



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH-BUAHAN DI KOTA BANJARBARU PADA MASA PANDEMI

Analysis of Consumer Preferences on Fruits in Banjarbaru City During the Pandemic

Ridhana Edrichadiah *, Hairi Firmansyah dan Nurmelati Septiana

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

ABSTRAK

Kata Kunci

Preferensi 1; Buah 2; Fishbein 3;
Pandemi 4.

Korespondensi

Corresponding author

E-mail :

ridhanaedri08@gmail.com

Diterima: Juni 2022,

Disetujui: 22 Juni 2022,

Diterbitkan on-line: 1 September 2022

Kandungan vitamin dan mineral yang terkandung didalam buah-buahan dipercaya masyarakat dapat meningkatkan imunitas tubuh dan penangkal dari virus Covid-19. Pada masa pandemi masyarakat mulai meningkatkan konsumsi buah yang merupakan salah satu cara pencegahan agar terhindar dari virus ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atribut buah-buahan yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di Kota Banjarbaru dan mengkaji atribut buah-buahan yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian di Kota Banjarbaru pada masa pandemi. Penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2022 sampai Juni 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis multiatribut *fishbein* menggunakan skala likert. Sedangkan untuk menentukan jumlah responden menggunakan *accidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, atribut yang menjadi preferensi konsumen buah pisang yaitu rasa manis, ukuran buah sedang (10-14 cm), warna buah kuning, beraroma, harga murah, sangat mudah memperoleh, buah sangat segar dan kandungan vitamin sangat tinggi. Sedangkan preferensi buah pepaya yaitu rasa manis, ukuran buah sedang (0,5-0,9 kg), warna buah kuning, beraroma, harga murah, sangat mudah memperoleh, buah sangat segar dan kandungan vitamin sangat tinggi. Kemudian atribut yang paling dipertimbangkan konsumen buah pisang diurutkan dari nilai sikap tertinggi hingga terendah yaitu kemudahan memperoleh (17,64), kandungan vitamin (17,49), kesegaran (16,36), rasa (15,74), harga (14,64), aroma (14,09), warna (13,74) dan ukuran (12,77). Sedangkan pertimbangan atribut buah pepaya yaitu kandungan vitamin (18,13), kesegaran (17,46), kemudahan memperoleh (16,48), rasa (15,82), harga (15,42), aroma (15,28), warna (14,92) dan ukuran (14,62).

PENDAHULUAN

Kondisi pandemi covid-19, membuat masyarakat mulai mengubah pola hidup menjadi lebih sehat.

Hal ini sesuai dengan acuan cara pencegahan covid-19 melalui Germas (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang disosialisasikan oleh

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Germas dilakukan dengan tindakan mencuci tangan menggunakan sabun, memakai masker apabila keluar rumah, tidak merokok, rajin olahraga dan istirahat yang cukup. Jika terdapat gejala covid-19, maka segera ke fasilitas kesehatan, minum air mineral 8 gelas/hari, memasak makanan hewani dengan matang dan terakhir mengonsumsi makanan dengan gizi yang seimbang.

Gizi seimbang artinya harus mengandung beragam nutrisi dalam porsi yang sesuai dengan kebutuhan. Tubuh memerlukan asupan semua nutrisi yang cukup yaitu asupan protein, karbohidrat, lemak, mineral dan vitamin. Sumber mineral dan vitamin yang paling sering dikonsumsi masyarakat adalah sayur dan buah. Buah merupakan salah satu sumber vitamin dan mineral yang cukup tinggi, sehingga dipercaya dapat meningkatkan metabolisme dan imunitas tubuh (Ritonga, 2021).

Komoditas buah-buahan dan sayuran merupakan komoditas unggulan dengan jumlah produksi 21,5 juta ton dan 13 juta ton (BPS, 2018). Buah dan sayuran merupakan sumber gizi yang menjadi bahan pelengkap dari makanan pokok yang mempengaruhi kesehatan tubuh manusia. Sebagai komoditas unggulan, Kementerian Pertanian terus meningkatkan produksi dengan berbagai program penguatan agribisnis melalui perbaikan sistem distribusi, logistik dan pemasarannya (Ritonga, 2021).

