



### PREFERENSI KONSUMEN BUAH JERUK SIAM DI PASAR RAKYAT KRENENG KOTA DENPASAR

Alferia Yasinta Lembu<sup>1</sup>, Ni Gst. Ag Gde Eka Martiningsih<sup>2\*</sup>, I Ketut Arnawa<sup>3</sup>,  
Yulianti Sapanca<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

<sup>4</sup> Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Corresponding Author: [ekamartini@unmas.ac.id](mailto:ekamartini@unmas.ac.id)

#### ABSTRACT

*This research is entitled "Consumer Preferences of Siamese Citrus Fruit in the Market the traditional of Kreneng Denpasar City. More and more Siamese oranges are entering local and modern markt because it is favored by consumrs, but the demamd the typs of Siamese oranges vary according to the type of orange that is used has its own charactructic. Consumer preferences for attributes and the type of orange that will determine how big the fruit is received and attractive to consumers. By formulating the problem whether the attributes that are become preferences and the most dominant attribute as consumer preferences in buying Siamese oranges at the Traditional Market Kreneng Denpasar City. With the aim of knowing the attributes of Siamese oranges to analyze the most dominant attribute as a preference in the Kreneng People's Market Denpasar City. Research in conduted' with 80 consumers, using judgment sampling technique the analytical method used in research on consumer preference on the attributes of Siamese oranges using a likert scale consisting of from a scor of one to five, while to determine the attributes of citrus fruit. Which is in accordance with consumers preference, multi-attribte analysis is fish block. The result of this study are that attributes that become consumers preference, namely; taste, price, color and size are that the most dominant consireded by consumers in buying Siamese oranges at Traditional Market Kreneng Denpasar City is the attribute of taste, with the highest of 16,71.*

**Keywords:** *Consumer Preferences, Attributes, Citrus Fruit*

#### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan berbagai jenis tanaman, Indonesia juga dikenal sebagai negara yang memiliki berbagai macam kekayaan alam yang melimpah termasuk didalamnya tanaman buah-buahan dan tumbuh-tumbuhan. Salah satunya adalah kekayaan jenis buah-buahan segar yang memiliki cita rasa yang khas. Seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pola hidup sehat dengan lebih banyak mengkonsumsi buah-buahan, kebutuhan akan buah-buahan tersebut semakin bertambah. Sektor pertanian mempunyai peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Peranan tersebut antara lain meningkatkan penerimaan devisa negara, penyediaan lapangan pekerjaan, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri,

bahan baku industri dalam negeri serta optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam berkelanjutan.

Salah satu jenis buah-buahan yang banyak dibudidayakan di Indonesia adalah buah jeruk. Jeruk (*Citrus sp*) adalah tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Sejak ratusan tahun yang lalu, jeruk sudah tumbuh di Indonesia baik secara alami atau dibudidayakan. Jenis jeruk lokal yang dibudidayakan di Indonesia adalah jeruk keprok (*Citrus reticulata*), jeruk manis (*Citrus sinensis*), jeruk siam (*Citrus microcarpa*) yang terdiri dari Siam Pontianak, Siam Garut, Siam Lumajang, serta jeruk besar (*Citrus maxima Herr*) yang terdiri atas jeruk Nambangan-Madium dan Bali (Suwandi, 2015).

Permintaan terhadap buah jeruk siam juga dipengaruhi oleh kasiat buah jeruk bagi kesehatan konsumen. Produsen dan pemasar buah jeruk siam harus mampu memproduksi dan memasarkan buah jeruk siam yang kualitasnya dapat memuaskan

kebutuhan konsumen. Seiring dengan meningkatnya permintaan, maka penawaran akan suatu produk juga meningkat. Meningkatnya permintaan buah jeruk siam, menyebabkan semakin banyaknya produsen dan pemasar buah jeruk siam. Pemasar terlebih harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buah jeruk siam untuk menjaga agar permintaan jeruk tetap stabil. Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu komoditas tertentu secara umum dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: harga, pendapatan, selera, ekspektasi, dan banyaknya konsumen pembeli. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah terdiri dari pendapatan, harga buah, tanggungan keluarga, umur dan jenis kelamin (Hikmah, 2017).

