

Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Lokal Di Pasar Wilayah Kota Kabupaten Jember

Analysis Consumer Decision In Purchasing Local Fruits In The Market Area Of The City Of Jember Regency

Aris Irmawan¹, Henik Prayuginingsih², Nurul Fathiyah Fauzi²

¹ Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Um Jember

² Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UM Jember

email : aris.17juni1996@gmail.com

ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, proses pengambilan keputusan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah-buahan lokal di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember. Data diperoleh dari 50 responden dengan metode analisis deskriptif dan analisis multi atribut fishbein. Hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli buah-buahan lokal di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember adalah sebagai berikut: (1) Karakteristik konsumen yang membeli buah-buahan lokal di pasar wilayah kota Kabupaten Jember adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan, berdasarkan usia yakni pada pasar tradisional usia 25-34 tahun dan pasar modern usia 15-34 tahun, Berdasarkan jumlah anggota keluarga memiliki 3 anggota keluarga, berdasarkan Pendidikan terakhir yakni pasar tradisional (D3-S1), pasar modern (SMA), Berdasarkan pendapatan pada pasar tradisional (Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000), pasar modern (<Rp. 500.000); (2) Proses pengambilan keputusan pembelian buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember ada beberapa tahap, yaitu 1) Pengenalan kebutuhan : a. Bermotivasi aman bagi kesehatan. b. Manfaat yang diharapkan pada pasar tradisional untuk mewujudkan gaya hidup sehat sedangkan pada pasar modern sebagai pemenuhan gizi. 2) Pencarian informasi mayoritas dari informasi keluarga. 3) Evaluasi alternatif, konsumen mempertimbangkan manfaat setelah mengkonsumsi buah-buahan lokal. 4) Keputusan pembelian mayoritas menjawab terencana dalam membeli buah-buahan lokal. 5) Sikap pasca pembelian, konsumen pada pasar tradisional (puas) dan pada pasar modern (sangat puas); (3) Berdasarkan analisis multi atribut Fishbein terhadap buah-buahan lokal, maka dalam membeli buah-buahan lokal konsumen akan melihat atribut buah-buahan seperti, harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan buah, dan ketersediaan. Dari data Ao total didapat bahwa konsumen pada pasar wilayah kota Kabupaten Jember mendapat interpretasi puas dengan nilai 89,86 pada pasar tradisional dan 95,41 pada pasar modern.

Kata kunci: Analisis fishbein, keputusan pembelian, pasar, sikap konsumen.

ABSTRACT

Consumer purchasing decisions are actions taken by consumers to buy a product. Every producer must carry out various strategies so that consumers decide to buy their products. The purpose of this study was to identify consumer characteristics, consumer decision-making processes and factors that influence consumer decisions in purchasing local fruits in the market area of the City of Jember Regency. Data were obtained from 50 respondents with descriptive analysis method and fishbein multi-attribute analysis. The results of the analysis show that consumer decisions in buying local fruits in the market area of the City of Jember Regency are as follows: (1) The characteristics of consumers who buy local fruits in the market area of the City of Jember Regency are the majority of women, based on age, namely in the market. traditional

markets aged 25-34 years and modern markets aged 15-34 years, Based on the number of family members have 3 family members, based on the latest education, namely traditional markets (D3-S1), modern markets (SMA), Based on income from traditional markets (Rp. 2,000,000-Rp. 3,000,000), modern market (<Rp. 500,000). (2) The decision-making process to buy local fruits at the market in the city area of Jember Regency consists of several stages, namely 1) Introduction of needs: a. Motivated safe for health. b. The expected benefit in traditional markets is to realize a healthy lifestyle, while in modern markets it is to fulfill nutrition. 2) Search for information the majority of family information. 3) Evaluation of alternatives, consumers consider the benefits after consuming local fruits. 4) The majority of purchasing decisions answered planned in buying local fruits. 5) Post-purchase attitude, consumers in traditional markets (satisfied) and modern markets (very satisfied). (3) Based on Fishbein's multi-attribute analysis of local fruits, in buying local fruits consumers will look at fruit attributes such as price, freshness, color brightness, fruit cleanliness, and availability. From the results of the total Ao data, it was found that consumers in the Jember Regency city market were interpreted as satisfied with the value of 89.86 in the traditional market and 95.41 in the modern market.

