

**RESPON PETANI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PISANG (*Musa parasidica* L.) DI PASAR  
TRADISIONAL KABUPATEN LUMAJANG  
FARMER RESPONSE TO CONSUMER BEHAVIOR OF BANANA (*Musa parasidica* L.) IN  
TRADISIONAL MARKET LUMAJANG REGENCY**

**Inggit Dwi Hermawan<sup>1</sup>, Syamsul Hadi<sup>2</sup>, Nurul Fathiyah Fauzi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Alumni Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UM Jember

<sup>2</sup>Dosen Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UM Jember

email: [hermawandwiingggit@gmail.com](mailto:hermawandwiingggit@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Respon petani merupakan sikap petani ketika telah mengetahui dan memahami penilaian konsumen terhadap pembelian, dan kepuasan dalam mengkonsumsi pisang. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui perilaku konsumen dalam membeli pisang, (2) mengetahui respon petani terhadap perilaku konsumen, dan (3) mengetahui strategi petani dalam meningkatkan permintaan pisang. Penelitian menggunakan metode deskriptif, kuantitatif, dan survei dengan pemilihan daerah dilakukan secara sengaja (purposive method), terpilih Kecamatan Senduro, Pasrujambe, dan Tempursari Kabupaten Lumajang. Dengan pertimbangan bahwa di tiga kecamatan tersebut merupakan penghasil pisang tertinggi, sedang, dan rendah. Pengambilan sampel dilakukan secara proportionate stratified random sampling sebanyak 53 responden petani, convenience sampling sebanyak 30 konsumen dan empat responden expert yang terdiri satu konsumen, dua petani dan instansi, yaitu Dinas Pertanian Kabupaten Lumajang. Metode analisis data menggunakan analisis model Fishbein, analisis deskriptif pendekatan skala likert dan analisis Force Field Analysis (FFA). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: (1) hasil analisis Fishbein perilaku konsumen dalam membeli pisang menunjukkan skor (4) kemungkinan iya akan membeli pisang kembali (2) hasil analisis deskriptif pendekatan skala likert tergolong sangat kuat dengan nilai skor 67,08 dari skor maksimal 75. (3) strategi petani dalam meningkatkan permintaan pisang yakni a) mengatur waktu tanam pada bulan yang berbeda. (b) menanam berbagai jenis pisang sebagai upaya untuk memenuhi berbagai macam selera konsumen. (c) mengikuti penyuluhan dari PPL. (d) memanfaatkan agropolitan sebagai sarana pemasaran.*

Kata kunci: pisang, perilaku konsumen, respon petani dan strategi permintaan

**ABSTRACT**

*The farmer's response is farmer attitude when they know and understand consumer's assessment of the purchase and satisfaction in consuming bananas. This study aimed to: (1) determine consumer behavior in buying bananas, (2) determine the response of farmers on consumer behavior, and (3) determine farmers' strategies in increasing banana demand. This research used descriptive, quantitative, and survey methods with the selection of the regions by purposive method, which the districts of Senduro, Pasrujambe, and Tempursari, Lumajang Regency were selected. the consideration was that they were the highest, medium, and the lowest banana producers. Sampling was done by proportionate stratified random sampling as many as 53 farmer respondents, convenience sampling was 30 consumers and there were four expert respondents consisting of one consumer, two farmers and Lumajang Agriculture Department. Methods of data were analyzed using Fishbein model analysis, descriptive analysis of Likert scale approach and analysis of Force Field Analysis (FFA). The results of the study concluded that: (1) the results of the Fishbein analysis of consumer behavior in buying bananas showed a score (4) the possibility of yes to buying bananas again (2) the descriptive analysis results of the Likert scale approach were classified as very strong with a score of 67.08 from a maximum score of 75. (3) the farmers' strategy in increasing the demand for bananas, namely a) regulating planting times in different months. (b) planting various types of bananas in an effort to meet various consumer tastes. (c) follow counseling from PPL. (d) utilize agropolitan as a marketing medium.*

Key words : banana, consumer behavior, Demand Strategy, and farmer respon

## PENDAHULUAN

Tanaman pisang merupakan tanaman asli Asia Tenggara, bahkan dari beberapa literatur menyebutkan bahwa pisang adalah tanaman asli dari Indonesia. Kuswanto (2003), menyebutkan bahwa pisang adalah tanaman asli Indonesia. Pisang merupakan salah satu komoditi hortikultura yang disukai oleh penduduk Indonesia, hampir disemua daerah memiliki tanaman pisang dengan spesifikasi tersendiri. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya berbagai jenis pisang di hutan asli pulau yang ada di seluruh Indonesia, di mana hal ini di buktikan oleh konsumsi pisang yang mengalami peningkatan. Berdasarkan Pusat Data dan Susenas Pusdatin (2017), rata-rata pertumbuhan produksi pisang di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup positif yaitu 1,38%, pada tahun 2014-2016 pertumbuhan konsumsi pisang di Indonesia terus mengalami peningkatan dengan rata-rata 2,67%.

Sejak dahulu kala pisang telah populer di semua lapisan masyarakat Indonesia. Selain tumbuh sebagai tanaman liar, tanaman pisang juga banyak dibudidayakan. Pada hakekatnya, tanaman pisang diklasifikasikan dalam berbagai jenis. Jenis pisang tersebut memiliki nama tersendiri berdasarkan kekhasan masing-masing. Jenis pisang yang telah familiar seperti pisang ambon, pisang nangka, pisang mas, pisang klutuk, pisang tanduk, pisang hias, pisang kepok dan lain-lainnya. Berbagai pisang tumbuh di Indonesia, ada pisang konsumsi yang bisa langsung dimakan, pisang yang harus diolah terlebih dahulu sebelum dikonsumsi, pisang berbiji, pisang serat, ada pula tanaman pisang yang hanya dijadikan hiasan di pekarangan rumah. Semua tanaman pisang tersebut dapat tumbuh subur di Indonesia. Terbukti hampir di setiap tempat dengan mudah ditemukan tanaman pisang, baik yang dipelihara di pekarangan rumah ataupun tumbuh liar di pinggir jalan (Santoso, 1995).

