2_{hitung} pada masing-masing atribut untuk menentukan ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen. Hasil

analisis *chi square* terhadap preferensi konsumen terhadap buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis *Chi Square* Atribut Buah Jeruk Siam

Atribut	X^2_{hitung}	Df	X^2_{tabel}	Keterangan
Harga	30,380	2	5,991	Signifikan
Ukuran	37,820	2	5,991	Signifikan
Warna	38,480	3	7,815	Signifikan
Jenis	29,160	1	3,841	Signifikan

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95%, yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima karena X^2_{hitung} lebih besar daripada X^2_{tabel} . Artinya, preferensi konsumen terhadap buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta.

Hasil Analisis Multiatribut *Fishbein*
Menurut Sumarwan (2014), analisis multiatribut *Fishbein* menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu obyek sikap (produk atau merek) sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dievaluasi. Penelitian ini menggunakan model *The Attitude*

Toward Object (nilai A_o) karena model ini mengukur sikap konsumen terhadap sebuah produk atau berbagai merek. Sikap konsumen buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta ditentukan oleh dua hal, yaitu keyakinan terhadap atribut yang dimiliki produk atau merek (*bi*), dan evaluasi pentingnya atribut dari produk tersebut (*ei*). Indeks sikap konsumen (A_o) didapat dengan mengalikan angka penilaian kepercayaan (*bi*) dan nilai evaluasi konsumen (*ei*) terhadap atribut buah jeruk siam. Angka ini menunjukkan prioritas pertimbangan konsumen terhadap atribut yang melekat pada buah jeruk siam dalam melakukan pembelian di pasar swalayan Kota Surakarta. Hasil analisis multiatribut *fishbein* dapat dilihat dari Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Multiatribu *Fishbein*

Atribut	Keyakinan (<i>bi</i>)	Evaluasi (<i>ei</i>)	Sikap (<i>Ao</i>)	Peringkat
Harga	3,98	4,35	17,31	I
Ukuran	3,65	4,08	14,89	III
Warna	4,00	4,29	17,16	II
Jenis	3,39	3,65	12,37	IV

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen (*Ao*) terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk siam berturut-turut dari yang tertinggi sampai terendah adalah atribut harga sebesar 17,31, atribut warna sebesar 17,16, atribut ukuran sebesar 14,89 dan atribut jenis sebesar 12,37. Atribut harga buah jeruk siam merupakan atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan karakteristik responden di lapangan dengan mayoritas konsumen adalah wanita yang bekerja sekaligus ibu rumah tangga, dimana mereka dituntut untuk dapat efisien dan selektif dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari karenanya seorang ibu diwajibkan untuk pandai mengatur keuangan rumah tangga dengan memilih suatu produk yang bersifat “*value for money*”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang preferensi konsumen terhadap buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : (1) Terdapat perbedaan preferensi konsumen buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta berdasarkan

atribut harga, ukuran, warna dan jenis (2) Atribut buah jeruk siam dengan proporsi preferensi konsumen terbesar adalah harga medium (Rp 13.000,00 – Rp 15.999,00), ukuran sedang (8-10 buah/kg), warna kuning kehijauan dan jenis siam madu (3) Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk siam di pasar swalayan Kota Surakarta adalah harga. Urutan atribut buah jeruk siam dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah harga, warna, ukuran dan jenis.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, saran yang dapat diberikan adalah : (1) Sebaiknya pihak pasar swalayan Kota Surakarta (pemasar) dapat memasarkan buah jeruk siam yang sesuai dengan proporsi berdasarkan preferensi konsumen sehingga buah jeruk siam yang dijual dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (2) Bagi pihak pasar swalayan Kota Surakarta (pemasar) sebaiknya memperhatikan atribut harga buah jeruk siam, karena atribut tersebut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di pasar swalayan Kota Surakarta. Hal ini dilakukan agar penentuan harga jual buah jeruk siam bisa sesuai dengan keinginan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Surakarta. 2019. *www.surakartakota.bps.go.id*. diakses tanggal 24-25 Desember 2019.
- Darmawan, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Engel, J., Roger D.B. dan Paul W.M. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Nonparametik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setianingrum, Y. 2003. Analisis Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pisang Sunpride. *Skripsi*. Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun M dan Sofian E. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Surakhmad, W. 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, dan Teknik*. Bandung: Tarsito.