Frontier Agribisnis

OPEN ACCESS

e-ISSN 3048-1260

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

STUDI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH IMPOR JERUK MANDARIN (*Citrus reticulata)* DI KECAMATAN BANJARBARU UTARA KOTA BANJARBARU

Study of Consumer Preferences for Imported Mandarin Oranges in Banjarbaru Utara Sub-Distric, Banjarbaru City.

Muhamad Hanafi[*a], Luki Anjardiani[*b], Rifiana[*c]

[*]Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci
Ketertarikan Toko Buah: Buah Impor, Jeruk Mandarin

Korespondensi
Corresponding author
[b]luki.anjardiani@ulm.ac.id

Author
[a]1710514210024@mhs.ulm.ac.id
[c]rifiana@ulm.ac.id

Diterima: 16 Juli 2024,
Disetujui: 25 Juli 2024,
Diterbitkan on-line :30 September 2024

Penelitian ini bertujuan untuk memperlihatkan karakteristik konsumen buah impor, bagaimana proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian buah impor jeruk mandarin. Menunjukkan bagaimana perilaku konsumen terhadap buah impor jeruk mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru. Hasil penelitian menunjukkan Preferensi konsumen terhadap buah impor dibandingkan buah lokal di Kecamatan Banjarbaru Utara adalah cukup baik. Hasil dari sikap konsumen sebesar 17,927 dengan kategori tinggi. Dikaitkan dengan hasil analisis tingkat kepentingan/evaluasi dengan tingkat kepercayaan secara keseluruhan dinilai sama oleh konsumen. Terlihat dari yang mendapatkan nilai tertinggi adalah Ukuran buah dan yang paling rendah adalah atribut harga. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hasil analisis sikap konsumen terhadap buah impor jeruk mandarin masih tergolong tinggi walaupun dengan harga yang cukup relatif mahal di pasaran. Akan tetapi, warna yang cerah, ukuran yang besar, aroma buah yang harum dan kesegaran buah yang terjaga dengan baik membuat sikap konsumen dalam memutuskan proses pembelian buah impor jeruk mandarin tetap tergolong tinggi dibandingkan dengan buah lokal sejenisnya. Sehingga petani buah jeruk lokal seperti Buah Jeruk Siam harus memperbaiki kualitas buah jeruk tersebut, dikarenakan masyarakat/responden menyukai buah jeruk dengan ukuran yang besar, rasa buah jeruk yang manis, kesegaran buah dengan selalu menyediakan stok buah jeruk yang baru, warna buah jeruk yang cerah, aroma harum buah jeruk yang khas dan dengan harga yang kompetitif di pasaran.

PENDAHULUAN

Setiap negara memiliki sumber daya alam, sumber daya manusia dan kebutuhan yang berbeda antara satu negara dengan negara lainnya. Dalam rangka memenuhi kelebihan atau kekurangan pada suatu negara, maka antara negara tersebut dapat melakukan kerja sama internasional. Tujuan kerja sama internasional adalah cara untuk memenuhi kebutuhan masing-masing pihak. Dengan melakukan kerja sama

internasional, kita dapat meningkatkan kesejahteraan yang ada pada negara kita ataupun membantu negara lain yang sedang memerlukan. Maka dari itu diperlukannya suatu wadah yang dapat memperlancar kegiatan tersebut untuk terlaksana dengan baik dan maksimal. Salah satunya adalah bentuk kerja sama internasional di bidang perdagangan atau yang biasa kita sebut perdagangan internasional.

Kemajuan zaman memungkinkan masyarakat untuk menjalani kehidupan yang lebih baik dalam hal kesehatan, dan dengan demikian mereka secara bertahap akan beralih ke makanan organik, yang dapat melindungi kesehatan mereka (Nopiyanti et al., 2019).

Memahami perilaku konsumen buah-buahan merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis. Informasi ini diperlukan sebagai bahan masukan untuk merencanakan dan mengembangkan produk dan memasarkan buah-buahan dengan baik (Sudiyarto et al., 2007). Adapun buah-buah impor didatangkan dari berbagai beberapa negara yang diantaranya dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Impor buah-buahan menurut asal negara tahun 2015-2019

Negara Asal	Tahun/Kg				
	2015	2016	2017	2018	2019
Tiongkok	217 120,1	215 835,9	339 657,5	397 717,3	435 918,6
Amerika Serikat	42 385,4	59 091,1	46 055,6	38 045,3	42 604,8
Thailand	52 781,7	60 375,0	100 901,1	61 576,8	75 868,6
Australia	29 965,8	33 995,1	27 053,1	27 166,3	36 235,8