Pisang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan, baik dari kalangan bawah hingga kalangan atas. Selain karena mudah didapat dan harganya terjangkau, buah pisang juga mengandung gizi tinggi, serta banyak mengandung sumber vitamin, mineral dan juga karbohidrat. Bahkan oleh beberapa ahli kesehatan menyarankan untuk mengonsumsi buah ini sebagai makanan diet pengganti karbohidrat, yang biasanya dipenuhi oleh nasi.

Sentra penghasil pisang di Indonesia terletak di beberapa Provinsi, yang dapat tumbuh di berbagai tempat namun Provinsi Jawa Timur, penghasil Pisang terbesar kedua setelah Provinsi Lampung. Produksi pisang di Jawa Timur terus mengalami peningkatan setiap tahunnya pada

periode 2014-2018 dari sebesar 1.337.136 ton menjadi 2.059.922 ton dengan jumlah produksi rata-rata pertahun di Jawa Timur sebesar 1.770.479 ton.

Kabupaten Lumajang merupakan sentral penghasil pisang yang berada di Jawa Timur. Kabupaten Lumajang menempati peringkat keenam penghasil pisang tertinggi setelah Kabupaten Malang, Banyuwangi, Pasuruan, Jember, Bondowoso dengan rata-rata produksi pisang pada tahun 2014-2018 di Kabupaten Lumajang sebesar 512.991,16 ton, sedangkan produksi tertinggi di Jawa Timur terdapat pada Kabupaten Malang sebesar 3.890.993,94 ton.

Tantangan peningkatan produksi pisang di Kabupaten Lumajang sangat bergantung pada konsumen. Peran konsumen dalam pembelian pisang di Kabupaten Lumajang. Semakin meningkatnya pembelian maka semakin tinggi pula semangat untuk memproduksi pisang. Oleh karena itu selain memproduksi pisang, para petani juga harus memahami perilaku konsumen dan memahami keinginan konsumen. Penilaian konsumen terhadap pisang harus di respon dengan baik oleh petani. Respon adalah Setiap tingkah laku yang pada hakekatnya merupakan tanggapan atau stimulus. Respon juga suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut.

Dalam memahami perilaku konsumen buah-buahan merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis. Informasi ini diperlukan sebagai bahan masukan untuk merencanakan dan mengembangkan produk dan memasarkan buah-buahan dengan baik (Sudiyarto, 2007). Memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen akan permintaan komoditi yang mereka usahakan, maka masalah kegagalan pasar atau anjloknya harga dapat di minimalisir. Perilaku konsumen seringkali dieksplorasi secara ekstensif untuk memperoleh pemahaman tentang faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan sikap konsumen, yang pada dasarnya sangat berguna pada persepsi konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Respon petani dan perilaku konsumen memiliki hubungan yang sangat penting. Respon petani berguna merupakan sikap dari petani ketika telah mengetahui dan memahami hasil dari penilaian konsumen terhadap pembelian, dan kepuasan dalam mengonsumsi pisang. Respon petani terhadap perilaku konsumen akan memberikan pengaruh terhadap produksi pisang di Kabupaten Lumajang. Lewat penelitian ini di harapkan perilaku konsumen yang telah diketahui

oleh produsen pisang dapat memberikan masukan bagaimana seorang produsen harus bersikap sebagai bentuk respon terhadap perilaku konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membeli pisang (2) Untuk mengetahui respon petani terhadap perilaku konsumen dan (3) Untuk menyusun strategi petani dalam meningkatkan permintaan pisang.

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode deskriptif, kuantitatif dan survei. Metode deskriptif digunakan untuk melihat respon petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang dengan menggunakan pendekatan skala likert,

Metode kuantitatif merupakan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas (Sugiyono, 2012). Sedangkan metode survey pada umumnya merupakan cara pengumpulan data dari sejumlah unit atau individu dalam jangka waktu tertentu secara bersama. Metode survey dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada responden.

### Penentuan Lokasi Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Lumajang merupakan daerah penghasil pisang keenam terbesar di Jawa Timur. Selanjutnya, lokasi penelitian ini ditetapkan di Kecamatan Senduro, Tempursari dan Tempursari. Pemilihan daerah penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa, ketiga kecamatan tersebut merupakan penghasil pisang tertinggi, Sedang, dan terendah di Kabupaten Lumajang.

### Metode Pengambilan Sampel

Jumlah keseluruhan responden pada penelitian sebanyak 87 orang, terdiri dari tiga macam responden, yaitu : 1. Petani yang berusaha tani pisang di Kabupaten Lumajang. Pengambilan sampel petani pisang ditentukan sebanyak 53 orang. (2). Sampel konsumen pisang sebanyak 30 responden. (3). Sampel expert untuk menentukan strategi petani dalam meningkatkan permintaan pisang di Kabupaten Lumajang sebanyak empat responden yang terdiri dari, dua orang petani, satu konsumen dan sebuah instansi yaitu: Dinas Pertanian di Kabupaten Lumajang.

Penentuan jumlah sampel dari populasi berdasarkan rumus Slovin Stratifikasi yang dilakukan berdasarkan rata-rata produksi pisang dari tahun 2015 - 2018 di Kecamatan Senduro,

Pasrujambe, dan Tempursari, Hal ini dipertimbangkan karena data populasi petani sampling tidak tersedia di instansi terkait. Diasumsikan bahwa rata-rata produksi sama dengan jumlah populasi tiga kecamatan yang ada di Kabupaten Lumajang.

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survey dan wawancara langsung kepada sejumlah petani pisang di lokasi penelitian dengan menggunakan kuisioner yang terstruktur. Data primer ini diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan, sesuai dengan penelitian. Sementara, untuk menunjang kelengkapan data penelitian maka digunakan pula data sekunder. Data sekunder dikumpulkan dari instansi yang terkait yaitu Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, Pusat Data dan Informasi, Dinas Pertanian Lumajang serta sumber lain yang sesuai dengan penelitian ini.

