

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SALAK GULA PASIR DESA SIBETAN, KECAMATAN BEBANDEM, KABUPATEN KARANGASEM

Supriadi Uma ¹, I Made Tamba ², Cening Kardi ³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

*corresponding author: supriadi091999@gmail.com

ABSTRACT

This research is about consumer preferences of Salak Gula Pasir Sibetan Village, which aims to examine the attributes as consumer preferences in buying Salak Sugar and to analyze the most dominant attributes by consumers in buying Salak Sugar Sibetan Village. The determination of the number of samples was determined intentionally, namely 45 respondents, the technique used in determining the sample was accidental sampling. The analytical method used in the study of consumer preferences for the attributes of Salak Gula Pasir uses a Likert scale consisting of a score of one to five, while to determine the most dominant attribute of Salak Gula Pasir using fishbein multi-attribute analysis. The results of this study are, the average achievement of the price attribute is 99.11%, the average taste attribute is 97.78%, the average size attribute is 65.33%, and the average color attribute is 98.22. %. The attribute that is the dominant preference considered by consumers in buying Salak Gula Pasir in Sibetan Village is the price attribute, with the highest index of other attributes, which is 24.01.

Keywords: Consumer Preferences, Attributes, Salak Sugar

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang bermusim tropis yang memiliki potensi dalam menghasilkan berbagai macam buah-buahan, sayur-sayuran, serta tumbuhan lainnya. Salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional yaitu sektor pertanian, dan yang memegang peranan penting adalah sektor hortikultura. Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai nilai

ekonomis tinggi dan memegang peranan penting bagi pembangunan pertanian. Hal ini dapat dilihat dari beraneka ragamnya buah dan sayur yang mampu tumbuh di Indonesia.

Salak Gula Pasir yang mempunyai nama latin *Salacca Edulis* memiliki kandungan vitamin C yang lebih tinggi, dan Salak Gula Pasir juga sangatlah bermanfaat bagi kesehatan. Salak Gula Pasir ini memiliki daging buah yang berwarna putih dan kulit berwarna hitam kecoklatan dan kulit yang merupai sisik. Salak Gula Pasir merupakan

salah satu komoditas buah lokal yang memiliki peluang pasar yang sangat tinggi. Salak Gula Pasir merupakan salah satu komoditas buah-buahan asal Indonesia yang berpotensi menjadi primadona komoditas ekspor buah asal Indonesia, yaitu ke negara Singapura dan Cina. Permintaan Salak Gula Pasir di dalam negeri sangat baik dilihat dari peningkatan jumlah konsumsi buah nasional, yaitu 331,200.000.000 ton pada tahun 2015 menjadi 436.930.000.000 ton pada tahun 2016, peningkatan permintaan Salak Gula Pasir menjadi karena mengingat harga Salak Gula Pasir yang relatif terjangkau yaitu Rp 20.000,-s/d Rp30.000,-/kg sesuai dengan varian rasa dan jenis Salak Gula Pasir yang diminati, sehingga banyak masyarakat mengkonsumsi Salak Gula Pasir untuk memenuhi kebutuhan Salak Gula Pasir sehari-hari (BPS, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut yang menjadi preferensi konsumen dan menganalisis atribut yang paling dominan menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan.

2.METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Desa Sibetan dan beberapa pasar tradisional di Kota Denpasar, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pasar Tradisional yang dipilih, yaitu pasar Telaga, pasar Kalanganyar, Pasar Cokrominoto, Pasar Badung dan Pasar Kreneng dengan pertimbangan Pasar Tradisional ini paling populer sehingga banyak pengunjung. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu

dari bulan Desember 2021 sampai Februari 2022.

Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap Salak Gula Pasir Sibetan digunakan analisis deskriptif. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut Salak Gula Pasir menggunakan skala likert yang terdiri dari skor satu sampai lima. Untuk mengetahui atribut Salak Gula Pasir yang dominan digunakan analisis multiatribut Fishbein.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Umur adalah rentan kehidupan yang diukur dengan tahun atau satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan manusia. Memahami usia konsumen sangat penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda (sumarwan,2016). Karakteristik responden yang membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar jika dilihat dari umur, yang paling banyak yaitu konsumen yang berumur kisaran 30-50 tahun yaitu sebanyak 44 orang (97,8%), sedangkan konsumen kisaran umur 65 tahun 1 orang 2,2%, hal ini dikarenakan umur kisaran 30-50 tahun merupakan umur produktif manusia. menurut sensus penduduk antar sensus jumlah kategori usia belum produktif (0-14 tahun), usia produktif (18-60 tahun), dan usia sudah tidak produktif (65+ tahun).