Sumber : BPS Republik Indonesia Tahun 2020

Dari tabel di atas dapat kita ketahui Tiongkok adalah penyumbang buah impor terbesar ke Indonesia yang kemudian disusul oleh Amerika Serikat di posisi kedua sebagai penyumbang buah impor di Indonesia. Seperti yang kita ketahui, dua negara tersebut menjadi penyumbang terbesar untuk buah-buah impor seperti jeruk mandarin, apel, pir, dan anggur yang kemudian disusul dengan buah kiwi, dan kurma. Dikarenakan sudah ada penelitian sebelumnya terhadap preferensi konsumen buah impor apel dan pir. Maka, penulis memutuskan untuk mengambil buah impor jeruk mandarin sebagai latar belakang penelitian banyaknya toko buah yang menjual buah impor membuat konsumen dapat memilih untuk membeli buah impor ataupun buah lokal. Tak sedikit juga buah lokal yang beredar di pasaran.

Harga buah-buahan yang terus meningkat tidak membuat permintaan turun. Produksi beberapa jenis buah, belum dapat memenuhi jumlah permintaan pasar (Kurniawan, 2018).

Preferensi setiap individu manusia jelas berbeda-beda. Perbedaan inilah yang membuat menjadi lebih indah. Banyak manusia membeli sesuatu dikarenakan suka, atau hanya sekedar tertarik. Semakin berkembangnya zaman, alasan untuk membeli atau memiliki sesuatupun beragam. Pola hidup akhirnya setiap perkembangan zaman jadi berubah-ubah standaritasnya. Begitu pula preferensi konsumen dalam melakukan pembelian buah impor Jeruk Mandarin. Penelitian ini akan menjelaskan tentang analisis preferensi suatu konsumen dalam melakukan pembelian buah impor tersebut. Serta atribut apa yang dipertimbangkan dan diinginkan konsumen dalam melakukan pembelian buah impor tersebut.

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen buah impor di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, mengetahui dan menganalisis proses keputusan pembelian konsumen terhadap buah impor jeruk mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, dan mengetahui dan menganalisis perilaku konsumen terhadap buah impor jeruk mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru.

Penelitian ini juga berguna untuk bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Selain itu, penelitian ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat, bagi pedagang, penelitian ini diharapkan berguna untuk mengetahui kebutuhan dan keingan konsumen, dan bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya. Khususnya dalam menganalisis perilaku konsumen

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kepada masyarakat yang pernah membeli buah impor di salah satu toko buah atau tempat yang menjual buah impor di Kecamatan Banjarbaru Utara. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2021 sampai

dengan Juli 2024.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang telah diperoleh dari kuesioner yang telah disebarkan kepada responden dan data sekunder.

Metode Pengambilan Contoh

Teknik sampling pada umumnya dibagi menjadi dua yaitu *probility sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik probabilitas digunakan apabila suatu populasi didaerah penelitian dianggap sangat penting. Apabila jumlah populasi tidak terlalu penting atau tidak mengetahui populasi secara pasti yang dapat dijadikan bagian dari penelitian maka non-probablitas yang paling tepat untuk digunakan. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik *non- probability sampling* yang di dalamnya dilakukan dengan teknik *Accidental sampling.* Hal ini digunakan dikarenakan teknik ini dirasa cocok untuk penelitian kali ini.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini minimum atau paling sedikit 30 orang responden dan tidak ada jumlah maksimum.

Penelitian dilaksanakan selama kurun waktu 7 hari dari tanggal 27 Mei 2024 sampai dengan 2 Juni 2024, di 3 toko buah yang ada di Kecamatan Banjarbaru Utara. Adapun alasan lain peneliti mengambil rentang waktu 1 minggu terakhir dikarenakan konsumen biasanya tidak datang untuk membeli buah impor jeruk mandarin dikarenakan harganya yang terbilang relatif mahal.

Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian dilakukan dengan 2 tahap yaitu :

Analisis Deskriptif. Analisis deskriptif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar (Sugiyono, 2005). Menganalisis dengan cara mengelompokkan data, memberikan gambaran dan menggunakan teori untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan. Untuk tahapan awal akan menggunakan metode ini. Hal ini bertujuan untuk dapat mendeskripsikan responden sesuai dengan kriteria yang sesuai, dan mendeskripsikan terkait tujuan pertama serta tujuan kedua (pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian) yang sesuai dengan jawaban dari responden.

Analisis Multiatribut Fishbein. Analisis Multiatribut Fishbein untuk menjawab pertanyaan dari tujuan ketiga yaitu menganalisis sikap konsumen terhadap buah impor jeruk mandarin dan anggur pada masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Banjarbaru Utara, dengan menggunakan Analisis Deskriptif yang telah dijelaskan sebelumnya dan Analisis Multriatribut Fishbein.