### Metode Analisis Data

#### 1. Analisis Sikap (Ab)

Menurut Umar dalam penelitian Adilah (2017) untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen (Ab) terhadap atribut pisang di pasar tradisional dan modern dalam menentukan perilaku konsumen untuk membeli, digunakan analisis model Fishbein sebagai berikut:

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

Dimana:

$$b_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(x_i)}{n} \text{ dan } e_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(y_i)}{n}$$

Keterangan:

- Ab = Sikap total individu terhadap atribut pisang di Pasar wilayah
- bi = Kekuatan keyakinan konsumen terhadap atribut pisang di Pasar Tradisional (Skor: 1, 2,3, 4 dan 5)
- ei = Evaluasi terhadap atribut di Pasar wilayah Kota (Skor: 1, 2, 3, 4 dan 5)
- ri = Bobot skor ke - i
- f(xi) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke = i untuk variabel keyakinan (bi)
- f(yi) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke = i untuk variabel evaluasi (ei)

#### Analisis Norma Subyektif (SN)

Menurut Umar dalam Adilah (2017) untuk mengetahui pengaruh norma subyektif (SN) yang timbul dari referen (teman dan keluarga)

berdampak terhadap perilaku pembelian konsumen terhadap pisang di pasar tradisional menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SN = \sum_{j=1}^n NB_j MC_j$$

Dimana:

$$NB_j = \frac{\sum_{j=1}^n r_{jf}(x_j)}{n} \text{ dan } MC_j = \frac{\sum_{j=1}^n r_{jf}(y_j)}{n}$$

Keterangan:

- SN = Norma Subyektif  
 NB<sub>j</sub> = Keyakinan normatif individu (Skor: 1, 2, 3, 4, 5)  
 MC<sub>j</sub> = Motivasi dari referen (Skor: 1, 2, 3, 4, 5)  
 r<sub>j</sub> = Bobot skor ke - j  
 f(x<sub>j</sub>) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke - j untuk variabel keyakinan normatif (NB<sub>j</sub>)  
 f(y<sub>j</sub>) = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke - J untuk variabel Motivasi (MC<sub>j</sub>)

#### Analisis Perilaku Konsumen

Berdasarkan sikap konsumen dan norma subyektif konsumen, digunakan persamaan sebagai berikut (Umar dalam Danang Sunyonto, 2014):

$$B \sim BI = W_1(Ab) + W_2(SN)$$

Dimana:

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

$$SN = \sum_{j=1}^n NB_j MC_j$$

$$W_1 = \frac{GMAb}{GMAb + GMSN}$$

$$W_2 = \frac{GMSN}{GMAb + GMSN}$$

Keterangan:

- B = Perilaku konsumen  
 BI = Maksud Perilaku  
 Ab = Sikap total terhadap atribut pisang  
 SN = Norma Subyektif terhadap Atribut pisang  
 GMAb = Hasil perhitungan dari  $\sum b_i + \sum e_i$  dibagi jumlah atribut  
 GMSN = Hasil perhitungan dari  $\sum NB_j + \sum MC_j$  dibagi jumlah referen

W<sub>1</sub>W<sub>2</sub> = Bobot yang ditemukan secara empiris, menggambarkan pengaruh relatif komponen. Jika pengambilan keputusan lebih banyak dilakukan oleh konsumen sendiri, maka nilai W<sub>1</sub> > W<sub>2</sub>. Sebaliknya, jika pengambilan keputusan lebih banyak dilakukan karena pengaruh pihak lain, maka W<sub>1</sub> < W<sub>2</sub>.

#### 2. Analisis teknik Pendekatan Skala Likert

respon petani yang dimaksud adalah sikap petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang atas persepsi, motivasi, pengetahuan, dan sikap, ketrampilan dan partisipasi tentang kondisi obyek perilaku konsumen pisang. Respon petani adalah sebuah reaksi nilai umpan balik dari objek atau suatu yang inderanya sangat beragam bentuk, sifat dan intensitasnya yang secara garis besar dapat digolongkan menjadi dua macam yaitu respon positif dan respon negatif. Respon ini diukur berdasarkan skala ukuran ordinal dengan pendekatan skala likert.

Sebelum menggali informasi data respon petani, terlebih dulu dilakukan identifikasi beberapa variabel perilaku konsumen pada sampel di beberapa lokasi pemasaran produk pisang di lokasi penelitian. Adapun variabel perilaku konsumen dimaksud adalah meliputi: sikap dan tindakan preferensi konsumen terhadap rasa, warna kulit, ukuran pisang, harga, kualitas, jenis pisang serta spesifikasi lainnya seperti manfaat pisang bagi kesehatan tubuh.

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, selanjutnya hasil yang diperoleh atas dasar kuat lemahnya respon petani terhadap usaha tani pisang, maka akan dianalisa lebih lanjut. Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel perilaku konsumen pisang di atas dalam operasionalisasinya semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Skor diatas pilihan jawaban untuk kuisisioner yang diajukan untuk beberapa pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Respon Petani

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SK (Sangat Kuat)	63 – 75
2	K (Kuat)	57 – 62
3	S (Sedang)	39 – 50
4	L (Lemah)	27 – 38
5	SL (Sangat Lemah)	15 – 26

Sumber: Sugiyono (2017)

Hasil yang diperoleh atas dasar kuat lemahnya respon petani terhadap perilaku konsumen pisan, maka akan di analisa lebih lanjut tentang tinggi rendahnya respon petani terhadap perilaku konsumen pisang dengan menggunakan uji proporsi untuk mengetahui seberapa banyak petani yang memiliki respon yang tinggi (kuat s.d. sangat kuat) dan respon rendah (sangat lemah s.d. sedang) dengan rumusan hipotesis sebagai berikut (sudjana, 1992):