Tingkat pendidikan adalah suatu proses peserta didik dalam meningkatkan pendidikan sesuai dengan jenjang yang akan di tempuhnya dalam melanjutkan pendidikan yang ditempuh untuk lebih jelasnya karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Responden yang banyak membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar jika dilihat dari tingkat pendidikan yaitu SMA/K dengan jumlah responden 21 orang (46,66%), kemudian tinggkat responden dengan pendidikan SMP sebanyak 10 orang (22,22%), sedangkan SD dan SERJANA sama banyak yaitu 7 orang (15,56%). Hal ini dapat membuktikan tingginya tingkat pendidikan dari konsumen tidak menjamin paling tingginya dalam membeli Salak Gula Pasir

Desa Sibetan dan Kota Denpasar melaikan adanya motivasi yang diberikan baik itu oleh keluarga maupun lingkungan sekitar. Pendidikan konsumen merupakan sarana untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen sehingga konsumen individu dapat mengembangkan atau memperoleh keterampilan, kemampuan dan nilai yang di butuhkan untuk menjadi konsumen yang bertanggung jawab dan renponsif di Pasar Tradisional serta masyarakat.

3.1. Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Salak Gula Pasir

Preferensi responden terhadap Salak Gula Pasir merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk Salak Gula Pasir yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu dengan responden

yang lain. Preferensi responden terhadap buah salak di Pasar Tradisional Desa Sibetan dan Kota Denpasar dapat dianalisis menggunakan analisis metode likert. Dalam penelitian ini atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen yaitu seperti yang terlampir dalam tabel 1. sebagai berikut.

Tabel 1. Atribut-Atribut Yang Menjadi Preferensi Konsumen Tingkat Kesukaan Konsumen

Preferensi	Tingkat Kesukaan Konsumen					Jumlah	Rata-rata (%)	Interval
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)			
Harga	43	2	0	0	0	45	99,11	Sangat Setuju
	215	8	0	0	0	223		
Rasa	40	5	0	0	0	45	97,78	Sangat Setuju
	200	20	0	0	0	220		
Ukuran	1	10	34	0	0	45	65,33	Sangat Setuju
	5	40	102	0	0	145		
Warna	41	4	0	0	0	45	98,22	Sangat Setuju
	205	8	0	0	0	221		

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar beragam yakni harga, rasa, ukuran, dan warna Salak Gula Pasir. Harga menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar. harga menjadi pertimbangan konsumen karena harga Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar relative murah dibandingkan dengan harga di Pasar Moderen, hal ini terbukti dari penelitian ini 43 orang sangat setuju dan 2 orang setuju dengan hal ini, sedangkan konsumen dengan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0. Rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 99,11% menunjukkan responden sangat setuju harga Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar. Teori yang diungkapkan bahwa konsumen menjadikan harga sebagai indikator dari kualitas sebuah produk atau layanan. harga itu bersifat fleksibel, artinya disesuaikan dengan cepat, dari empat unsur bauran pemasaran tradisional, harga adalah elemen paling murah mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar.

Rasa Salak Gula Pasir juga menjadi faktor penting yang dijadikan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, rasa enak dari rasa Salak Gula Pasir yakni manis menjadi ciri khas dari buah ini. Dalam penelitian ini ada 40 orang yang sangat suka dan 5 orang yang suka dengan rasa Salak Gula Pasir, sedangkan konsumen dengan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0. Rata-rata pencapaian skor dari semua