Model Multiatribut Fishbein adalah salah satu model sikap yang terkenal. Model ini menggambarkan rancangan yang berharga untuk memeriksa hubungan antara pengetahuan konsumen akan suatu produk dan sukap terhadap produktersebut berkaitan dengan ciri atau atribut produk (Setiadi, 2010)..

Model sikap Fishbein dapat menjelaskan dua jenis sikap berdasarkan objek sikap, yaitu sikap terhadap objek dan sikap terhadap perilaku. Sikap dibentuk oleh kepercayaan bahwa suatu objek memiliki beberapa atribut yang diinginkan (bi) dan evaluasi terhadap atribut yang dimiliki suatu objek (ei) (Setiadi, 2010). Sikap terhadap suatu objek yang dibentuk oleh kedua komponen di atas dijelaskan dalam rumus sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=I}^{n} b_i e_i \qquad (1)$$

A_o = Sikap terhadap suatu objek

bi = Tigkat kepercayaan konsumen

ei = Evaluasi terhadap atribut *i*
n = Jumlah atribut yang dimiliki objek

Analisis Fishbein merupakan suatu gambaran preferensi konsumen yang berupa sikap, persepsi, dan penilaian suka atau tidak suka, serta penilaian positif dan negatif dari suatu komoditas. Komoditas dinilai dari beberapa atribut yang menjadi kepercayaan utama konsumen (Engel et al., 1994).

Standar penilaian konsumen berdasarkan tingkat kepercayaan dan evaluasi terhadap buah impor jeruk mandarin. Dalam mengetahui atribut manakah yang paling dipilih oleh konsumen berdasarkan tingkat kepercayaan dan evaluasi

sepereti pada Tabel 2.

Tabel 2. Skor penilaian sikap responden skala berdasarkan Tingkat kepercayaan dan evaluasi

Skor	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Rendah
2,60 – 3,39	Sedang
3,40 – 4,19	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Konsumen merupakan suatu gambaran mengenai identitas responden dalam suatu penelitian yang diperoleh dari hasil survei di lapangan sebanyak 36 orang yang pernah melakukan interaksi (belanja) di salah satu toko buah di Kecamatan Banjarbaru Utara.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Umur (tahun)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
≤ 20	8	22,2
21-30	17	47,2
31-40	6	16,7
41-50	3	8,3
≥ 51	2	5,5
Jenis pekerjaan		
Ibu Rumah Tangga	3	8
Pegawai Swasta	18	50
Pelajar/Mahasiswa	6	17
PNS	3	8
Wirausaha	6	17
Pendapatan		
< Rp. 500.000	5	14,2
Rp. 500.001 - Rp. 2.000.000	11	31,4
Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000	9	23,8
> Rp. 4.000.001	11	31,4
Suku		
Banjar	21	57,1
Dayak	4	11,4
Flores	2	5,7
Jawa	9	25,7
Jumlah Anggota Keluarga		
1-2 orang	9	25
3-5 orang	24	66,7
>5 orang	3	7,6
Tempat *Favorite* Dalam Melakukan Pembelian Buah Impor		
Supermarket	2	5,6
Toko Buah	34	94,4

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel responden di Toko Buah Marhamat, Toko Buah Saputra, dan Toko Buah Segar Manis. Karakteristik konsumen dalam penelitian ini adalah berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendapatan, pendidikan, jumlah anggota keluarga, serta tempat *favorite* responden dalam melakukan pembelian buah impor jeruk mandarin.

Umur. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang memilih membeli Buah Impor Jeruk Mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara di dominasi konsumen yang berumur antara 21-30 tahun.

Jenis pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli Buah Impor Jeruk Mandarin berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh responden yang berprofesi Pegawai Swasta sebanyak 50% dilanjutkan dengan jenis pekerjaan Pelajar/Mahasiswa dan Wirausaha sebanyak 1 7 %.

Pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli Buah Impor Jeruk Mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara adalah orang yang mempunyai pendapatan atau penghasilan dalam kategori sedang dengan didominasi rata-rata pendapatan yang diterima setiap bulannya sebesar Rp. 500.001,- sd Rp. 2.000.000,- dan ≥Rp. 4.000.000,- sebesar 31,4% , maka hal ini mempengaruhi proses keputusan dalam pola konsumsi yang berpengaruh pada gaya hidup dan daya beli konsumen.

Suku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli Buah Impor Jeruk Mandarin berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh responden yang bersuku Banjar sebanyak 57,1% dilanjutkan dengan bersuku Jawa sebanyak 2 5 , 7 %.

Jumlah anggota keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli Buah Impor Jeruk Mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara memiliki jumlah anggota keluarga yang didominasi dengan jumlah anggota keluarga antara 3-5 orang sebanyak 66,7%.