Keywords: Fishbein analysis, purchasing decisions, market, consumer attitudes.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen akan selalu berubah-ubah sesuai dengan pengaruh social budaya yang semakin meningkat sehingga perlu diketahui motivasi dalam diri konsumen. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah gaya hidup. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik/ciri-ciri pribadinya, terutama yang berpengaruh adalah umur dan tahapan dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan, keadaan ekonominya, gaya hidupnya, pribadi dan konsep jati dirinya.

Berdasarkan Tabel 1.3 total konsumsi buah-buahan di Kabupaten Jember tahun 2018-2019 menunjukkan hasil yang fluktuatif. Rata-rata total konsumsi buah-buahan pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan yaitu dengan total rata-rata konsumsi pada tahun 2018 (80.554,91 ton) dan pada tahun 2019 (60.360,45ton), dengan rata-rata 37%. Dapat diketahui peningkatan total konsumsi buah terbesar yaitu buah pepayadengan total konsumsi pada tahun 2018 yaitu (72.186,9 ton) dan pada tahun 2019 yaitu (215.568,2 ton),sedangkan peningkatan konsumsi terendah yaitu buah salak dengan total konsumsi pada tahun 2018 yaitu (1.853,8 ton) dan pada tahun 2019(6.015,9ton),sehingga hal tersebut menyebabkan persentase tingkat total konsumsi mengalami fluktuatif.

Kehadiran pasar modern awalnya tidak mengancam pasar tradisional. Pasar modern yang menyasar konsumen dari kalangan menengah keatas, saat ini lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh dengan tampilan dan kualitas yang buruk, serta harga jual rendah dan sistem tawar menawar konvensional. Jember merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang menghasilkan berbagai macam buah lokal, sementara jumlah konsumsi buah-buahan dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3 Total Konsumsi Buah-buahan Jember Tahun 2018-2019.

| No | Komoditas Buah-buahan | Total Konsumsi (Ton) | | Kenaikan |
|----|-----------------------|----------------------|-----------|----------|
| | | 2018 | 2019 | % |
| 1 | Mangga | 26.821,9 | 20.818,6 | -22% |
| 2 | Durian | 23.168,7 | 10.016,9 | -57% |
| 3 | Jeruk siam | 235.271,8 | 34.765 | -85% |
| 4 | Pisang | 124.026,4 | 74.978,1 | -40% |
| 5 | Pepaya | 72.186,9 | 215.568,2 | 199% |
| 6 | Salak | 1.853,8 | 6.015,9 | 225% |
| | Jumlah | 483.329,5 | 362.162,7 | 219% |
| | Rata-rata | 80.554,91 | 60.360,45 | 37% |

Sumber: BPS Kabupaten Jember Tahun 2020.

Terkait dengan permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan : (1) Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen buah-buahan lokal di wilayah kota Kabupaten Jember; (2) Untuk mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah-buahan lokal di wilayah kota Kabupaten Jember; (3) Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, membuat keputusan membeli buah-buahan lokal di wilayah kota Kabupaten Jember.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang merupakan analisis data berupa profil responden, proses pengambilan keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membeli buah lokal. Lokasi penelitian dilakukan pada pasar modern di wilayah kota Kabupaten Jember, yaitu di Transmart, sedangkan lokasi penelitian pada pasar tradisional yaitu di Pasar Tanjung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2022.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder, baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Metode pengumpulan data primer dan sekunder diperoleh dari Studi Lapangan (Observasi) dan Wawancara. Peneliti menetapkan 50 orang sebagai responden yang diambil secara acak dan cocok sebagai sumber data. Sebaran jumlah responden yakni 25 orang responden di Transmart dan 25 orang responden di Pasar Tanjung.

Untuk menjawab tujuan penelitian ke 1 dan 2 menggunakan analisis deskriptif. Menurut Nazir (2003), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat suatu deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Untuk menjawab tujuan ke 3 menggunakan analisis Fishbein. Model sikap Fishbein adalah salah satu model multi atribut yang terkenal. Model sikap atribut menggambarkan rancangan yang berharga untuk memeriksa hubungan antara pengetahuan konsumen akan suatu produk dan sikap terhadap produk tersebut berkaitan dengan ciri atau atribut produk.