responden sebesar 97,78% menunjukkan responden sangat setuju bahwa rasa Salak Gula Pasir sangat enak dikonsumsi. Rasa merupakan faktor yang dievaluasi konsumen, dimana konsumen akan melakukan evaluasi terhadap semua produk yang mereka konsumsi untuk mengetahui produk mana yang sesuai dengan preferensi rasa mereka. Penelitian yang dilakukan pompriang dalam menemukan bahwa rasa makanan merupakan faktor yang mempengaruhi dalam membeli produk makanan, konsumen akan cenderung memilih produk yang sesuai dengan preferensi rasa konsumen, seperti dalam penelitian ini konsumen lebih menyukai kualitas rasa yang baik untuk buah yang dibelinya, evaluasi konsumen terhadap rasa menentukan keputusan pembeli berikutnya. tentang petunjuk memilih buah segar menjelaskan bahwa perbandingan kadar gula merupakan salah satu parameter terbaik untuk menilai mutu buah, umumnya rasa buah ditentukan oleh adanya perbandingan rasa manis pada perbandingan yang tepat.

Ukuran dari Salak Gula Pasir relative kecil ada 1 orang yang sangat setuju dan 10 orang yang setuju, sedangkan 34 orang netral, dari pernyataan konsumen bahwa ukuran dari buah salak beragam, kadang ada yang besar, sedang dan ada juga yang kecil, besar kecilnya Salak Gula Pasir dapat mempengaruhi jumlah per kg yang di beli, akan tetapi rasanya tetap sama. Rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 65,33% menunjukkan responden setuju bahwa ukuran Salak Gula Pasir relative kecil.

Warna dari Salak Gula Pasir yaitu coklat kehitaman, dari

pernyataan ini ada 41 orang yang menyatakan sangat setuju dan 4 orang yang menyatakan setuju, hal ini menunjukkan pada dasarnya warna dari salak yaitu coklat kehitaman yang menjadi warna khas dari Salak Gula Pasir rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 98,22% menunjukkan responden sangat setuju bahwa warna Salak Gula Pasir coklat kehitaman. mengatakan bahwa warna yang cerah

dapat digunakan untuk menarik perhatian, menyampaikan makna dan mempengaruhi konsumsi. Penerapan warna yang sesuai dengan preferensi konsumen akan membuat konsumen akan tertarik dan mencoba sebuah produk selain berfungsi sebagai daya tarik dan melindungi produk, kemasan juga memiliki fungsi sebagai penyediaan informasi mengenai produk.

3.2. Atribut Yang Paling Dominan Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar

Untuk mengetahui atribut Salak Gula Pasir yang sesuai dengan preferensi konsumen, digunakan analisis multiatribut Fishbein. Langkah pertama untuk mengetahui atribut yang sesuai dengan preferensi yaitu menganalisis nilai kepercayaan terhadap Salak Gula Pasir (bi),

kemudian mencari nilai evaluasi mengenai dari atribut (ei). Untuk menentukan atribut mana yang dominan di pertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut Salak Gula Pasir, menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.

Tabel 2. Kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut Salak Gula Pasir

No	Atribut-	Nilai					Jumlah	Bi
		5	4	3	2	1		
1	Atribut	5	4	3	2	1		
	Harga	43	2	0	0	0	45	4,956
2	Rasa	215	8	0	0	0	223	
		40	5	0	0	0	45	4,889
3	Ukuran	200	20	0	0	0	220	
		1	10	34	0	0	45	3,267
4	Warna	5	40	102	0	0	147	
		41	4	0	0	0	45	4,911
		205	16	0	0	0	221	

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2 diatas, menunjukan bahwa atribut Salak Gula Pasir yang diyakini oleh konsumen dalam membeli adalah atribut harga dengan jumlah rata-rata tertinggi dari atribut lainnya sebesar

4,956. Konsumen menganggap bahwa harga Salak Gula Pasir merupakan hal yang paling baik yang mempengaruhi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar.

Tabel 3. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap atribut Salak Gula Pasir

No.	Atribut-	Nilai					Jumlah	Ei
		5	4	3	2	1		

1.	Harga	39	5	1	0	0	45	4,844
		195	20	3	0	0	218	
2.	Rasa	37	5	3	0	0	45	4,889
		185	20	9	0	0	214	
3.	Ukuran	11	15	19	0	0	45	3,267
		55	60	57	0	0	175	
4.	Warna	35	6	4	0	0	45	4,911
		175	24	12	0	0	211	

Sumber: Data Primer, 2021

Dari Tabel 3. diatas menunjukkan bahwa evaluasi konsumen dalam membeli atribut Salak Gula Pasir adalah atribut harga dengan jumlah rata-rata tertinggi dari atribut lainnya sebesar 4,844, konsumen beranggapan bahwa

evaluasi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir berdasarkan harga yang sesuai dengan preferensi konsumen, mencari harga Salak Gula Pasir yang murah, akan tetapi kualitas tetap baik.