Tempat *favorite*. Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa yang menjadi tempat kegemaran responden/konsumen dalam melakukan pembelian adalah toko buah dengan persentase sebesar 94,4% atau sebanyak 34 orang dan disusul dengan supermarket dengan besaran persentase sebanyak 5,6% atau sebanyak 2 orang. Maka dari itu yang menjadi kegemaran responden/konsumen adalah toko buah. Hal ini dikarenakan apabila ke supermarket biasanya tujuan utamanya bukan untuk membeli buah, melainkan untuk membeli kebutuhan rumah lainnya. Apabila hanya ingin

membeli buah saja, responden/konsumen lebih memilih langsung membeli ke toko buah.

Preferensi Konsumen dalam Melakukan Pembelian Buah Impor

Pengenalan Kebutuhan. Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi sesuatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Dalam hal ini saya selaku peneliti melakukan 3 pertanyaan yang berkaitan tentang alasan, harapan, dan kendala. Adapun 3 hal ini dapat dijabarkan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Deskriptif Pengenalan Kebutuhan

Alasan Mengkonsumsi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Gaya Hidup	5	14%
Kualitas buah impor lebih baik dibandingkan buah lokal sejenisnya	20	56%
Sekedar coba-coba	10	28%
Tuntutan Zaman	1	3%
Harapan Setelah Mengkonsumsi		
Terbentuknya gaya hidup sehat	13	36%
Terpenuhinya vitamin dan gizi yang dibutuhkan oleh tubuh	23	64%
Kendala Mengkonsumsi		
Harga buah impor terpaut cukup mahal	16	44%
Kebiasaan untuk mengonsumsi buah lokal sejenis dibandingkan mengkonsumsi buah impor sejenis	11	31%
Lokasi toko buah yang menjual buah impor cukup jauh	9	25%
Jumlah	36	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Kebutuhan konsumen dalam melakukan pembelian buah impor dikarenakan buah impor tersebut memiliki kualitas yang cukup baik dengan persentase sebesar 56%, Konsumen juga memilih buah impor dikarenakan mengharapkan bahwa buah impor dapat memenuhi vitamin dan gizi dalam tubuh dengan persentase pemilih sebesar 64%, namun konsumen memiliki kendala dalam melakukan pembelian buah impor yaitu harga buah impor yang cukup mahal dengan persentase pemilih sebesar 44%.

Pencarian Informasi. Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen yang terunggah kebutuhan akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Besarnya pencarian yang dilakukan tergantung pada kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang telah dimilikinya, kemudahan mendapatkan dan nilai yang diberikan pada informasi tambahan, dan kepuasan dalam pencarian informasi tersebut. Dalam penelitian kali ini, peneliti menanyakan 2 pertanyaan terkait darimana anda mendapatkan informasi terkait buah impor? Baik itu tentang kandungan vitamin dari gizi dari buah impor maupun informasi tentang lokasi toko yang menjual buah impor dan Informasi apa yang menarik perhatian anda terhadap buah impor?. Jawaban responden dari kedua pertanyaan tersebut akan dijabarkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis Deskriptif Pencarian Informasi

Sumber Informasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Keluarga	6	17%
Media Cetak	2	6%
Media Elektronik	19	53%
Teman	9	25%
Informasi Menarik		
Harga	2	6%
Manfaat dan Kandungan Gizi	34	94%
Jumlah	36	100%

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Mayoritas konsumen mendapatkan informasi terkait buah impor melalui media elektronik dengan jumlah persentase responden sebesar 53% dan informasi yang menarik dari buah impor menurut responden adalah manfaat dan gizi yang terkandung buah impor tersebut dengan persentase responden sebesar 94%. Maka dari itu media elektronik di zaman sekarang sangat bermanfaat dalam menyebarkan informasi dan para konsumen juga dengan mudahnya mendapatkan informasi yang ingin dicari, termasuk buah impor. Dari gizi dan kesehatan dalam mengonsumsi buah impor dapat diperoleh melalui media elektronik.