Tabel 1. Rata-rata pengeluaran dan persentase per kapita sebulan menurut kelompok makanan di Kota Banjarbaru Tahun 2018

Kelompok makanan	Rata-rata pengeluaran	
	(Rupiah)	(Persen)
Padi-padian	53.357	3,41
Umbi-umbian	4.322	0,28
Sayur-sayuran	42.240	2,70
Kacang-kacangan	12.978	0,83
Buah-buahan	42.888	2,74

Sumber: BPS Kota Banjarbaru (2018)

Buah-buahan sebagai komoditas hortikultura yang memegang peran penting dalam konsumsi masyarakat, melihat semakin bertambahnya kebutuhan akan buah-buahan yang dapat dilihat pada Tabel 1. jumlah pengeluaran rata-rata perkapita untuk kelompok makanan buah-buahan yang cukup besar, sehingga perilaku

konsumsi masyarakat akan buah-buahan menjadi terus meningkat. Hal tersebut dikarenakan pola hidup masyarakat yang mulai semakin sadar akan konsumsi buah yang mengandung vitamin untuk memperkuat imunitas pada masa pandemi. Buah-buahan yang banyak mengandung vitamin yaitu: jeruk, pisang, pepaya, jambu, semangka dan buah lainnya (Lukman, 2020).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), perilaku konsumen adalah perilaku yang menampilkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memenuhi kepuasan konsumen.

Preferensi konsumen menurut Hidayati dan Gusteti (2006: 93-103) adalah derajat kesukaan atau ketidaksukaan konsumen dan juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian adalah (1) mengkaji atribut buah-buahan yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di Kota Banjarbaru pada masa pandemi; (2) mengkaji atribut buah-buahan yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian di Kota Banjarbaru pada masa pandemi.

Kegunaan penelitian adalah (1) Bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan; (2) Bagi pelaku usaha dan petani lokal sebagai sumber informasi dan untuk memberikan wawasan tentang preferensi konsumen buah-buahan di Kota Banjarbaru; (3) Bagi pembaca sebagai sumber informasi dan wawasan serta sebagai referensi untuk penelitian sejenis; (4) Bagi pemerintah sebagai salah satu bahan rujukan atau referensi untuk membuat kebijakan terkait.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di toko buah dan pasar tradisional yang ada di Kota Banjarbaru. Waktu penelitian dimulai pada bulan Januari sampai Juni 2022 dimulai dari pembuatan rancangan proposal penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan sampai penyusunan laporan hasil penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari konsumen buah-buahan di Kota Banjarbaru menggunakan kuesioner. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari referensi penelitian terdahulu (berupa jurnal dan laporan hasil penelitian), data dari instansi Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Banjarbaru dan Indonesia.

Metode Penarikan Contoh

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui memenuhi syarat sebagai sumber data. Jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin (Sugiyono, 2018):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

dengan: n ukuran sampel
N Ukuran populasi
e Kelonggaran ketidaktelitian atau derajat toleransi

$$n = \frac{262.719}{1 + (262.719)(0,1)^2} = 99,96 \text{ (100 orang sampel)}$$

Batasan Masalah

Agar memperjelas penelitian, maka dibuat batasan-batasan masalah yaitu:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan terhadap masalah preferensi konsumen buah-buahan di Kota Banjarbaru pada masa pandemi
2. Buah-buahan yang diteliti yaitu buah pisang dan buah pepaya.
3. Responden penelitian adalah konsumen yang datang ke toko buah atau pasar tradisional di Kota Banjarbaru, pengambilan data baik secara offline maupun online.
4. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu merupakan konsumen buah-buahan di Kota Banjarbaru dan berusia minimal 18 tahun.
5. Pengambilan data responden dilakukan pada masa Covid-19 gelombang ketiga di bulan Maret 2022.