Ho :  $P \leq 50\%$

Ha :  $P > 50\%$

Ho : Diduga kurang dari atau sama dengan 50 persen petani memiliki respon yang rendah terhadap perilaku konsumen pisang

Ha : Diduga lebih dari 50 persen petani mempunyai respon yang tinggi terhadap perilaku konsumen pisang

Tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), dimana statistik pengujian adalah:

$$Z_{hit} = \frac{X/n - P_0}{\sqrt{\frac{P_0(1 - P_0)}{n}}}$$

Keterangan:

X = jumlah petani sampel yang mempunyai respon tinggi terhadap perilaku konsumen pisang

n = jumlah keseluruhan petani sampel

Po = 50%

Kriteria keputusan atas pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

Z hit > Z tabel : Ho ditolak, Ha diterima

Z hit < Z tabel : Ho diterima, Ha ditolak

### 3. Analisis Force Field Analysis (FFA)

Menurut sianir dan Etang (2003) bahwa analisis medan kekuatan adalah salah satu alat yang tepat digunakan dalam merencanakan perubahan. Tahapan-tahapan *Force Field Analysis*, yaitu:

Identifikasi Faktor Pendorong dan Penghambat Faktor pendorong dan penghambat bersumber dari internal dan eksternal. Identifikasi faktor pendorong merupakan perpaduan antara *strengths* dan *opportunities* sedangkan faktor penghambat merupakan perpaduan antara *weakness* dan *threats*.

Aspek yang dinilai :

Menentukan faktor keberhasilan sebagai faktor-faktor strategis atau faktor kunci keberhasilan, maka perlu dilakukan penilaian terhadap setiap faktor yang teridentifikasi. Aspek yang dinilai dari setiap faktor adalah :

I. Urgensi faktor terhadap tujuan, terdiri dari Nilai Urgensi (NU) dan Bobot Faktor (BF).

II. Dukungan faktor terhadap tujuan, terdiri dari Nilai Dukungan (ND) dan Nilai Bobot Dukungan (NBD).

III. Keterkaitan antara faktor terhadap tujuan, terdiri dari Nilai Keterkaitan (NK), Nilai Rata-rata Keterkaitan (NRK), dan Nilai Bobot Keterkaitan (NBK).

Penilaian NU, ND, dan NK menggunakan skala nilai antara 1-5 dimana:

- Angka 5 artinya, sangat tinggi nilai urgensinya
- Angka 4 artinya, tinggi nilai urgensinya
- Angka 3 artinya, cukup tinggi nilai urgensinya
- Angka 2 artinya, kurang nilai urgensinya
- Angka 1 artinya, sangat kurang nilai urgensinya

Tabel 2. Tingkat Urgensi Antar Faktor Pendorong

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi Faktor				Nilai Urgensi (NU)
		D1	D2	D3	D4	
1	D1	X				
2	D2		X			
3	D3			X		
4	D4				X	
Total Nilai Urgensi (TNU).....=						

Sumber: Arum (2018).

Untuk penentuan nilai aspek urgensi (NU) pada

faktor penghambat maka dapat didesain suatu format komparasi

Tabel.3 Evaluasi Faktor Pendorong dan Penghambat

No	Faktor Pendorong dan penghambat	NU	BF(%)	ND	NBD	NK													
						D1	D2	D...	H1	H2	H..	NRK	NBK	TNB	FKK				
	D1																		
	D2																		
	D..																		
	H1																		
	H2																		
	H..																		

Sumber: Sianipar dan Etang, (2003).

Nilai NBD diperoleh dari:  $ND \times BF$   
 Nilai NRK diperoleh dari:  $TNK/(N-1)$ , dimana TNK, yakni jumlah nilai dari keterkaitan satu faktor dan N yakni jumlah faktor pendorong dan penghambat yang dinilai  
 Nilai NBK diperoleh dari:  $NRK \times BF$   
 Nilai TNB diperoleh dari:  $NBD \times NBK$

Untuk melakukan penilaian terhadap faktor pendorong dan penghambat maka digunakan faktor kunci keberhasilan (FKK). FFK merupakan faktor-faktor kunci Strategis. Faktor kunci keberhasilan pendorong dipilih dari kategori *strengths* 2 faktor, dari kategori *opportunities* 2 faktor dan dari faktor penghambat

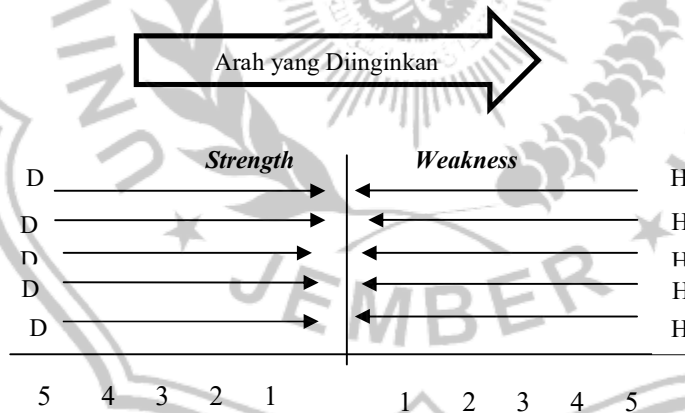
kategori weaknesses 2 faktor, dari katerogi threats

2 faktor. Cara menentukan FKK sebagai berikut:

- Dipilih berdasarkan TNB yang terbesar
- Jika TNB sama maka dipilih BF terbesar
- Jika BF sama maka dipilih NBD terbesar
- Jika NBD sama maka dipilih NBK terbesar
- Jika NBK sama maka dipilih berdasarkan pengalaman dan rasionalitas.