Evaluasi Alternatif. Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan keinginan konsumen. Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai kumpulan atribut dengan

kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu. Maka dari itu faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian buah impor? Dan apabila tidak terdapat buah impor pilihan anda di lokasi penjual buah. Apakah anda akan membeli buah lokal sejenis?. Contoh, anda ingin membeli buah impor jeruk mandarin. Di toko tersebut sedang kehabisan stok buah. Apakah anda akan mengganti pilihan buah impor jeruk mandarin dengan buah jeruk lokal seperti jeruk pontianak? Hal tersebut akan dipaparkan Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Deskriptif Evaluasi

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Gaya Hidup	2	6
Harga	5	14
Manfaat dan Kandungan Gizi	29	81
Pertimbangan melakukan pembelian ketika stock habis		
Tidak, melainkan melakukan pembelian ke toko lain yang stock buah tersebut tersedia	14	30
Tidak, menunda pembelian buah impor tersebut	3	8
Ya, jika stok buah yang lain tersedia	19	53
Jumlah	36	100

Sumber : Pengolahan data primer (2024)

Tabel 6 adalah bahwa responden mempertimbangkan manfaat dan gizi dan buah impor sebagai salah satu pertimbangan membeli buah impor dengan jumlah responden sebesar 81% dan mayoritas responden juga tidak keberatan untuk membeli buah lokal yang sejenis apabila stok buah impor habis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak merasa keberatan untuk membeli buah lokal ketika buah impor kesukaannya habis. Hal ini bisa dikarenakan yang menjadi faktor pembelian responden adalah manfaat dan gizi bukan gaya hidup.

Keputusan Pembelian. Dalam tahap evaluasi *alternative*, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin untuk membentuk keinginan untuk tidak membeli atau membeli suatu produk yang paling disukai. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan pembelian. Maka dari itu akan dijabarkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian

Pengaruh Keputusan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Teman	1	3
Tidak ada yang mempengaruhi/Keinginan diri sendiri	35	97
Cara Melakukan Pembelian		
Mendadak (Contoh : Tiba-tiba terbesit dibenak anda untuk melakukan pembelian buah impor seperti Jeruk mandarin)	12	33
Situasi (Contoh : Anda membeli buah impor disaat perekonomian bulanan anda sangat baik. Anda tidak akan membeli buah impor disaat perekonomian anda sedang memburuk)	7	19
Terencana (Contoh : Anda membeli buah impor setiap 1 minggu sekali atau setiap stock buah dirumah anda telah habis)	17	47
Jumlah	36	100

Pada Tabel 7 menjelaskan bahwa yang mempengaruhi keputusan mayoritas responden dalam melakukan pembelian buah impor sebesar 97% berdasarkan keputusan sendiri/keinginan diri sendiri dan cara mayoritas responden dalam melakukan pembelian buah impor secara terencana sebesar 47%. Maka dari itu dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden dengan sengaja melakukan pembelian buah impor dan hal itu dilakukan atas keinginan sendiri.

Evaluasi Pasca Pembelian. Evaluasi Pasca Pembelian adalah fase dalam proses pembelian dimana pelanggan menilai kepuasannya terhadap suatu produk atau jasa setelah membeli dan menggunakannya. Dalam hal ini saya selaku peneliti akan menanyakan bagaimana reaksi responden setelah mengonsumsi buah impor?, Persepsi responden terhadap harga dari buah impor?, Bagaimana reaksi responden, saat responden mengetahui harga buah impor mengalami kenaikan dari harga biasanya?. Hal ini ditanyakan agar dapat mengetahui hasil evaluasi konsumen pasca pembelian yang akan dibahas pada Tabel 8.

Pada Tabel 8 menjelaskan bahwa reaksi mayoritas responden setelah mengonsumsi buah impor adalah merasa puas dengan persentase sebesar 78%, persepsi mayoritas responden terhadap harga buah impor adalah sepadan dengan persentase 75% responden, dan reaksi dari mayoritas responden terhadap buah impor apabila mengalami kenaikan adalah tidak membeli buah impor dengan besaran persentase 61%.

Tabel 8. Analisis Deskriptif Evaluasi Pasca Pembelian

Kepuasan Konsumen	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Biasa saja	8	22
Puas	28	78
Persepsi Harga		
Mahal	8	22
Murah	1	3
Sepadan	27	75
Reaksi Konsumen Terhadap Kenaikan Harga		
Membeli buah impor lain, selain buah impor yang biasa dikonsumsi	8	22
Membeli buah lokal yang sejenisnya	4	11
Tetap membeli buah impor	22	61
Jumlah	36	100

Sumber : Pengolahan data primer (2024)

Preferensi Konsumen Terhadap Buah Impor Jeruk Mandarin

Atribut dari penelitian ini adalah Harga, Rasa, Ukuran, Warna, Kesegaran buah, dan Aroma terhadap buah impor Jeruk Mandarin dengan tujuan mengetahui bagian mana yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan dalam pembelian. Atribut dalam penelitian ini akan dibahas dalam analisis deskriptif.