Bagaimana sikap terhadap suatu objek yang dibentuk oleh kedua komponen di atas dijelaskan dalam rumus sebagai berikut :

$$A_o = \sum (b_i \cdot e_i)$$

Keterangan :

A_o = Keseluruhan sikap terhadap suatu objek.

b_i = Apakah kepercayaan terhadap atribut ke- i suatu objek kuat atau tidak.

e_i = Evaluasi kebaikan atau kejelekan atribut ke- i konsumen terhadap atribut buah lokal.

Σ = Penjumlahan dari sejumlah atribut (5 atribut buah lokal). Kolom untuk menghitung sikap setiap responden dan baris untuk menghitung rata-rata setiap atribut dan rata-rata sikap secara keseluruhan.

Indikator yang akan ditanyakan untuk masing-masing variable sikap (A_o) yaitu (b_i) dan (e_i) mengenai atribut buah lokal dengan Teknik skala likert yakni, (5) Sangat setuju, (4) Setuju/puas, (3) Kurang setuju/puas, (2) Tidak setuju/puas, (1) Sangat tidak setuju/puas.

Hasil nilai sikap yang diperoleh melalui model sikap multi atribut Fishbein diinterpretasikan agar dapat memberikan arti, sehingga arti dari nilai masing-masing atribut dapat dilihat. Interpretasi nilai tersebut diperoleh menggunakan skala interval dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Skala Interval} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan :

m = Skor tertinggi yang mungkin terjadi

n = Skor terendah yang mungkin terjadi

b = jumlah skala penilaian yang ingin bentuk

Maka interval untuk b_i dan e_i adalah:

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

Intepetasiskor total sikap (A_o) dapat ditentukan dengan menggunakan skala interval yang rumusnya adalah:

$$\text{Skala Interval} = \frac{a(m - n)}{b}$$

Keterangan:

- a = Jumlah atribut
- m = Skor tertinggi yang mungkin terjadi
- n = Skor terendah yang mungkin terjadi
- b = jumlah skala penilaian yang ingin bentuk

Maka skala interval untuk sikap adalah:

$$\text{Skala Interval} = \frac{5(25 - 1)}{5} = 24$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengambilan Keputusan

Andilla (2011) berpendapat bahwa karakteristik dan latar belakang yang beragam dari konsumen akan mempengaruhi pembelian keputusan untuk membeli produk. Secara rinci konsumen yang membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember menentukan keputusan pembelian melewati beberapa tahapan, yaitu tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian.

Pengenalan Kebutuhan

Proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember yang dibagi berdasarkan pengenalan pada pasar tradisional dan pasar modern dengan diawali ketika konsumen merasakan dan mengenali adanya kebutuhan akan produk buah-buahan lokal. Tahapan pengenalan kebutuhan dapat dimulai dari mendeteksi motivasi atau alasan konsumen melakukan pembelian buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember. Berikut motivasi konsumen dalam membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember ditampilkan pada Tabel 6.6.

Dari data Tabel 6.6 menunjukkan bahwa motivasi responden dalam membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember karena aman bagi kesehatan yang ditunjukkan dengan nilai persentase 56 persen pada pasar tradisional dan 100 persen atau keseluruhan responden pasar modern bahwa motivasi dalam membeli buah-buahan local karena aman bagi kesehatan. Sedangkan yang menjawab motivasi pembelian buah-buahan local berdasarkan perwujudan gaya hidup sehat terdapat 44 persen pada pasar tradisional.

Perbedaan motivasi konsumen dalam membeli buah-buahan local dipengaruhi oleh karakteristik responden yang ada pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember. Menurut Andilla (2011) karakteristik dan latar belakang yang beragam dari konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Jadi perbedaan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan pada konsumen dapat mempengaruhi motivasi konsumen dalam membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah Kota Kabupaten Jember.

Manfaat yang diharapkan konsumen setelah mengkonsumsi buah-buahan local seperti yang dijelaskan pada Tabel 6.7 menunjukkan bahwa manfaat yang diharapkan responden buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember adalah sebagai pemenuhan gizi dengan nilai 48 persen pada pasar tradisional dan 100 persen pada pasar modern. Sedangkan sebagian besar konsumen pada pasar tradisional menjawab karena sebagai pemenuhan gaya hidup sehat sebanyak 52 persen.