Buah jeruk siam semakin banyak memasuki pasar lokal dan modern karena digemari oleh konsumen, akan tetapi permintaan dari jenis jeruk siam tersebut berbeda-beda karena rasa dan kualitas buahnya juga berbeda sesuai dengan varian jeruk siam yang mempunyai ciri khas tersendiri. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut serta jenis varian buah jeruk siam yang akan menentukan seberapa besar buah tersebut dapat diterima dan diminati oleh konsumen. Tujuan dari penelitian adalah 1). untuk mengetahui atribut buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar ; 2) Menganalisis atribut yang paling dominan sebagai preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, serta referensi yang berkaitan dengan preferensi konsumen dan Sebagai ilmu pengetahuan di bidang pemasaran pertanian dapat mengungkapkan efek positif.

## **METODELOGI PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan penelitian. Lokasi penelitian di laksanakan di Pasar Rakyat Kreneng, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dari Oktober – Desember 2021.

### **Pengambilan Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena

keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 80 konsumen dan teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini secara *judgment sampling* yaitu bentuk sampling convenience yang didalamnya elemen populasi yang dipilih berdasarkan judgement peneliti. Peneliti, dengan judgement atau sampel keahliannya, memilih elemen-elemen yang akan dimasukkan kedalam, karena seseorang peneliti yakin bahwa bahwa elemen-elemen tersebut mewakili atau memang sesuai dengan populasi yang sedang diteliti.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah (1) survei, (2) kuisisioner, (3) wawancara (4) studi pustaka dan (5) studi pustaka.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data kualitatif dan data kuantitatif dan sumber data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer menjadi hasil penelitian di lapangan dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara dengan responden. Data sekunder di dapat dari beberapa studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Metode Analisis Data**

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada buah Jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar, dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap atribut-atribut buah jeruk menggunakan skala Likert yang terdiri dari skor satu sampai lima. Skala Likert. Menurut (Djali dan Tatang, 2010) skala Likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena Pendidikan. Dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan skala Likert yang digolongkan ke dalam lima tingkatan sebagai berikut:

- 1) Untuk jawaban “STS” (Sangat Tidak Suka) diberi nilai = 1;
- 2) Untuk jawaban “TS” (Tidak suka) diberi nilai = 2;
- 3) Untuk jawaban “N” (Netral) diberi nilai =3;
- 4) Untuk jawaban “S “ (Suka) diberi nilai = 4 dan
- 5) Untuk jawaban “SS” (Sangat Suka) diberi nilai = 5

Ketika menggunakan skala likert untuk menilai data yang didapat, kita perlu mengetahui rumus dari skala ini. Berikut adalah rumus yang bisa digunakan:

$$T \times P_n$$

Keterangan

T : total jumlah responden yang memilih

P<sub>n</sub> : pilihan angka skor likert

Agar mendapatkan hasil interpretasi, terlebih dahulu harus diketahui skor tertinggi (X) dan skor terendah (Y) untuk item penilaian dengan rumus sebagai berikut:

Y : skor tertinggi likert × jumlah responden

X : Skor terendah likert × jumlah responden

Sedangkan jika ingin mengetahui skor maksimum, maka rumusnya adalah jumlah responden × skor tertinggi. Lalu untuk mengetahui skor minimum, digunakan rumusan jumlah responden × skor terendah. Dari perhitungan ini kita bisa mengetahui interval penilaian

$$\text{Skor maksimum} = 80 \times 5 = 400$$

$$\text{Skor minimum} = 80 \times 1 = 80$$

Untuk mengetahui rumus interval adalah sebagai berikut:

$$I = 100 / \text{jumlah skor}$$

$$\text{Maka} = 100 / 5 = 20$$

$$\text{Hasil (I)} = 20$$

Interval dari jarak terendah 0% hingga tertinggi 100% berikut adalah kriteria interpretasi skor berdasarkan intervalnya:

1. Angka 0% - 19,99% = Sangat Tidak Suka / Buruk / Kurang Sekali
2. Angka 20% - 39,99% = Tidak Suka / Kurang Baik
3. Angka 40% - 59,99% = Cukup / Netral
4. Angka 60% - 79,99% = Baik / Suka
5. Angka 80% - 100% = Sangat Suka / Baik / Suka

Selesai mengerjakan tahap di atas, selanjutnya yang sekaligus menjadi tahap terakhir adalah menghitung persentase. Rumus untuk mengetahui indeks dalam bentuk persentase adalah total skor dibagi total skor maksimum dan dikali 100.

Untuk mengetahui atribut jeruk siam yang dominan digunakan analisis multiatribut Fishbein. Model sikap Fishbein dikenal juga dengan model sikap multi atribut yang mengungkapkan mengenai sikap seseorang terhadap suatu objek seperti produk, yang memiliki banyak atribut, dengan rumus sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Untuk menghitung keyakinan konsumen (bi) terhadap atribut buah jeruk siam dengan menghitung total skor bi × total minimum, menghitung evaluasi konsumen (ei) total skor ei × skor minimum dan untuk menghitung sikap konsumen (Ao) bi : ei.

Keterangan

A<sub>o</sub> = Sikap konsumen terhadap buah jeruk siam

b<sub>i</sub> = Tingkat kepercayaan konsumen bahwa buah jeruk siam yang dibeli memiliki atribut tertentu (atribut ke – i)

e<sub>i</sub> = Dimensi evaluasi konsumen terhadap atribut ke-I yang dimiliki buah jeruk siam

N = Jumlah atribut yang dimiliki buah jeruk siam

Untuk menyempurnakan penelitian tentang “Preferensi Konsumen Buah Jeruk Siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar” menggunakan analisis conjoint. Akan tetapi karena keterbatasan waktu dan dana penulis tidak menggunakan analisis conjoint dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan suatu gambaran mengenai latar belakang dari responden atau konsumen yang membeli buah jeruk. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang menjadi karakteristik meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan mata pencaharian atau pekerjaan.

### Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin adalah gender yang dimiliki oleh manusia yaitu laki-laki dan perempuan sebagai identitas. Jumlah responden dalam preferensi buah jeruk berdasarkan jenis di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar, dapat disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa rata-rata responden yang membeli buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 53 orang (66,25%), sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 27 orang (33,75%). Hal ini disebabkan karena responden perempuan paling sering ke pasar untuk berbelanja kebutuhan rumah tangga dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Responden yang berjenis kelamin laki-laki yang membeli buah jeruk disebabkan anggota keluarga (istri atau anak) sedang berhalangan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	
		Orang	(%)
1	Perempuan	53	66,25
2	Laki-laki	27	33,75
Total		80	100,00

Sumber: Analisis Data Primer

### Umur Responden

Identitas responden berdasarkan umur menggambarkan tingkat pengalaman dan kedewasaan pola pikir responden. Informasi mengenai usia responden sangat penting untuk diketahui, karena perbedaan umur masing-masing responden sangat berpengaruh terhadap sikap dan cara pandangnya. Umur seseorang dapat mencerminkan kemampuan seseorang secara fisik dan mempengaruhi dalam produktif bekerja. Karena dari segi fisik, makin tua seseorang makin berkurang kemampuannya bekerja, begitupun sebaliknya seseorang yang masih muda fisiknya masih kuat untuk melakukan suatu pekerjaan, seperti berbelanja ke pasar. Tabel 2. akan menjelaskan secara terperinci tentang responden berdasarkan umur.