Tabel 9. Preferensi Konsumen Buah Impor Jeruk Mandarin

Harga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Mahal	20	56
Murah	16	44
Rasa		
Asam	1	3
Manis	35	97
Ukuran		
Besar	34	94
Kecil	2	6
Warna		
Cerah	36	100
Kesegaran Buah		
Stock baru ditoko	36	100
Aroma		
Aroma khas buah	36	100
Jumlah	36	100

Sumber : Pengolahan data primer (2024)

Harga. Dari Tabel 9 dapat dilihat bahwa pandangan responden terhadap harga buah jeruk mandarin adalah mahal dengan persentase sebesar 56% atau sebanyak 20 responden dan murah dengan persentase 44% atau sebanyak 16 responden. Maka dari itu yang menjadi kesukaan responden/konsumen adalah kategori mahal.

Rasa. Pada Tabel 9 dapat kita lihat bahwa rasa yang disukai oleh responden adalah asam dengan persentase sebesar 3% atau sebanyak 1 orang dan manis dengan persentase sebesar 97% atau sebanyak 36 responden.

Ukuran. Dari Tabel 9 dapat dilihat bahwa yang menjadi ukuran kesukaan dari responden adalah buah jeruk mandarin yang besar dengan persentase sebesar 94% atau sebanyak 34 responden dan buah jeruk mandarin ukuran kecil dengan persentase 6% atau sebanyak 2 responden. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas atribut ukuran yang menjadi salah satu preferensi buah jeruk mandarin adalah ukuran buah jeruk mandarin besar.

Warna. Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa 100% memilih warna cerah pada buah jeruk mandarin yang menjadi kesukaan. Hal tersebut dapat menandakan buah masih tergolong baru dan belum tua.

Kesegaran Buah. Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa responden sepakat dalam hal ini 100% menjawab kesegaran buah jeruk mandarin yang disukai dan menjadi preferensi sebelum melakukan pembelian adalah buah jeruk mandarin stok baru di toko.

Aroma. Pada Tabel 9 dapat diambil kesimpulan bahwa 100% responden sepakat bahwa preferensi dalam melakukan buah impor jeruk mandarin kesukaan harus memiliki aroma khas buah tersebut dibandingkan tidak ada memiliki aroma.

Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Dalam Melakukan Pembelian Buah Impor Jeruk Mandarin

Analisis Kepercayaan (bi). Untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap atribut dalam memilih sayur segar di Pasar Bauntung Banjarbaru, responden/konsumen diminta untuk memberikan nilai atau skor pada pertanyaan yang diukur pada skala 5 yang berjajar dari sangat baik (5), baik (4), cukup baik (3), tidak baik (2), sampai sangat tidak baik (1) terhadap atribut buah impor jeruk mandarin.

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{skala tertinggi - skala terendah}}{\text{Banyaknya skala}} \quad (2)$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Setelah interval diketahui kemudian menentukan rentang skala berdasarkan tingkat kepercayaan terhadap atribut buah impor jeruk mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara. Hasil perhitungan

rentang skala berdasarkan tingkat kepercayaan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Skor penilaian sikap konsumen rentang skala berdasarkan tingkat kepercayaan

Skor	Kategori
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi
3,40 – 4,19	Tinggi
2,60 – 3,39	Sedang
1,80 – 2,59	Rendah
1,00 – 1,79	Sangat Rendah

Sumber: Pengolahan data primer (2024).

Analisis kepercayaan diperoleh dengan cara meminta konsumen untuk memberikan penilaian terhadap atribut buah impor jeruk mandarin yang dianggap sangat baik sampai sangat tidak baik. Adapun penilaian tingkat kepercayaan (bi) atribut buah impor jeruk mandarin pada Tabel 11.

Tabel 11. Penilaian tingkat kepercayaan (bi) atribut sayur segar

No.	Atribut	Rata-rata skor	Nilai kategori
1	Harga Buah Jeruk Mandarin	4,028	Tinggi
2	Rasa Buah Jeruk Mandarin	4,250	Sangat Tinggi
3	Ukuran Buah Jeruk Mandarin	4,111	Tinggi
4	Warna Buah Jeruk Mandarin	4,250	Sangat Tinggi
5	Kesegaran Buah Jeruk Mandarin	4,222	Sangat Tinggi
6	Aroma Buah Jeruk Mandarin	4,167	Tinggi

Sumber: Pengolahan data Primer (2024)

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa tingkat kepercayaan responden/konsumen paling tinggi pada atribut rasa buah dan warna buah dibanding dengan atribut lainnya, dan disusul dengan kesegaran buah, aroma buah, ukuran buah dan yang menjadi paling terakhir tingkat kepercayaan responden/konsumen pada atribut harga. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap buah impor jeruk mandarin masih tergolong tinggi. Akan tetapi, harga buah jeruk mandarin yang di pasaran mencapai Rp. 55.000 - Rp. 75.000 mendapat tingkat kepercayaan paling rendah dikarenakan harga tersebut tergolong mahal untuk beberapa kalangan masyarakat.