Analisis data

Untuk menjawab tujuan pertama dan kedua analisis data yang digunakan yaitu analisis multiatribut Fishbein menggunakan skala likert dengan rumus sebagai berikut (Dwiastuti et al, 2012):

$$Attitude_0 = \sum b_i e_i \quad (2)$$

dengan: A_{t0} sikap konsumen terhadap objek
 b_i tingkat keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut tertentu (atribut ke-i)
 e_i dimensi evaluatif konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki objek

Penentuan sikap dilakukan dengan mengurutkan hasil skala interval dari yang dianggap sangat penting hingga sangat tidak penting. Sikap konsumen (A_0) terhadap produk dengan membandingkannya menggunakan skala interval, rumus yang digunakan dengan persamaan berikut:

Besarnya range untuk kategori nilai b_i dan e_i yaitu:

$$\text{Skala interval} : \frac{m-n}{b} \quad (3)$$

Besarnya range untuk kategori sikap yaitu:

$$\text{Skala Interval} = \frac{(mxm) - (nxn)}{b} \quad (4)$$

dengan: m Skor tertinggi yang mungkin terjadi
n Skor terendah yang mungkin terjadi
b Jumlah skala penilaian yang terbentuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Responden penelitian ini merupakan konsumen yang mengkonsumsi, membeli buah pisang dan pepaya serta bertempat tinggal di Kota Banjarbaru yang berusia minimal 18 tahun.

Tabel 2. Karakteristik konsumen

Karakteristik responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Perempuan	74	74
Laki-laki	26	26
Usia		
18-22	45	45
23-27	11	11
28-32	8	8
>32	36	36
Tingkat pendidikan		
SD	-	-
SMP	5	5
SMA	44	44
S1	50	50
S2	1	1
S3	-	-
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	44	44
Pegawai Negeri	6	6
Pegawai Swasta	11	11
Wiraswasta	14	14
Ibu Rumah Tangga	22	22
Pegawai Kontrak	1	1
Pensiunan	1	1
Pedagang	1	1
Penghasilan (Rp)		
< 500.000	34	34
500.000–1.000.000	23	23
1.000.000-3.000.000	24	24
3.000.000-5.000.000	11	11
< 5.000.000	8	8
Suku		
Banjar	56	56
Jawa	35	35
Batak	1	1
Dayak	3	3
Minahasa	1	1
Sunda	1	1
Bugis	3	3
Jumlah anggota keluarga (orang)		
2	6	6
3	19	19
4	34	34
5	32	32
6	5	5
7	3	3
8	1	1
Total	100	100

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Pada Tabel 2. dapat diketahui bahwa lebih banyak responden perempuan dari pada laki-laki yang membeli buah pisang dan pepaya di Kota Banjarbaru yaitu sebanyak 74 responden perempuan atau 74%. Sedangkan responden laki-laki yaitu hanya sebanyak 26 responden atau 26%. Ini menunjukkan bahwa perempuan biasanya berperan dalam kegiatan pembelian dan pemenuhan kebutuhan keluarga.

Kelompok responden terbanyak didominasi pada usia 18-22 tahun yaitu sebanyak 45 responden atau 45%. Kelompok responden kedua didominasi pada usia 32 tahun keatas yaitu sebanyak 36 responden atau 32%. Kelompok responden ketiga didominasi pada usia 23-27 tahun yaitu sebanyak 11 responden atau 11%. Kelompok responden terakhir didominasi 28-32 tahun yaitu sebanyak 8 responden atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia responden 18-22 tahun memasuki fase mulai menyadari dari pentingnya mengonsumsi buah-buahan untuk meningkatkan pemenuhan gizi terutama pada saat pandemi covid-19.

Responden dengan tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 50 orang atau 50%, SMA sebanyak 44 orang atau 44%, SMP sebanyak 5 orang atau 5%, S2 sebanyak 1 orang atau 1%. Tingginya tingkat pendidikan akan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan.

Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 44 orang atau 44%, pegawai negeri sebanyak 6 orang atau 6%, pegawai swasta sebanyak 11 orang atau 11%, wiraswasta sebanyak 14 orang atau 14%, ibu rumah tangga sebanyak 22 orang atau 22%, pegawai kontrak sebanyak 1 orang atau 1%, pensiunan sebanyak 1 orang atau 1% dan pedagang sebanyak 1 orang atau 1%. Pekerjaan terbanyak didominasi pada pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 44%.

Penghasilan kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 34 orang atau 34%, Rp. 500.000-1.000.000 sebanyak 23 orang atau 23%, Rp. 1.000.000-3.000.000 sebanyak 24 orang atau 24%, Rp. 3.000.000-5.000.000 11 orang atau 11%, lebih dari Rp. 5.000.000 sebanyak 8 orang atau 8%. Semakin tinggi penghasilan yang dimiliki dari responden maka akan meningkatkan pola konsumsi sehat.