Diagram medan kekuatan

Berdasarkan besarnya TNB tiap faktor pendorong dan penghambat dapat digambarkan dalam suatu diagram medan kekuatan sebagai berikut:



Gambar. 1 Diagram Medan Kekuatan

Keterangan Gambar:

- D = Dorongan
- H = Hambatan

Diagram medan kekuatan diatas dapat menjelaskan jumlah seluruh TNB pendorong  $= \dots > \dots$ . Jumlah seluruh TNB penghambat. Kalau TNB pendorong lebih besar dari pada TNB penghambat berarti organisasi memiliki keunggulan meningkat kinerja dan bila lebih kecil sebaliknya yang terjadi panjang anak panah disesuaikan dengan besarnya TNB tiap

faktor.

Penyusunan strategi yang paling efektif adalah menghilangkan, atau minimalasi hambatan kunci kea arah kinerja yang akan dicapai. Pendekatan demikian merupakan strategis fokus. Artinya kekuatan kunci yang di pilih di fokuskan ke arah kinerja yang telah ditetapkan. Faktor kunci pendorong yang terpilih masalahnya 2 dari

*strengths* 2 dari *opportunities* di fokuskan secara merata ke arah kinerja yang akan dicapai. Demikian penghambat kunci yang terpilih 2 dari *weakness*, *threats* perbaikannya diarahkan dalam mendukung pencapaian kinerja yang diinginkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Perilaku Konsumen Pisang di Pasar Tradisional Kabupaten Lumajang

Model perilaku konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis perilaku menggunakan TRA (*The Theory of Reasoned-Action*) yang merupakan bagian dari model sikap

multiatribut Fishbein. Model TRA menerangkan bahwa perilaku di pengaruhi oleh minat berperilaku. Minat berperilaku terdiri dari komponen sikap (Ab) dan norma subyektif (SN). Selanjutnya, sikap (Ab) diperoleh dari dua variabel, yaitu keyakinan yang dipegang oleh konsumen (bi) dan evaluasi tentang akibat dari keyakinan (ei) dengan atribut. Norma subyektif juga diperoleh dari dua variabel, yaitu keyakinan normative konsumen terhadap referen (NBj) dan motivasi konsumen untuk menuruti pengaruh referen (MCj), serta perhitungan bobot empiris W1 untuk sikap dan W2 untuk norma subyektif yang merupakan pengaruh relatif komponen

Tabel 4. Hasil Perhitungan Perilaku Konsumen Pisang di Pasar Tradisional Kabupaten Lumajang.

No	Komponen	Pasar Tradisional	
		Nilai	Interval Skor
1	Perilaku Konsumen	4	Kemungkinan iya
2	Sikap (Ab)	87,64	Positif
	· Keyakinan (bi)	4,23	Sangat Positif
	· Evaluasi (ei)	4,07	Positif
3	Norma Subyektif (SN)	28,74	Netral
	· Keyakinan Normatif (NBj)	3,80	Positif
	· Motivasi Mengikuti (MCj)	3,62	Positif
4	Bobot Empiris		
	• Bobot Empiris Sikap (W1)	0,53	
	• Bobot Empiris Norma Subyektif (W2)	0,47	

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan data diatas hasil perhitungan perilaku konsumen pisang menunjukkan bahwa di pasar tradisioal secara parsial perilaku konsumen memiliki nilai 4 dengan interval skor **kemungkinan iya**, sedangkan pada sikap (Ab) memiliki nilai 87,64 dengan skala interval skor **positif**, dengan keyakinan sebesar 4,23 dengan interval skor **sangat positif** dan evaluasi ei sebesar 4,07 dengan interval skor **positif**. Sedangkan pada norma subyektif (SN) memiliki nilai 28,74 dengan interval skor **netral**, dengan keyakinan normatif (NBj) sebesar 3,80 dengan interval skor **positif** dan motivasi mengikuti (MCj) sebesar 3,62 dengan interval skor **positif**. Di pasar tradisional nilai W1 dan W2 sebesar 0,53 dan 0,47 diperoleh dari hasil perhitungan bobot empiris GMAb dan GMSN, maka hal tersebut menunjukkan bahwa pembelian perilaku konsumen di pasar tradisional di dominasi oleh diri sendiri dibandingkan orang lain, penjelasan tersebut dapat dilihat dari nilai W1 lebih besar

dibandingkan dengan W2.

### 2. Analisis Skoring Tingkat Respon Petani Terhadap Perilaku Konsumen Pisang di Kabupaten Lumajang.

Menggambarkan bahwa rata-rata petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang **tergolong sangat kuat** dengan nilai skor 67,08 dari skor total maksimal 75. Nilai skor yang di dapat adalah hasil dari penjumlahan skor dari 4 indikator yaitu Presepsi, Motivasi, Pengetahuan, dan Sikap Indikator ini di beri nilai 5-1 disetiap pernyataan. Dari nilai tersebut maka di jumlah untuk mengetahui hasil respon petani dari setiap indikator kemudian di jumlah dan dicari rata-rata per indikator kemudian di jumlah rata-rata keseluruhan indikator untuk mengetahui respon petani.

Tabel 5. Tingkat Respon Petani Terhadap Perilaku Konsumen Pisang di Kabupaten Lumajang

Indikator	Skor	Frekuensi					Jumlah Responden
		Sangat Kuat	Kuat	Cukup	Lemah	Sangat Lemah	
Persepsi	21,38	40	13				53
Motivasi	8,79	44	9				53
Pengetahuan	23,51	41	12				53
Sikap	13,40	38	15				53
Jumlah	67,08						

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini berguna untuk memahami tingkat respon petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang. Dari data Tabel. 7 menunjukkan indikator secara menyeluruh tingkat respon petani.

#### 2. Presepsi

Presepsi adalah tindakan menyusun, mengenali dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Indikator presepsi sangat kuat dikarenakan para petani memiliki banyak pengalaman di dunia usaha tani pisang sehingga sangat mengenali dan memahami keinginan konsumen dan memberikan respon yang baik terhadap keinginan konsumen pisang. Pada data di atas (Tabel. 7) menunjukkan bahwa tingkat skor pada indikator presepsi adalah 21,38 tergolong respon **sangat kuat** dengan frekuensi presepsi sebanyak 40 responden petani sangat kuat dan 13 responden petani kuat.