Tabel. 3 Sikap Konsumen (Ao) Terhadap Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar

No	Atribut – atribut	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap	Peringkat
1.	Harga	4,956	4,844	24,01	I
2.	Rasa	4,889	4,889	23,25	II
3.	Ukuran	3,267	3,267	12,49	IV
4.	Warna	4,911	4,911	23,03	III

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel. 3 diatas dapat menunjukkan bahwa atribut yang menjadi preferensi dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar adalah atribut harga, dengan indeks yang paling tinggi dari atribut

lainnya yaitu sebesar 24,01 kemudian ditingkatkan kedua yaitu rasa sebesar 23,25, kemudian warna sebesar 23,03 sedangkan yang terakhir ukuran sebesar 12,49. Jika dilihat dari indeks Ao yang tertinggi diatas, dominan preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir

dilihat dari harga dari Salak Gula Pasir, yakni harga Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar lebih terjangkau (murah) dari pasar moderen. Salah satu faktor mengapa produk laku dipasaran yaitu harga yang murah dan terjangkau, banyak konsumen yang mencari harga perbandingan akan suatu produk dipasar, apa bila ada produk serupa dengan kualitas sama dan harga yang berbeda, sudah pasti konsumen akan memilih harga produk yang paling murah.

Hal ini dikarenakan konsumen merasa apa bila ada harga yang lebih rendah kenapa harus memilih harga yang mahal. Harga Salak Gula Pasir yang murah tidak semestinya kualitas yang jelek, melainkan strategi dari pedagang agar buah dapat laku terjual, (Alex 2015). Hal ini juga didukung dengan adanya ulasan (Bakery Magazine 2016), yang menyatakan bahwa mampu memberikan kualitas roti yang setara dengan bintang 5 namun dengan harga yang terjangkau (murah). Disisi lain harga murah ditetapkan oleh pedagang Salak Gula Pasir sebagai salah satu strategi agar Salak Gula Pasir dapat dibeli oleh konsumen, bukan berarti kualitasnya rendah. Harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk (Jackson 2014). Jika suatu harga ditetapkan terlalu tinggi, maka nilai persepsi konsumen akan lebih kecil dibandingkan dengan biayanya dan peluang penjualan akan hilang, sebaliknya jika suatu harga

ditetapkan terlalu rendah produk mungkin dipersepsikan sebagai nilai yang besar bagi konsumen.

4.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Atribut yang menjadi preferensi konsumen Salak Gula Pasir yaitu.

1. Harga Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen dengan harga sangat murah Rp. 5-10, murah Rp. 10-15, cukup murah Rp. 15-20, mahal Rp.20-25 dan sangat mahal Rp. 25-30.
2. Rasa Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari rasa Salak Gula Pasir. Rasa Salak dibedakan dalam kategori manis, manis sedikit sepat, dan sepat.
3. Ukuran Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari besar kecilnya salak. Ukuran Salak Gula Pasir dapat dikategorikan dalam ukuran berat sebagai berikut: ukuran besar (11-14 buah per kg), ukuran sedang (15-19 buah per kg), dan ukuran kecil (20-25 buah per kg).
4. Warna kulit Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari warna kulit Salak Gula Pasir tersebut. Warna kulit Salak Gula Pasir dibedakan menjadi hitam, coklat kehitaman, dan coklat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex. 2015. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (Salacca Edulis) Di Pasar Tradisional Kota*

- Surakarta: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Yogyakarta:*
- BPS. 2016. *Diagram Timbang IHK Hasil Survey Biaya Hidup Tahun 2016. BPS Surakarta.*
- Bekary Magazine. Retrieved September 25, 2016, *From: <http://www.Bakerymagzine.Com/2014/02/23/roti-taiwan-tetap-menjadi-pelihan-masyarakat-indonesia>*
- Jacson, 2014. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruh terhadap keputusan pembelian comfarta. Manado.*