Tabel 6.7 sesuai dengan pendapat Soekartawi (1998) dalam Hadiet al (2018) bahwa tingkat pendidikan formal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berfikir kearah yang lebih baik dan rasional. Karena kebanyakan konsumen pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember berpendidikan, jadi memiliki pandangan dalam membeli atau mengkonsumsi buah-buahan local sebagai pemenuhan gizi dan sebagai perwujudan gaya hidup sehat, yang bias diartikan bahwa konsumen lebih mementingkan mencegah penyakit, dan hanya dua persen responden menjawab manfaat yang diharapkan dari mengkonsumsi buah-buahan lokal adalah sebagai bahan pengobatan herbal dan dapat diartikan bahwa konsumen ini sedang mengalami sakit.

Pencarian Informasi

Tahapan selanjutnya yakni pencarian informasi mengenai keberadaan buah-buahan lokal yang ingin konsumen beli. Menurut Andilla (2011) pencarian informasi dapat dilakukan konsumen dengan dua cara, yaitu pencarian pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan maupun pencarian eksternal informasi dari lingkungan.

Pencarian internal biasanya dilakukan oleh konsumen yang sebelumnya pernah membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember. Dimana konsumen sangat mengandalkan pengetahuan yang sudah ada. Pada pencarian informasi secara eksternal terdapat lima media yang menjadi sumber informasi bagi konsumen, yaitu penjual/pelayan, media elektronik, media cetak, keluarga, dan teman.

Dari data Tabel 6.8 informasi dalam membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember sebagian besar dipengaruhi oleh keluarga, dengan nilai persentase 80 persen pada pasar tradisional dan 68 persen pada pasar modern.

Menurut Andilla (2011) karakteristik dan latar belakang yang beragam dari konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Jadi konsumen lebih mempercayai keluarga sebagai pencarian informasi dalam membeli buah-buahan lokal, karena pada sebaran konsumen berdasarkan pekerjaan, ibu rumah tangga menyumbang cukup banyak sebagai konsumen buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember.

Pada Tabel 6.9 di atas ditunjukkan bahwa fokus pembelian konsumen berdasarkan informasi yang diterima dengan persentase tertinggi yaitu aspek manfaat dengan 64 persen pada pasar tradisional dan 76 persen pada pasar modern. Konsumen memilih manfaat sebagai fokus dalam pembelian buah-buahan lokal adalah baik untuk kesehatan dan dapat mencegah penyakit serta untuk menyembuhkan penyakit. Selanjutnya aspek harga buah-buahan lokal pada pasar tradisional mendapat persentase lebih tinggi yaitu 24 persen, yang berarti konsumen mengatakan bahwa harga buah-buahan lokal pada pasar tradisional sangat terjangkau. Pada fokus pembelian terhadap kandungan gizi, konsumen dari kedua pasar masing-masing mendapat persentase yang sama, yaitu 12 persen yang berarti konsumen buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember sama-sama sadar akan gizi buah-buahan lokal yang dibutuhkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Andilla (2011) bahwa karakteristik dan latar belakang yang beragam dari konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Karena pencarian informasi dan fokus pembelian konsumen saling berkaitan, yaitu konsumen dapat langsung mengetahui manfaat dalam mengonsumsi buah-buahan lokal dari keluarga.

Evaluasi Alternatif

Andilla (2011) evaluasi alternatif dalam penelitian adalah hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menentukan tempat pembelian buah-buahan lokal. Pada tahap ini konsumen menetapkan kriteria-kriteria yang relevan dengan keinginannya untuk membuat suatu keputusan yang dirasakan paling bermanfaat dan memecahkan masalahnya.

Berdasarkan data Tabel 6.10 konsumen menjawab evaluasi setelah membeli buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember member nilai yang sama dengan fokus konsumen dalam membeli dan mengonsumsi buah-buahan lokal. Hal ini dapat diartikan bahwa fokus pembelian buah-buahan lokal yang diinginkan konsumen sudah sesuai. Menurut Adilah (2018) tahap evaluasi konsumen menetapkan kriteria-kriteria yang relevan dengan keinginannya untuk membuat suatu keputusan yang dirasakan paling bermanfaat dan memecahkan masalahnya. Jadi dapat diartikan bahwa sebagian besar konsumen yang ada pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember mengatakan bahwa manfaat yang menjadi pertimbangan dalam membeli buah-buahan lokal.