#### 3. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan khendek yang menyebabkan seseorang melakukan sesuatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada data diatas (Tabel. 7) menunjukkan bahwa tingkat skor pada indikator motivasi adalah 8,79 tergolong respon **kuat** dengan frekuensi motivasi sebanyak 44 responden petani sangat kuat dan 9 responden petani kuat. Indikator motivasi kuat dikarenakan para petani responden telah memiliki kesadaran diri akan pentingnya peran konsumen dalam berusaha tani pisang. Pentingnya memahami perilaku konsumen telah mereka lakukan, karena mereka sadar bahwa dengan memahami perilaku konsumen akan memberikan dampak yang baik terhadap usaha tani pisang yang mereka tekuni/miliki. Namun ada juga petani yang kurang memahami tentang perilaku konsumen, mereka hanya sekedar mengikuti petani lain dan ada juga yang bergantung pada tengkulak untuk mengerti apa yang diinginkan konsumen tanpa memahami sendiri.

#### 4. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat

yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pada data di atas (Tabel. 7) menunjukkan bahwa tingkat skor pada indikator pengetahuan adalah 23,51 tergolong respon **sangat kuat** dengan frekuensi pengetahuan sebanyak 41 responden petani sangat kuat, 12 responden petani kuat. Indikator pengetahuan sangat kuat dikarenakan tingkat pendidikan formal petani rata-rata adalah SMA dan S1 (Tabel 7). Tingkat pendidikan yang baik memberikan petani pengetahuan yang baik dalam memahami perilaku konsumen. Selain dari pengetahuan pendidikan formal, ada pula pengetahuan pendidikan non formal seperti penyuluhan. Penyuluhan yang diikuti petani dapat memberikan ilmu bagaimana seorang petani memahami tentang cara berusahatani pisang, cara pemilihan bibit, penanaman, perawatan, pemanenan, pemasaran, kebijakan pemerintah dan konsumen untuk kelancaran usahatani pisang.

#### 5. Sikap, keterampilan dan partisipasi

Sikap secara umum adalah suatu pikiran, kecenderungan dan perasaan seseorang untuk mengenal aspek-aspek tertentu pada lingkungan yang sering bersifat permanen karena sulit untuk diubah. Pada data di atas (Tabel.7) menunjukkan bahwa tingkat skor pada indikator sikap adalah 13,40 tergolong respon **kuat** dengan frekuensi 38 responden petani sangat kuat, 15 responden petani kuat. Indikator sikap sangat kuat dikarenakan pengalaman berani dari responden yang rata-rata 7-9 tahun. Membuat petani berpengalaman dalam menyingkapi perilaku konsumen. Keterampilan yang dimiliki selama 7-9 tahun bertani sudah sangat cukup dalam memahami perilaku para konsumen pasar di Kabupaten Lumajang. Partisipasi para petani pun juga cukup baik dalam mengikuti penyuluhan dan berbagai kegiatan yang diselenggarakan Dinas Pertanian Lumajang yang ditunjukkan untuk para petani pisang.

Setelah mengetahui tingkat respon petani terhadap perilaku konsumen pisang berdasarkan tabel di atas (Tabel. 7) didapatkan jumlah rata-rata respon yaitu 67,08. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat respon petani terhadap perilaku konsumen **sangat kuat**. Selanjutnya akan dilakukan uji proporsi untuk mengetahui seberapa



banyak petani yang memiliki respon yang tinggi (kuat s.d sangat kuat) dan respon rendah (sangat lemah s.d sedang).

6. Uji Proporsi

$$Z_{hit} = \frac{53/53 - 0,5}{\sqrt{\frac{0,5(1-0,5)}{53}}}$$

$$Z_{hit} = \frac{0,5}{0,06868} = 7,280110$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai Z hitung 7,280, nilai Z tabel ( $\alpha/2 = 0,977$ ). Berdasarkan hasil tersebut maka Z hitung lebih besar dari pada Z tabel yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa nyata secara statistik pada taraf uji 5%, lebih dari 50% petani mempunyai respon yang tinggi terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang pada kenyataannya seluruh petani responden (100%) mempunyai tingkat respon yang tinggi.

Dari analisis skoring diketahui bahwa tingkat respon petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang adalah 67,08 yang berarti tingkat respon petani sangat kuat. Dari uji proporsi diketahui pula bahwa lebih dari 50% petani mempunyai respon yang tinggi terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang. Kedua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh respon petani (100%) pisang di Kabupaten Lumajang telah memiliki respon yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen di Kabupaten Lumajang seluruh responden petani telah memiliki pendidikan yang baik, pengalaman bertani yang cukup dan sangat memahami perilaku-perilaku konsumen, karena menganggap bahwa konsumen

sangat penting untuk kelangsungan dan kesejahteraan usahatani pisang di Kabupaten Lumajang.

3. Strategi dalam Meningkatkan Permintaan Pisang

Strategi petani dalam meningkatkan permintaan pisang di Kabupaten Lumajang dapat diartikan sebagai metode atau rencana yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan dalam jangka panjang. Manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian yang dituju, dalam berusaha untuk meningkatkan pendapatan usahatani pisang di Kabupaten Lumajang diperlukan berbagai strategi yang tepat.

Penentuan strategi yang tepat dapat diperoleh dari hasil analisis FFA (*Force Field Analysis*). Menurut Sianipar dan Etang (2003), strategi yang paling efektif adalah menghilangkan atau meminimalisasi hambatan dari kunci dan optimalisasi, atau mobilisasi pendorong kunci kearah kinerja yang akan dicapai. Pendekatan demikian merupakan strategi fokus. Artinya kekuatan kunci yang dipilih difokuskan kearah kinerja yang telah ditetapkan, faktor kunci pendorong yang telah terpilih di fokuskan secara merata kearah kinerja yang akan di capai. Demikian penghambat kunci yang terpilih perbaikannya diarahkan dalam mendukung pencapaian kinerja yang diinginkan, dalam penyusunan ke arah pengoptimalisasian pendorong kunci dan arah perbaikan penghambat kunci kearah kinerja yang akan dicapai agar diperhatikan kecocokannya dengan kinerja yang dicapai. Kalau tidak ada kesesuaian sebaiknya dikaji ulang ketetapan pemilihan FKK. Dengan cara demikian akan terjadi strategi antara satu pendorong kunci dan penghambat kunci dalam mencapai kinerja.