Tabel 2. Responden berdasarkan umur

No	Umur responden (tahun)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	19-33	29	36,25
2	34-48	32	40,00
3	49-63	19	23,75
Total		80	100,00

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 2. jumlah rata-rata responden dalam preferensi konsumen buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar berada di umur produktif yaitu 19-63 tahun. Kisaran kelompok umur 34-48 sebanyak 40 orang (40%). Urutan kedua berada pada kisaran 19-33 sebanyak 29 Orang (36,25). Dan urutan terakhir berkisar pada 49-63 sebanyak 19 orang (23,75%).

### Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan memegang peran penting dalam kaitannya dengan sikap konsumen, dimana seseorang yang satu dengan yang lainnya cenderung berbeda atau tidak sama, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan tingkat Pendidikan. Pendidikan dapat

membentuk manusia menjadi terampil, berpengetahuan, dan memiliki sikap mental dengan kepribadian yang lebih baik.

Tabel 3. Identitas responden berdasarkan tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah responden (orang)	Presentase (%)
1	SMP	1	1,25
2	SMA/mahasiswa	41	51,25
3	Diploma dan sarjana	38	47,50
Total		80	100,00

Sumber: Data Primer 2021

Dari Tabel 3. dapat dilihat responden yang berpendidikan SMP sebanyak 1 dengan presentase 1,25%, berpendidikan SMA/MAHASISWA sebanyak 41 orang dengan persentase 51,25% dan responden yang berpendidikan sebagai diploma dan sarjana sebanyak 38 orang dengan persentase 47,5%.

### Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi yang pertama oleh wiraswasta sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 42,25%, yang kedua Ibu Rumah Tangga sebanyak 23 Orang dengan persentase sebesar 28,75%, ketiga pelajar sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 12,5%, keempat pengawai Negeri Sipil sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 10% dan yang terakhir pedagang sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 7,5 %.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah responden (orang)	Persentase (100%)
1	IRT	23	28,75
2	Pelajar	10	12,50
3	Wiraswasta	33	41,25
4	Pedagang	6	7,50
5	PNS	8	10,00
Total		80	100,00

Sumber: Data Primer 2021

### Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Siam

Preferensi responden terhadap buah jeruk siam, merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh konsumen terhadap produk buah jeruk siam yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu

dengan responden lain. Preferensi konsumen terhadap buah jeruk di pasar rakyat kreneng kota Denpasar dapat dianalisis menggunakan metode skala likert. Untuk menganalisis dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5. Atribut-Atribut Yang Menjadi Preferensi Konsumen

Preferensi	Tingkat Kesukaan Konsumen (Orang)					Jumlah	Rata-Rata	
	5	4	3	2	1		Persentase (%)	Interval
	(SS)	(S)	(N)	(TS)	(STS)			
Harga	24	40	16	0	0	80	82,00	sangat suka
	120	160	48	0	0	328		
Rasa	28	47	5	0	0	80	85.75	sangat suka
	140	188	15	0	0	343		
Ukuran	30	25	20	3	2	80	79.5	Suka
	150	100	60	6	2	318		
Warna	15	47	8	0	0	80	81.75	sangat suka
	75	228	28	0	0	327		

Sumber: Analisis Data Primer 2021

Tabel 5. menunjukkan atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk siam adalah atribut rasa dengan jumlah presentase sebesar 85,75%. Rasa buah jeruk siam berkaitan dengan tingkat kematangan buah, buah jeruk siam yang berkualitas baik memiliki tingkat kemanisan yang tinggi. Dalam penelitian ini terdapat 28 orang yang sangat suka, 47 orang yang suka, 5 orang yang netral, dan yang menjawab tidak suka dan sangat tidak suka 0. penelitian Catur Sugeng Priyambodo (2019) mengatakan bahwa rasa buah jeruk yang paling disukai konsumen adalah rasa manis karena pada umumnya rasa manis merupakan rasa yang paling enak untuk dinikmati. Hal ini sesuai dengan ciri khas dari jeruk siam yang memiliki rasa manis.