Keputusan Pembelian

Konsumen memiliki keputusan yang berbeda dalam hal cara memutuskan pembelian buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember. Keputusan tersebut bias dilakukan dengan cara terencana, mendadak atau tergantung situasi pada saat akan membeli.

Berdasarkan Tabel 6.11 keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada pasar tradisional 25 responden atau 100 persen mengatakan bahwa keputusan pembelian buah-buahan lokal pada pasar tradisional sudah terencana. Sedangkan pada pasar modern 80 persen responden mengatakan terencana, 12 persen mengatakan mendadak dan 8 persen mengatakan tergantung situasi.

Suhardjo (1996) berpendapat bahwa pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pola makan, konsumsi pangan, dan status gizi. Umumnya pendidikan seseorang mempengaruhi sikap dalam sehari-hari. Orang yang berpendidikan tinggi cenderung memilih

makanan yang murah tetapi kandungan gizinya tinggi. Jadi hasil dari data Tabel 6.11 sesuai dengan pendapat tersebut, karena konsumen pada pasar tradisional didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1) dan terdapat pula Magister (S2), sedangkan pada pasar modern didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan SMA/SMK, dapat diartikan bahwa konsumen pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember dengan pendidikan tinggi menyukai membeli buah-buahan lokal pada pasar tradisional dan keseluruhan konsumen sudah merencanakan untuk membeli buah-buahan lokal pada pasar ini.

Sikap Pasca Pembelian

Sikap pasca pembelian (*postpurchase behavior*) adalah tahap proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Berdasarkan data Tabel 6.12 perilaku pasca pembelian konsumen buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember pada pasar tradisional merasa sangat puas sebanyak 32 persen dan yang merasa puas 68 persen, sedangkan pada pasar modern yang merasa sangat puas sebanyak 76 persen dan yang merasa puas sebanyak 24 persen.

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah-buahan Lokal di Pasar Wilayah Kota Kabupaten Jember

Untuk mendapatkan nilai sikap konsumen terhadap buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember di hitung dengan menggunakan analisis multi atribut fishbein. Berdasarkan standar Nasional Indonesia (SNI) tahun 1992, atribut-atribut buah-buahan lokal yang dinilai oleh konsumen adalah harga buah, kesegaran buah, kecerahan warna buah, kebersihan buah dan ketersediaan. Atribut-atribut tersebut diterapkan untuk menganalisis sikap konsumen buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember dengan menggunakan model sikap multi atribut Fishbein. Penilaian tersebut akan didapatkan nilai sikap konsumen secara keseluruhan yang menggambarkan nilai kepercayaan dan kepentingan terhadap atribut-atribut buah-buahan lokal.

Analisis Tingkat Kepentingan (ei) Konsumen Terhadap Buah-buahan Lokal

Andilla (2011) analisis tingkat kepentingan atribut buah-buahan lokal berguna untuk mengetahui tingkat kecenderungan atribut dari buah-buahan lokal dianggap sangat penting hingga sangat tidak penting oleh konsumen. Hal ini ditunjukkan dari analisis evaluasi (ei) berada di atas nilai 0 (>0) dan tidak ada nilai yang di bawah 0 (<0) atau yang dianggap penting menurut konsumen buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember.

Dari data Tabel 6.13 dapat diketahui bahwa nilai tertinggi tingkat kepentingan atribut buah-buahan lokal pada pasar tradisional ialah kesegaran, karena konsumen meyakini bahwa pada pasar ini pedagang langsung mengambil buah-buahan lokal dari petani. Sedangkan pada pasar modern nilai kebersihan buah lebih tinggi dari atribut yang lain, hal ini terjadi karena buah-buahan yang dijual pada pasar modern dirawat dan dibungkus dengan baik.

Kesimpulan yang didapat dari nilai kepentingan konsumen terhadap karakteristik buah-buahan berdasarkan atribut, yaitu nilai rata-rata kepentingan pada pasar modern lebih tinggi daripada pasar tradisional dan dapat diartikan bahwa konsumen buah-buahan lokal pada pasar modern menginginkan kualitas yang lebih tinggi daripada konsumen pada pasar tradisional. Tetapi nilai dari kedua pasar sama-sama mendapat nilai dalam kategori penting.