Responden memiliki latar belakang suku yang beragam, yaitu mulai dari suku Banjar sebanyak 56 orang atau 56%, suku Jawa sebanyak 35 orang atau 35%, suku Batak sebanyak 1 orang atau 1%, suku Dayak sebanyak 3 orang atau 3%, suku Minahasa sebanyak 1 orang atau 1%, suku Sunda sebanyak 1 orang atau 1% dan suku Bugis sebanyak 3 orang atau 3%. Suku terbanyak didominasi oleh suku Banjar yaitu sebanyak 56 orang atau 56%. Suku juga mempengaruhi dalam

pembelian jumlah konsumsi buah, berbeda suku juga mempengaruhi preferensi atau kesukaan terhadap suatu produk.

Responden memiliki jumlah anggota keluarga beragam, yaitu mulai dari jumlah anggota 2 orang sebanyak 6 orang atau 6%, jumlah anggota 3 orang sebanyak 19 orang atau 19%, jumlah anggota 4 orang sebanyak 34 orang atau 34%, jumlah anggota 5 orang sebanyak 32 orang atau 32%, jumlah anggota 6 orang sebanyak 5 orang atau 5%, jumlah anggota 7 orang sebanyak 3 orang atau 3% dan jumlah anggota 8 orang sebanyak 1 orang atau 1%. Jumlah anggota keluarga terbanyak didominasi oleh 4 orang dalam satu keluarga yaitu sebanyak 34 orang atau 34%.

Perilaku Konsumen

Berdasarkan Tabel 3. konsumen buah pisang dan pepaya lebih banyak memilih jumlah pembelian dalam satu minggu yaitu kurang dari satu kilogram sebanyak 47 orang atau 47%, frekuensi pembelian yaitu 1 kali dalam seminggu sebanyak 57 orang atau 57%, jumlah konsumsi dalam satu minggu yaitu kurang dari satu kilogram sebanyak 51 orang atau 51%, frekuensi konsumsi 2 kali dalam seminggu sebanyak 43 orang atau 43%, pilihan tempat membeli di pasar tradisional sebanyak 48 orang atau 48%, alasan membeli buah untuk meningkatkan imunitas tubuh sebanyak 67 orang atau 67%, sikap terhadap kenaikan harga dengan mengurangi pembelian sebanyak 37 orang atau 37%, tidak ada kendala dalam membeli buah sebanyak 53 orang atau 53% dan pengambilan keputusan oleh ibu sebanyak 81 orang atau 81%.

Tabel 3. Perilaku pembelian konsumen buah pisang dan pepaya

Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jumlah pembelian dalam satu minggu		
<1 Kg	47	47
1-2 Kg	43	43
2-3 Kg	9	9
>3 Kg	1	1
Frekuensi pembelian dalam satu minggu (kali)		
1	57	57
2	34	34
3	7	7
4	2	2
Jumlah konsumsi dalam satu minggu		
<1 Kg	51	51
1-2 Kg	42	42
2-3 Kg	7	7
>3 Kg	0	0
Frekuensi konsumsi dalam satu minggu (kali)		
1	33	33
2	43	43
3	15	15
4	9	9
Pilihan tempat membeli		
Toko buah	46	46
Supermarket	4	4
Pasar tradisional	48	48
Lainnya	2	2
Alasan membeli buah pada masa pandemi		
Kandungan gizi	31	31
Meningkatkan imunitas tubuh	67	67
Kualitas baik	1	1
Warna menarik	1	1
Sikap terhadap kenaikan harga		
Membatalkan pembelian	4	4
Mengurangi pembelian	37	37
Mencari alternatif lain	29	29
Tetap membeli	30	30
Kendala mendapatkan buah-buahan		
Lokasi jauh	3	3
Kualitas buah buruk	25	25
Harga melonjak tinggi	19	19
Tidak ada kendala	53	53
Pengambilan keputusan dalam keluarga		
Ayah	9	9
Ibu	81	81
Anak	10	10