Harga buah jeruk adalah jumlah nominal yang dibayarkan konsumen untuk membeli buah. Harga buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar kisaran antara Rp 12.000/kg – Rp 17.000/kg. Harga buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng terhitung murah dibanding di pasar modern. Campbell et al. (2004) menyatakan dalam studinya responden buah jeruk di Alabama menyukai buah jeruk yang dijual dengan harga yang rendah. Hal ini juga diperkuat dalam penelitian Riski Tuan Abda'u (2021) mengatakan bahwa konsumen lebih memilih buah yang dijual dengan harga yang murah. Dalam penelitian ini

atribut harga yang menjadi preferensi yang kedua dalam membeli jeruk siam, terdapat 24 orang sangat suka, 40 orang suka, 16 orang netral dan konsumen dengan jawaban tidak suka dan sangat tidak suka 0. Rata-rata dari semua skor dari semua responden sebesar 82%.

Warna kulit adalah tingkat kematangan dari jeruk siam. Buah yang sudah masak warna kulitnya kuning sampai kuning keemasan, sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi konsumen. Dalam penelitian Kadek Yunni Dwiastari (2019) warna kulit adalah atribut yang dapat diamati secara langsung oleh konsumen. Sehingga mudah bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian buah jeruk berdasarkan warna kulit buahnya. Hal ini diperkuat dalam penelitian Catur Sugeng Priyambodo (2019) buah jeruk yang mempunyai warna kulit orange yang paling disukai konsumen karena buah jeruk yang berwarna orange menandakan buah jeruk tersebut mempunyai tingkat kematangan yang baik, sehingga lebih segar untuk dikonsumsi.

Ukuran buah jeruk berkaitan dengan jumlah buah tiap kilogramnya. Untuk ukuran buah jeruk siam yang paling disukai konsumen adalah buah jeruk yang berukuran bervariasi. Pedagang memberi ruang kepada konsumen dalam memilih ukuran buah jeruk siam yang diinginkan. Karena setiap konsumen memiliki selera

dan yang berbeda. Ada yang memilih buah yang memiliki ukuran besar, sedang maupun kecil sesuai kebutuhan konsumen. Konsumen yang menginginkan pembagian buah jeruk yang merata dan lebih banyak untuk seluruh anggotanya cenderung untuk memilih buah jeruk yang sedang atau kecil. Sedangkan konsumen yang menginginkan kepuasan yang lebih bagi seluruh anggotanya, lebih memilih buah jeruk yang berukuran besar.

**Atribut Yang Paling Dominan Oleh Konsumen dalam Membeli Buah Jeruk Siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar**

Untuk mengetahui atribut buah jeruk siam yang sesuai dengan preferensi konsumen menggunakan analisis multi atribut Fishbein. Hal pertama yang dilakukan untuk mengetahui atribut yang dengan preferensi adalah menganalisis nilai kepercayaan terhadap buah jeruk (bi), berikutnya mencari nilai evaluasi mengenai dari atribut (ei). Untuk menentukan atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah jeruk siam adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi sampai yang terendah.

Tabel 6. Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Buah Jeruk Di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar

Preferensi	Tingkat Kesukaan Konsumen (Orang)					Jumlah	bi
	5	4	3	2	1		
	(SS)	(S)	(N)	(TS)	(STS)		
Harga	24	40	16	0	0	80	4.1
	120	160	48	0	0	328	
Rasa	28	47	5	0	0	80	4.29
	140	188	15	0	0	343	
Ukuran	30	25	20	3	2	80	3.98
	150	100	60	6	2	318	
Warna	15	57	8	0	0	80	4.09
	75	228	24	0	0	327	

Sumber: Analisis Data Primer 2021

Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut buah jeruk siam, menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen. Berdasarkan Tabel 6 diatas diperoleh hasil bahwa atribut buah jeruk siam, yang diyakini oleh konsumen dalam membeli adalah rasa dengan jumlah rata-rata tertinggi dari atribut tersebut di banding atribut lain sebesar 4,29.

Pada Tabel 7. menunjukan bahwa evaluasi konsumen dalam membeli atribut buah jeruk siam adalah atribut rasa dengan jumlah rata-rata tertinggi dari atribut lainnya sebesar 4.09.