Analisis Evaluasi (ei). Analisis Evaluasi (ei) dapat diperoleh dengan cara meminta kepada responden/konsumen untuk menilai atribut buah jeruk mandarin dari sangat penting sampai sangat tidak penting. Komponen e_i menggambarkan seberapa tinggi kepuasan konsumen bahwa suatu produk sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Penilaian tingkat Evaluasi (ei) atribut buah jeruk mandarin meliputi Sangat Penting (5), Penting (4), Cukup Penting (3), Tidak Penting (2), dan Sangat Tidak Penting (1).

Untuk menentukan hasil analisis tingkat kepercayaan terlebih dahulu menentukan rentang skala interval untuk menentukan nilai kategori skala antara 5 hingga 1 dengan menggunakan rumus interval kategori sebagai berikut:

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{skala tertinggi-skala terendah}}{\text{Banyaknya skala}} \quad (3)$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Setelah interval diketahui kemudian menentukan rentang skala berdasarkan tingkat kepercayaan terhadap atribut buah jeruk mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara pada Tabel 12.

Tabel 12. Skor penilaian sikap responden skala berdasarkan tingkat evaluasi

Skor	Kategori
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi
3,40 – 4,19	Tinggi
2,60 – 3,39	Sedang
1,80 – 2,59	Rendah
1,00 – 1,79	Sangat Rendah

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Dari hasil skor penilaian rentang skala, selanjutnya dapat menentukan nilai dari tingkat kepercayaan dari semua atribut yang ada. Hasil data tersebut menunjukkan sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk mandarin di Kecamatan Banjarbaru Utara apakah kenyataan di lapangan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen itu sendiri. Hasil penilaian tingkat Evaluasi (ei) atribut sayur segar dapat dilihat pada Tabel 13.

Dari tabel 13 dapat dilihat bahwa atribut yang paling penting ukuran buah jeruk mandarin dalam membentuk perilaku/sikap konsumen. Disusul dengan rasa buah jeruk mandarin, kesegaran buah jeruk mandarin, warna buah jeruk mandarin, dan aroma buah jeruk mandarin dalam membentuk perilaku/sikap konsumen dalam melakukan pembelian buah impor jeruk mandarin. Lalu, diakhir dengan atribut harga yang membentuk perilaku/sikap konsumen.

Tabel 13. Penilaian analisis evaluasi (ei) atribut buah jeruk mandarin.

No.	Atribut	Rata-rata skor	Nilai kategori
1	Harga Buah Jeruk Mandarin	4,083	Tinggi
2	Rasa Buah Jeruk Mandarin	4,389	Sangat Tinggi
3	Ukuran Buah Jeruk Mandarin	4,833	Sangat Tinggi
4	Warna Buah Jeruk Mandarin	4,194	Tinggi
5	Kesegaran Buah Jeruk Mandarin	4,361	Sangat Tinggi
6	Aroma Buah Jeruk Mandarin	4,167	Tinggi

Sumber: Pengolahan data Primer (2024)

Analisis Kepercayaan. Hasil analisis multiatribut fishbein sesuai dengan skor yang tertera pada tabel 2 dapat dijelaskan pada Tabel 14

Tabel 14. Hasil Analisis Sikap Multi Atribut Fishbein untuk Atribut Buah Jeruk Mandarin

No.	Atribut	Tingkat Kepercayaan (bi)	Tingkat Evaluasi (e_i)	Sikap (b_i)*(e_i)	Kategori
1	Harga Buah Jeruk Mandarin	4,028	4,083	15,446	Tinggi
2	Rasa Buah Jeruk Mandarin	4,250	4,389	18,653	Tinggi
3	Ukuran Buah Jeruk Mandarin	4,111	4,833	19,868	Tinggi
4	Warna Buah Jeruk Mandarin	4,250	4,194	17,824	Tinggi
5	Kesegaran Buah Jeruk Mandarin	4,222	4,361	18,412	Tinggi
6	Aroma Buah Jeruk Mandarin	4,167	4,167	17,363	Tinggi
			A0 =	17,927	Tinggi

Sumber : Pengolahan data primer (2024)

Dari Tabel 14 dapat dilihat bahwa hasil dari sikap konsumen sebesar 17,927 dengan kategori tinggi. Sikap konsumen terhadap atribut buah impor jeruk mandarin adalah ukuran buah tersebut, disusul dengan rasa buah, kesegaran buah, warna buah, aroma buah dan diakhiri dengan harga buah. Semua atribut mendapatkan kategori tinggi.