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pisang dan Pepaya

Tabel 4. Atribut yang menjadi preferensi konsumen buah pisang dan pepaya

Atribut	Jumlah konsumen pisang (orang)	Jumlah konsumen pepaya (orang)	Preferensi
Rasa sangat manis	31	44	Rasa manis
Rasa manis	64	53	
Rasa hambar	5	3	
Ukuran besar (>14 cm)/(1-2,5 kg)	33	32	Ukuran sedang
Ukuran sedang (10-14 cm)/(0,5-0,9 kg)	48	61	
Ukuran kecil (<10 cm)/(<0,5 kg)	19	7	
Warna sangat kuning	36	40	Warna kuning
Warna kuning	60	60	
Warna hijau	4	-	
Sangat beraroma	39	30	Beraroma
Beraroma	50	62	
Tidak beraroma	11	8	
Harga murah	53	51	Harga murah
Harga sedang	46	47	
Harga mahal	1	2	
Sangat mudah memperoleh	69	54	Sangat mudah
Mudah memperoleh	31	42	
Susah memperoleh	-	4	
Kesegaran buah sangat segar	71	63	Sangat segar
Kesegaran buah segar	27	36	
Kesegaran buah tidak segar	2	1	
Kandungan vitamin sangat tinggi	65	69	Sangat tinggi
Kandungan vitamin tinggi	35	31	
Kandungan vitamin rendah	-	-	

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Preferensi konsumen terhadap buah pisang dan pepaya merupakan pilihan kesukaan dan ketidaksukaan oleh seseorang terhadap atribut produk yang dimiliki buah. Preferensi konsumen terhadap buah pisang dan pepaya di Kota Banjarbaru dapat dianalisis dengan melihat jumlah frekuensi pilihan terbanyak atribut yang dipilih oleh konsumen.

Berdasarkan Tabel 5. dapat disimpulkan bahwa kombinasi atribut yang disukai oleh konsumen

buah pisang dan pepaya di Kota Banjarbaru yaitu rasa buah manis, ukuran buah sedang, warna buah kuning, buah beraroma, harga buah murah, sangat mudah memperoleh buah, buah sangat segar dan kandungan vitamin sangat tinggi.

Pertimbangan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Buah Pisang dan Pepaya

Pertimbangan konsumen dapat dijawab dengan melakukan tiga tahapan yaitu tahap pertama dengan penilaian kepercayaan, kedua dengan penilaian evaluasi dan ketiga dengan penilaian sikap konsumen. Berikut merupakan tahapannya:

Tabel 5. Nilai dan kategori kepercayaan (bi) terhadap atribut buah pisang dan pepaya

Atribut	Kepercayaan konsumen			
	Bi pisang	Kategori	Bi pepaya	Kategori
Rasa	3,84	Setuju	3,84	Setuju
Ukuran	3,37	Netral	3,7	Setuju
Warna	3,54	Setuju	3,73	Setuju
Aroma	3,68	Setuju	3,84	Setuju
Harga	3,66	Setuju	3,76	Setuju
Kemudahan memperoleh	4,2	Sangat Setuju	4,03	Setuju
Kesegaran buah	3,84	Setuju	4,05	Setuju
Kandungan vitamin	4,04	Setuju	4,13	Setuju

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Penilaian tingkat kepercayaan (bi) buah pisang menunjukkan bahwa konsumen memilih atribut kemudahan memperoleh sebagai atribut paling penting dengan skor 4,2. Ini menunjukkan bahwa konsumen menyakini atribut kemudahan memperoleh buah pisang sesuai seperti yang diharapkan. Sedangkan penilaian tingkat kepercayaan buah pepaya menunjukkan bahwa konsumen memilih atribut kandungan vitamin sebagai atribut paling penting dengan skor 4,13. Ini juga menunjukkan bahwa konsumen menyakini atribut kandungan vitamin buah pepaya sesuai dengan harapan mereka.