Tabel 6. Faktor pendorong dan penghambat strategi permintaan pisang di Kabupaten Lumajang.

No	Faktor Pendorong	No	Faktor Penghambat
<i>Strength (Kekuatan)</i>		<i>Weakness (Kelemahan)</i>	
D1	Kandungan vitamin buah pisang yang baik untuk kesehatan	H1	Masa panen buah pisang yang relatif lama
D2	Harga yang relatif terjangkau/murah	H2	Pendapatan yang rendah
D3	Berbagai jenis pisang yang di tawarkan	H3	Banyaknya pilihan buah-buah lain (Apel, Jeruk, Mangga, melon, dll)
D4	Banyaknya penjual buah pisang sehingga mudah di dapat.		
No	Faktor Pendorong	No	Faktor Penghambat
<i>Opportunities (Peluang)</i>		<i>Threat (Ancaman)</i>	
D5	Pasar terbuka luas	H4	Menurunnya permintaan pisang
D6	Adanya agroindustri pengolahan pisang	H5	Gagal Panen

- Terdapat PPL yang membina petani pisang sehingga kualitas produksi dapat dikontrol
- D7 Jaringan Pemasarn yang luas dan D8 promosi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Dari beberapa faktor pendorong dan pendapat yang ada maka dapat dicari beberapa faktor pendorong dan penghambat sebagai kendala dan peluang dalam upaya pengembangan strategi permintaan pisang di Kabupaten Lumajang. Untuk mengetahui strategi permintaan

di Kabupaten Luamajang dapat menggunakan analisis FFA (*Force Field Analysis*). Dari beberapa responden yang sudah ditentukan dapat dilihat untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat yang akan disajikan sebagai berikut:

Tabel 7. Identifikasi Faktor Pendorong dan Penghambat strategi Permintaan Pisang di Kabpten Lumajang

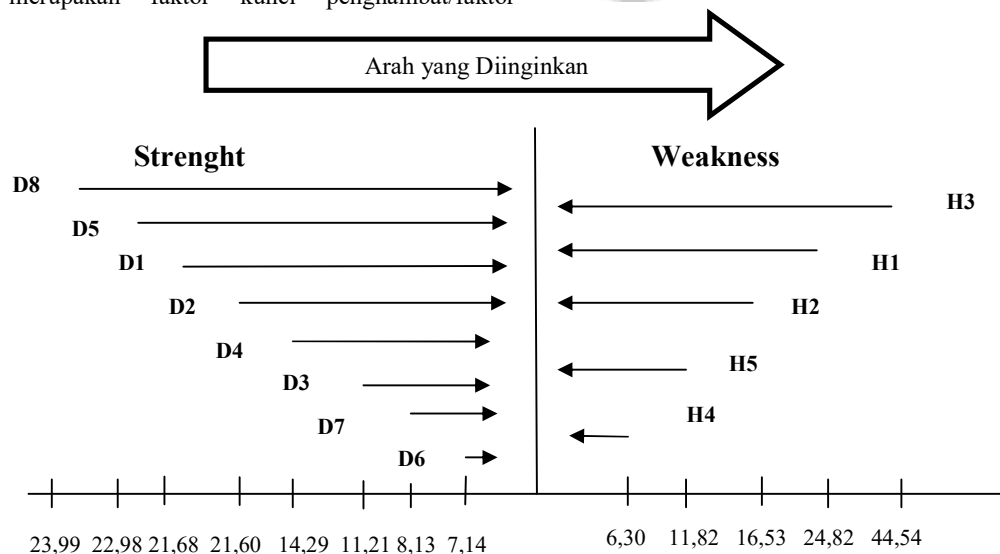
No	Faktotor Pendorong	TNB	No	Faktor Penghambat	TNB
<i>Strengths</i>			<i>Weakness</i>		
D1	Kandungan vitamin buah pisang yang baik untuk kesehatan	21,68	H1	Masa panen buah pisang yang relatif lama	24,82*
D2	Harga yang relatif terjangkau	21,60	H2	Pendapatan yang rendah	16,53
D3	Berbagai jenis pisang tang ditawarkan	11,21	H3	Banyaknya pilihan buah-buah lain (Apel, Jeruk, Mangga, Melon, dll)	44,54*
D4	Banyaknya penjual buah pisang, sehingga mudah didapat	14,29			
<b>Total Strengths</b>		<b>68,78</b>	<b>Total Weakness</b>		<b>85,89</b>
<i>Oppotunities</i>			<i>Threaths</i>		
D5	Pasar terbuka luas	22,98*	H4	Menurunnya permintaan pisang	6,30
D6	Adanya agroindustri pengolahan pisang	7,14	H5	Gagal panen	11,82
D7	Terdapat PPL yang membina petani pisang sehingga kualitas produksi dapat dikontrol	8,13			
D8	Jaringan Pemasaran yang luas dan Promosi.	23,94*			
<b>Total Oppotunities</b>		<b>23,94</b>	<b>Total Threaths</b>		<b>18,12</b>
<b>Total Faktor Pendorong</b>		<b>92,72</b>	<b>Total Faktor Penghambat</b>		<b>104,01</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Keterangan: \*) Faktor Utama Peluang dan Penghambat dalam Meningkatkan Permintaan Pisang kendala utama dari strategi permintaan pisang di Kabupaten Lumajang.