6.3.2 Analisis Tingkat Keyakinan (bi) Konsumen Terhadap Atribut Buah-buahan Lokal

Tabel 6.15 Nilai sikap Total Konsumen Terhadap Atribut Buah-buahan Lokal (Ao) di Pasar Wilayah Kota Kabupaten Jember

| No | Atribut Buah-buahan | Sikap Total (Ao) | | |
|----|---------------------|-------------------|--------------|-----------|
| | | Pasar Tradisional | Pasar Modern | Rata-rata |
| 1 | Harga | 18,30 | 20,66 | 19,48 |
| 2 | Kesegaran | 19,20 | 18,72 | 18,96 |
| 3 | Kecerahan Warna | 17,13 | 19,93 | 18,53 |
| 4 | Kebersihan Buah | 16,56 | 21,85 | 19,21 |
| 5 | Ketersediaan | 18,67 | 14,25 | 16,46 |
| | Jumlah | 89,86 | 95,41 | 92,64 |
| | Interpretasi | Puas | Puas | Puas |

Sumber: Data Primer, 2022.

Andilla (2011) analisis tingkat keyakinan atribut buah-buahan lokal berguna untuk mengetahui tingkat kinerja atribut dari buah-buahan lokal yang dianggap paling baik hingga tidak baik oleh konsumen buah-buahan lokal.

Dari data Tabel 6.14 diperoleh nilai keyakinan pada atribut kesegaran di pasar tradisional adalah 4,80. Sedangkan pada pasar modern diperoleh nilai atribut kesegaran buah-buahan lokal yaitu 4,90. Data Tabel tersebut menunjukkan bahwa dari nilai atribut kesegaran buah-buahan berbeda dengan nilai (bi) pada Tabel 6.13 dengan nilai kesegaran lebih tinggi dari pasar modern yaitu, 3,98 pada pasar tradisional dan 3,82 pada pasar modern. Perbedaan nilai ini diperoleh karena nilai (bi) ditentukan konsumen sebelum membeli, sedangkan nilai (ei) diperoleh setelah konsumen menilai atribut kesegaran setelah membeli buah-buahan lokal pada pasar tradisional dan pada pasar modern.

Kesimpulan dari nilai rata-rata keyakinan terhadap atribut buah-buahan lokal tidak terdapat perbedaan antar nilai pada pasar tradisional dengan nilai pada pasar modern, yaitu pada pasar tradisional dan pasar modern sama-sama mendapat nilai dengan kategori sangat baik, dari persamaan tersebut diartikan bahwa konsumen pada pasar tradisional dan pasar modern sama-sama yakin terhadap kualitas atribut buah-buahan lokal yang ada.

Sikap total (Ao) didapat dari penjumlahan sikapAo per atribut seperti yang tertera pada Tabel 6.15, dari tabel di atas didapat bahwa Ao per atribut buah-buahan lokal pada pasar tradisional mendapat nilai evaluasi 89,86 dan nilai tersebut sesuai skala interval yang sudah dijelaskan pada Tabel 4.9 mendapat interpretasi Puas. Sedangkan pada pasar modern mendapat nilai evaluasi 95,41 masuk dalam kategori interpretasi Puas. Jadi Ao per atribut buah-buahan lokal pada pasar modern merasa lebih puas daripada konsumen yang berada pada pasar tradisional.

Dari data Tabel 6.15 nilai evaluasi per atribut pada setiap pasar dapat diartikan bahwa konsumen buah-buahan lokal pada pasar modern lebih mengutamakan harga, kecerahan warna buah dan kebersihan buah. Pada pasar tradisional kebanyakan konsumen juga mempertimbangkan atribut buah-buahan lokal seperti harga, kecerahan warna buah dan kebersihan buah meskipun nilainya masih dibawah nilai pada pasar modern, yang membedakan dari nilai evaluasi terhadap atribut buah-buahan lokal berdasarkan ketersediaan adalah nilai pada pasar tradisional mendapat nilai lebih tinggi dari pada nilai atribut berdasarkan ketersediaan pada pasar modern, dan dapat diartikan bahwa konsumen pada pasar tradisional lebih mementingkan ketersediaan buah dari pada konsumen pada pasar modern.