Tabel 7. Evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar

Atribut - Atribut	Nilai Evaluasi Terhadap Atribut					Jumlah	Ei
	5	4	3	2	1		
Harga	10	60	10	0	0	80	4.00
	50	24	0	30	0	320	
Rasa	22	43	15	0	0	80	4.09
	11	17	0	45	0	327	
Ukuran	19	25	38	0	0	80	3.86
	95	10	11	4	0	309	
Warna	10	35	30	3	2	80	3.60
	50	14	90	6	2	288	

Sumber: Analisis Data Primer 2021



Tabel 8. Sikap konsumen (Ao) terhadap buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar

Atribut	Keyakinan	Evaluasi	Sikap	Peringkat
- atribut	(bi)	(ei)	(Ao)	at
Harga	4.1	4.00	16,4	II
Rasa	4.09	4.09	16,7	I
Ukuran	3.98	3.86	15,3	IV
Warna	4.29	3.60	15,4	III
			4	

Sumber: Analisis Data Primer 2021

Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan bahwa atribut yang menjadi preferensi dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah jeruk di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar adalah atribut rasa, dengan indeks yang paling tinggi dibandingkan atribut lainnya yaitu sebesar 16,71. Tingkat kedua atribut harga sebesar 16,14, tingkat ketiga atribut warna sebesar 15,44 dan yang terakhir atribut ukuran sebesar 15,35. Dari hasil indeks Ao menunjukkan, dominan preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk siam adalah atribut rasa. Atribut rasa merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar dalam proses pengambilan keputusan. Karena tujuan konsumen membeli buah jeruk siam adalah untuk dikonsumsi atau dinikmati rasanya. Pedagang jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar menyediakan tester jeruk untuk dicicipi bagi konsumen yang ingin membeli. Sehingga memudahkan konsumen dalam memilih buah jeruk siam. Musdalifah, 2012 mengatakan bagi sebagian besar masyarakat, rasa merupakan atribut yang paling penting dan mempengaruhi mereka dalam mengkonsumsi produk pangan dibandingkan atribut lain. Rasa merupakan sensasi yang didapatkan oleh indera pengecap ketika di konsumsi. Rasa itu sendiri berkaitan dengan proses kimiawi yang terjadi selama proses pematangan buah.

Dapat disimpulkan, atribut rasa merupakan atribut yang paling dominan dipertimbangkan dalam membeli buah jeruk siam oleh konsumen dalam keputusan pembelian. Rasa buah jeruk erat kaitannya

dengan tingkat kemasakan buah. Buah jeruk yang berkualitas baik memiliki tingkat kemanisan yang tinggi.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu : 1) Buah jeruk siam yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar yaitu yang pertama atribut rasa yang manis dengan harga yang terjangkau murah dan warna kulit yang hampir kekuningan serta ukuran yang bervariasi. 2). Atribut yang menjadi preferensi dominan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar adalah atribut rasa dengan indeks yang paling tinggi sebesar 16,71. Saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu 1) Pedagang sebaiknya menyediakan jeruk siam yang sesuai dengan preferensi konsumen yaitu rasa buah jeruk siam merupakan atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar. 2). Penelitian tentang preferensi menggunakan analisis conjoint pada metode analisis data untuk menyempurnakan penelitian bagi penulis selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, R.T. 2021. Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung. *E-Jurnal ilmu agribisnis*, Universitas Lampung,
- Dwiastari, K.Y. 2019. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Jeruk Impor dan Buah Jeruk Lokal di Kota Denpasar Bali. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Universitas Udayana, Vol.8 No.3
- Priyambodo, C.S. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara Surabaya, *E-Jurnal*, Vol 19 No. 1
- Suwandi, 2015. Outlook Komoditi Jeruk. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Tatang, Djali, 2010. *Manajemen pendidikan*: Yogyakarta : UNY. Pres