Dari hasil perhitungan analisis FFA faktor pendorong dan penghabat dalam strategi permintaan pisang di Kabupaten Lumajang untuk D5 dan D8 merupakan faktor pendorong/faktor peluang utama sedangkan faktor H1 dan H3 merupakan faktor kunci penghambat/faktor

Berdasarkan besarnya TNB tiap faktor pendorong dan penghambat dapat digambarkan dalam suatu diagram medan kekuatan sebagai berikut:



## Gambar. 2 Diagram Medan Kekuatan

Keterangan Gambar:

D = Dorongan

H = Hambatan

Total TNB faktor pendorong sebesar 92,72 sedangkan total total TNB faktor penghambat sebesar 104,01. Hal ini menunjukkan bahwa strategi permintaan pisang di Kabupaten Lumajang untuk nilai faktor pendorong lebih kecil dari faktor penghambat dengan selisih 11,29, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa faktor penghambat yang lebih besar dan sangat mempengaruhi dalam strategi permintaan pisang di Kabupaten Lumajang.

Alternatif strategi yang dapat dilakukan petani dalam meningkatkan permintaan buah pisang di Kabupaten Lumajang diantaranya:

1. Dari hasil penelitian yang berada di lokasi, bahwa masa panen buah pisang yang relatif lama menjadi hambatan petani dalam memperoleh pendapatan dari usahatani pisang, untuk mengatasi hal tersebut maka petani bisa mengatur jarak tanam pada bulan yang berbeda. Usahatani yang dapat dilakukan petani di Kabupaten Lumajang bisa menggunakan metode teknik pemasakan hasil panen buah pisang dengan cara pemberian karbit atau kalsium karbida sebuah senyawa kimia yang dapat mempercepat masa pemasakan buah pisang. Dengan demikian petani diharapkan dapat mengetahui pasti waktu pemberian karbit agar matang buah pisang tetap memiliki rasa yang di minati oleh konsumen.
2. Petani bisa menanam berbagai jenis pisang sebagai upaya untuk memenuhi berbagai macam selera konsumen, agar pada saat musim panen buah pisang tidak terjadi oversupply di pasar tradisional Kabupaten Lumajang.
3. Mengikuti penyuluhan PPL dari Dinas Pertanian, agar petani mendapatkan pengetahuan yang di berikan oleh PPL yang nantinya petani dapat mengimplementasikan apa yang sudah di terima selama mengikuti kegiatan penyuluhan.
4. Petani bisa memanfaatkan pasar Agropolitan sebagai sarana pemasaran buah pisang dan tempat penampungan buah pisang yang ada di pasar tradisional Kabupaten Lumajang.

### Kesimpulan

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan hasil penelitian serta pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Perilaku konsumen dalam membeli pisang di pasar tradisional Kabupaten Lumajang adalah berada pada perilaku sangat yakin yang dipengaruhi oleh atribut yang terdiri dari kesegaran buah pisang, ketersediaan, kebersihan, kecerahan warna dan harga buah pisang. Proses pengambilan keputusan pembelian buah dimulai dari tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian buah pisang.
- 2) Respon petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang tergolong **Sangat Kuat**, yang menunjukkan bahwa nyata secara statistik respon petani terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang mempunyai tingkat respon yang tinggi terhadap perilaku konsumen pisang di Kabupaten Lumajang.
- 3) Alternatif strategi yang dapat digunakan petani dalam memaksimalkan hal tersebut adalah
  - a) Mengatur waktu tanam pada bulan yang berbeda, dengan demikian maka penjualan pisang dapat dilakukan secara bertahap untuk menghindari kelebihan penawaran
  - b) Menanam berbagai jenis pisang sebagai upaya untuk memenuhi berbagai macam selera konsumen
  - c) Mengikuti penyuluhan PPL dari Dinas Pertanian, untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam berusaha tani pisang.
  - d) Dengan adanya pasar agropolitan yang dapat dimanfaatkan oleh petani sebagai sarana pemasaran

### Saran

Berdasarkan permasalahan, pembahasan dan kesimpulan yang ada, maka dapat ditentukan saran sebagai berikut:

1. Konsumen diharapkan dapat mempertahankan keputusan pembelian buah pisang dengan memperhatikan atribut buah pisang serta faktor individu, faktor sosial, faktor psikologis, faktor harga, faktor distribusi dan faktor budaya di pasar tradisional Kabupaten Lumajang.
2. Petani diharapkan benar-benar dapat memahami perilaku konsumen pisang agar tidak kalah saing dengan produk lain seperti

buah apel, jeruk, melon yang sama memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh.

3. Pihak lain yang bisa melakukan penelitian mandiri yang tertarik dengan ini peneliti bisa menambah jumlah responden atau mengubah obyek penelitiannya seperti, buah jeruk, apel atau berbagai jenis lainnya.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, S. 2018. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Sayuran Segar Di Hypermart Lombok Epicentrum Mall Kota Mataram*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram. Mataram
- Arum, I.S. 2018. *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Olahan Bawang Merah UD. Dua Putri Sholehah di Kabupaten Probolinggo* <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/86015> (di akses pada tanggal 02 juli 2020).
- BPS 2018. *Indonesia dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Indonesia. Jakarta.
- BPS Jawa Timur. 2017. *Jawa Timur dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Surabaya.
- BPS Lumajang. 2018. *Kabupaten Lumajang dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- , 2015. *Kabupaten Lumajang dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- , 2016. *Kabupaten Lumajang dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- , 2017. *Kabupaten Lumajang dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- , 2018. *Kabupaten Lumajang dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- Kuswanto. 2003. *Monograf Limbah Pisang*. PT Gramedia. Jakarta.
- Santoso, H. B. 1995. *Cuka Pisang*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sianipar, J. P. G. dan Etang, H. M., 2003. *Teknik-teknik analisis Manajemen, bahanajar Diklatpim Tingkat III*. Lembaga Administrasi Negara. Jakarta.
- Sudiyarto, 2007. *Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor di Kota Surabaya*. Surabaya.