Kesimpulan dari kedua pasar yang ada pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember didapat nilai rata-rata Ao total 92,64 dan masuk dalam interpretasi puas. Hasil Ao total pada penelitian Andilla (2011) didapat bahwa sikap konsumen terhadap atribut buah-buahan di Pasar Modern BSD mendapat nilai dengan interpretasi sangat positif atau sangat puas. Sedangkan hasil sikap total dari penelitian Adilah (2018) didapat bahwa nilai Ab atau Ao total sikap konsumen terhadap atribut buah-buahan di hypermart lombok epicentrum mall kota Mataram mendapat nilai 83,28 dan mendapat interpretasi netral atau cukup puas. Yang menjadi perbedaan nilai sikap Ao total ini adalah sikap konsumen pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember dilakukan pada pasar tradisional dan pada pasar modern yang terdapat pada wilayah kota Kabupaten Jember, sedangkan pada pasar modern BSD dan Hypermart Lombok Epicentrum Mall hanya dilakukan penelitian pada pasar modern saja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : (1) Karakteristik konsumen yang membeli buah-buahan local di pasar wilayah kota Kabupaten Jember adalah :a) Berdasarkan jenis kelamin mayoritas berjenis kelamin perempuan; b) Berdasarkan usia di pasar tradisional dominan adalah usia 25-34 tahun, sedangkan di pasar modern dominan adalah usia 15-34 tahun; c) Berdasarkan jumlah anggota keluarga memiliki 3 anggota keluarga; d) Berdasarkan Pendidikan Kabupaten Jember dapat disimpulkan bahwasannya tingkat pendidikan formal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berfikir kearah yang lebih baik dan rasional. Jadi konsumen membeli buah-buahan lokal sesuai dengan yang dibutuhkan tanpa melihat tempat dalam membeli buah-buahan lokal; e) Berdasarkan pendapatan bahwa konsumen pada pasar modern didominasi oleh konsumen dengan nilai pendapatan <Rp. 500.000, karena kebanyakan konsumen pada pasar ini masih pelajar/mahasiswa, sedangkan pada pasar tradisional didominasi oleh konsumen dengan nilai pendapatan Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000; (2) Proses pengambilan keputusan pembelian buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember ada beberapa tahap, yaitu: a) Pengenalan kebutuhan mengenai motivasi

konsumen dalam membeli buah-buahan yakni karena konsumsi buah aman bagi kesehatan. Manfaat yang diharapkan konsumen setelah mengkonsumsi buah-buahan lokal pada pasar tradisional untuk mewujudkan gaya hidup sehat sedangkan pada pasar modern sebagai pemenuhan gizi, b) Pencarian informasi buah-buahan lokal yang akan dibeli mayoritas berasal dari informasi keluarga baik dari pasar tradisional maupun modern, c) Evaluasi alternative konsumen setelah mengkonsumsi buah-buahan local mempertimbangkan manfaat setelah mengkonsumsi buah- buahan local baik di pasar tradisional maupun pasar modern, d) Keputusan pembelian buah- buahan lokal di pasar wilayah kota Kabupaten Jember mayoritas menjawab terencana dalam membeli buah-buahan lokal baik di pasar tradisional maupun pasar modern, e) Sikap pasca pembelian konsumen buah-buahan lokal pada pasar tradisional mengatakan puas, sedangkan pada pasar modern konsumen mengatakan sangat puas; (3) Berdasarkan analisis multi atribut Fishbein terhadap buah-buahan lokal, maka dalam membeli buah-buahan lokal konsumen akan melihat atribut buah-buahan seperti, harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan buah, dan ketersediaan. Berdasarkan data Ao total didapat bahwa konsumen buah-buahan lokal pada pasar tradisional mendapat interpretasi puas dengan nilai 89,86, sedangkan pada pasar modern mendapat interpretasi puas dengan nilai 95,41. Sikap Ao total konsumen buah-buahan lokal di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember mendapat nilai interpretasi puas dengan nilai 92,64 dari nilai maksimum 125.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Diharapkan kepada konsumen agar dapat mempertahankan pertimbangan keputusan yang sudah ada dalam melakukan pembelian buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember; (2) Dengan penelitian ini diharapkan pedagang dapat menjaga dan meningkatkan kualitas atribut buah-buahan yang sudah ada sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dalam berbelanja buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, S. 2018. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Sayuran Segar di Hypermart Lombok Epicentrum Mall Mataram*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram. Mataram.
- Andilla, Y. 2011. *Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Buah Segar Di Pasar Modern Bumi Serpong Damai Tangerang Selatan*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- BPS Jember, 2020. *Kabupaten Jember Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.
- Jember.
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.