Dikaitkan dengan hasil analisis tingkat kepentingan/evaluasi dengan tingkat kepercayaan secara keseluruhan dinilai sama oleh konsumen. Terlihat dari yang mendapatkan nilai tertinggi adalah Ukuran buah dan yang paling rendah adalah atribut harga. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hasil analisis sikap konsumen terhadap buah impor jeruk mandarin masih tergolong tinggi walaupun dengan harga yang cukup relatif mahal di pasaran. Akan tetapi, warna yang cerah, ukuran yang besar, aroma buah yang harum dan kesegaran buah yang terjaga dengan baik membuat sikap konsumen dalam memutuskan proses pembelian buah impor jeruk mandarin tetap tergolong tinggi dibandingkan dengan buah lokal sejenisnya. Sehingga petani buah jeruk lokal seperti Buah Jeruk Siam harus memperbaiki kualitas buah jeruk tersebut, dikarenakan masyarakat/responden menyukai buah jeruk dengan ukuran yang besar, rasa buah jeruk yang manis, kesegaran buah dengan selalu menyediakan stok buah jeruk yang baru, warna buah jeruk yang cerah, aroma harum buah jeruk yang khas dan dengan harga yang kompetitif di pasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik responden dari penelitian ini dapat dirangkum menjadi umur responden didominasi antara 21 – 30 tahun, Jenis pekerjaan responden mayoritas pegawai swasta, pendapatan rata-rata responden di kisaran Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000 dan ≥ Rp. 4.000.000. Responden memiliki mayoritas suku Banjar, Rata-rata responden memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3-5 orang dan tempat *favorite* responden dalam melakukan pembelian buah impor di toko buah.
2. Preferensi konsumen (Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian dan Evaluasi Pasca Pembelian) dalam melakukan pembelian buah impor memiliki kesimpulan bahwa responden mengonsumsi buah impor dikarenakan buah impor memiliki kualitas yang cukup baik dibandingkan buah lokal, Responden juga mengetahui informasi buah impor melalui media elektronik, faktor yang menjadi pertimbangan responden adalah manfaat dan kandungan gizi dari buah tersebut, responden memiliki keputusan sendiri dalam melakukan pembelian dan tidak ada pengaruh dari lain serta mayoritas responden membeli buah impor secara

terencana, dan ketika buah impor mengalami kenaikan harga mayoritas responden tetap melakukan pembelian buah impor.

3. Hasil dari sikap konsumen sebesar 17,927 dengan kategori tinggi. Sikap konsumen terhadap atribut buah impor jeruk mandarin adalah ukuran buah tersebut, disusul dengan rasa buah, kesegaran buah, warna buah, aroma buah dan diakhiri dengan harga buah. Semua atribut mendapatkan kategori tinggi.

Saran

Beberapa saran dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk penjual, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk bagaimana proses konsumen melakukan pembelian buah impor. Mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Sehingga dapat membantu dalam melakukan promosi hingga dalam melakukan mengantisipasi kendala konsumen dalam melakukan pembelian buah impor.
2. Untuk petani, Sikap konsumen terhadap atribut buah impor jeruk mandarin adalah ukuran buah tersebut, disusul dengan rasa buah, kesegaran buah, warna buah, aroma buah dan diakhiri dengan harga buah. Semua atribut mendapatkan kategori tinggi. Sehingga, agar buah jeruk lokal seperti buah jeruk siam dapat bersaing dengan buah jeruk impor maka penelitian ini dapat membantu petani mengetahui bahwa agar dapat menyesuaikan atribut buah lokal tersebut sesuai dengan keinginan konsumen. Mulai dari ukuran buah tersebut yang besar, rasa jeruk yang manis, buah jeruk yang diinginkan adalah buah jeruk yang baru, warna yang cerah, aroma buah jeruk yang khas, dan harga buah jeruk yang kompetitif.
3. Untuk mahasiswa, skripsi ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya. Agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal, maka penelitian ini bias dilanjutkan dengan penelitian di tempat toko buah yang tidak hanya menjual buah impor. Tidak seperti penelitian ini yang mencari sumber responden di toko buah yang hanya menjual buah impor. Sehingga, nanti jawaban responden lebih bervariatif dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Engel, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.

Kurniawan, Y. (2018). Analisis Kelayakan Usahatani Jeruk Siam pada Lahan Kering di Kecamatan Tapin Selatan Kabupaten Tapin Kalimantan Selatan. *Frontier Agribisnis*.

Nopiyanti, N. S., Muzdalifah, M., & Rifiana, R. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Sayur Organik di Outlet Kebonan Mas Untung Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, *3*(3).

Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana.

Sudiyarto, Hidayat, R., & Widayanti, S. (2007). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN BUAH IMPOR Sudiyarto, Ramdan Hidayat dan Sri Widayanti *) *). *Sosial Ekonomi Pertanian*, *1*(2), 8–15.

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.