Tabel 6. Nilai dan kategori kepentingan (ei) terhadap atribut buah pisang dan pepaya

Atribut	Kepercayaan konsumen			
	Ei pisang	Kategori	Ei pepaya	Kategori
Rasa	4,1	Penting	4,12	Penting
Ukuran	3,79	Penting	3,95	Penting
Warna	3,88	Penting	4	Penting
Aroma	3,83	Penting	3,98	Penting
Harga	4	Penting	4,1	Penting
Kemudahan memperoleh	4,2	Sangat Penting	4,09	Penting
Kesegaran buah	3,26	Penting	4,31	Sangat Penting
Kandungan vitamin	4,33	Sangat Penting	4,39	Sangat Penting

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Penilaian tingkat kepentingan (ei) buah pisang dan pepaya menunjukkan bahwa konsumen memilih atribut kandungan vitamin sebagai atribut paling penting dengan skor 4,33 dan 4,39. Ini menunjukkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan atribut kandungan vitamin sebagai atribut terpenting yang akan dievaluasinya.

Tabel 7. Nilai sikap konsumen (Ao) terhadap atribut buah pisang dan buah pepaya

Atribut	Buah pisang		Buah pepaya	
	Ao	Kategori	Ao	Kategori
Rasa	15,74	Positif	15,82	Positif
Ukuran	12,77	Netral	14,62	Netral
Warna	13,74	Netral	14,92	Netral
Aroma	14,09	Netral	15,28	Netral
Harga	14,64	Netral	15,42	Positif
Kemudahan memperoleh	17,64	Positif	16,48	Positif
Kesegaran buah	16,36	Positif	17,46	Positif
Kandungan vitamin	17,49	Positif	18,13	Positif

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 7. dapat disimpulkan bahwa atribut kemudahan memperoleh merupakan atribut yang paling pertimbangan konsumen dalam membeli buah pisang dengan skor 17,64 dan kategori nilai positif. Sedangkan atribut kandungan vitamin merupakan atribut yang paling pertimbangan konsumen dalam membeli

buah pepaya dengan skor 18,13 dan kategori nilai positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Atribut buah pisang yang menjadi preferensi konsumen di Kota Banjarbaru pada masa pandemi yaitu rasa manis, ukuran buah sedang (10-14 cm), warna buah kuning, beraroma, harga murah, sangat mudah memperoleh, buah sangat segar dan kandungan vitamin sangat tinggi. Sedangkan preferensi buah pepaya yaitu rasa manis, ukuran buah sedang (0,5-0,9 kg), warna buah kuning, beraroma, harga murah, sangat mudah memperoleh, buah sangat segar dan kandungan vitamin sangat tinggi.
2. Pertimbangan atribut buah pisang dimasa pandemi diurutkan dari nilai sikap tertinggi hingga terendah yaitu kemudahan memperoleh (17,64), kandungan vitamin (17,49), kesegaran (16,36), rasa (15,74), harga (14,64), aroma (14,09), warna (13,74) dan ukuran (12,77). Sedangkan pertimbangan atribut buah pepaya yaitu kandungan vitamin (18,13), kesegaran (17,46), kemudahan memperoleh (16,48), rasa (15,82), harga (15,42), aroma (15,28), warna (14,92) dan ukuran (14,62).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, dapat diberikan saran yaitu sebaiknya produsen atau pemasar buah pisang dan pepaya lebih memperhatikan dan meningkatkan penyediaan buah pisang dan pepaya yang sesuai dengan preferensi konsumen yaitu rasa buah manis, ukuran sedang, warna kuning, beraroma, harga murah, sangat mudah dalam memperoleh, buah sangat segar dan kandungan vitamin sangat tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika (BPS). Rata-Rata Pengeluaran dan Persentase Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Makanan di Kota Banjarbaru. Diperoleh dari <https://banjarbarukota.bps.go.id/>. Diakses pada tanggal 16 September 2021.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Universitas Brawijaya Press. Malang
- Hidayati, F., & Gusteti, Y. 2006. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli

- Daging Sapi Di Pasar Ternak Gunung Medan, Kabupaten Darmasraya, Sumatera Barat, Jurnal Agrimeta, 6(12), 93-103.
- Lukman, L. 2020. Dalam artikel "Pandemi COVID 19, Saatnya Buah Lokal Masuk Ke Pasar".
<http://ayocirebon.com/read/2020/04/09/5094/pandemi-covid-19-saatnya-buahlokal-masuk-ke-pasar.html>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.
- Ritonga, R.P. 2021. Analisis Kesadaran Konsumen Dalam Membeli Buah dan Sayur Melalui E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19. Universitas Sumatera Utara.
- Schiffman, K. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi 7. PT. Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.