

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki sektor pertanian yang mempunyai peran penting dalam perekonomian. Berbagai subsektor dapat dikembangkan dari potensi sumberdaya alam pertanian Indonesia. Subsektor pertanian yang dikembangkan pemerintah Indonesia tidak hanya dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, melainkan juga tanaman hortikultura (Kementan, 2015). Sektor pertanian yang dikembangkan salah satunya adalah hortikultura yang meliputi buah-buahan, sayuran dan bunga. Buah cukup potensial untuk dikembangkan dengan pertimbangan permintaannya terus meningkat (Balatif, 2017).

Komoditas hortikultura khususnya buah-buahan memiliki prospek cerah dalam sektor pertanian. Permintaan terhadap komoditas tersebut cenderung naik, baik dipasar dalam maupun luar negeri (Saragih, 2021). Seiring dengan perkembangan zaman, diiringi juga dengan meningkatnya permintaan akan buah-buahan sejalan dengan peningkatan hasil pendapatan masyarakat dan jumlah penduduk yang semakin bertambah serta meningkatnya pemahaman pentingnya nilai gizi bagi kesehatan khususnya masyarakat Indonesia (Duha, 2020).

Salah satu komoditas buah-buahan yang berkembang di Indonesia adalah semangka. Semangka (*Citrullus lanatus*) adalah tanaman buah-buahan yang termasuk ke dalam *famili Cucurbitaceae* yang bernilai ekonomi tinggi

dan banyak ditanam di daerah tropis dan subtropic (Vinhas et al., 2021). Semangka merupakan tanaman dengan tipe merambat yang berasal dari benua kering yaitu Afrika bagian selatan yang memiliki banyak manfaat (Aditama et al., 2020).

Semangka yang dominan dikembangkan di Indonesia adalah semangka merah dan kuning, permintaan pasar didominasi semangka berdaging merah. Buah semangka termasuk komoditi unggulan yang digemari banyak kalangan dan dapat menjadi usahatani yang menjanjikan (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2022). Pada umumnya semangka ada dua macam yaitu semangka berbiji dan semangka tanpa biji (non biji). Menurut Aziez (2018), Semangka tanpa biji merupakan semangka hibrida F1, memiliki kulit berwarna hijau tua, daging buah berwarna merah muda, tekstur buah yang renyah, rasanya yang manis dan kandungan airnya yang banyak, Sedangkan semangka berbiji memiliki kulit berwarna hijau muda, daging buah berwarna merah muda yang lebih pucat, bijinya berwarna hitam, memiliki biji yang cukup banyak dan tidak selalu mengandung banyak air. Produksi buah semangka di Kabupaten Banyumas tahun 2021-2023 dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1 . Produksi Buah Semangka di Kabupaten Banyumas 2021-2023

No	Tahun	Produksi Semangka (kw/quintal)
1.	2021	1.611
2.	2022	352
3.	2023	1.103

Sumber : BPS Kabupaten Banyumas 2024

Berdasarkan tabel 1, produktivitas buah semangka 3 tahun terakhir di Kabupaten Banyumas masih belum stabil, yaitu pada tahun 2021 produksi yang dihasilkan paling banyak sebesar 1.611 Kw, produksi palingrendah pada tahun 2022 sebesar 352 Kw, dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 1.103 Kw. Persebaran daerah penghasil produksi semangka di kabupaten Banyumas yaitu di daerah kecamatan Sumpiuh seluas 8 ha dan di kecamatan Banyumas seluas 1 ha (BPS 2024).

Buah semangka memiliki daya tarik khusus, daging buah semangka rendah kalori dan mengandung air sebanyak 93,4%, protein 0,5%, karbohidrat 5,3%, lemak 0,1%, serat 0,2%, abu 0,5%, dan vitamin (A, B, dan C) dengan kandungan vitamin C sebesar 6 mg per 100 g bahan. Selain itu juga mengandung asam amino sitrulin ($C_6H_{13}N_3O_3$), asam aminoasetat, asam malat, asam fosfat, arginin, betain, likopen ($C_{40}H_{56}$), karoten, bromin, natrium, kalium, silvit, lisin, fruktosa, dekstrosa, dan sukrosa. Sitrulin dan arginin berperan dalam pembentukan urea di hati dari amonia dan CO_2 sehingga keluarnya urin meningkat dan kandungan kalium dapat membantu kerja jantung serta menormalkan tekanan darah (Faizal, 2010). Berdasarkan kelompok buah semusim, rata-rata konsumsi perkapita seminggu menurut kelompok buah-buahan di Kabupaten Banyumas tercantum pada tabel 2:

Tabel 2. Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Buah Semangka di Kabupaten Banyumas 2021- 2023

No	Tahun	Konsumsi Buah Semangka (Kg/Kapita/Minggu)
1.	2021	0,027
2.	2022	0,044
3.	2023	0,057

Sumber: Badan Pusat statistic 2024

Berdasarkan data dari tabel 2 menyatakan rata-rata konsumsi

perkapita seminggu untuk komoditas buah semangka di daerah banyumas terus meningkat dari tahun 2021 hingga 2023 sebesar 4,27%. Menurut ibu sri salah satu pedagang buah di pasar Jatilawang menjelaskan penawaran buah semangka terbanyak ada pada musim panas dan penawaran sedikit ada pada musim hujan. permintaan produk semangka terbanyak pada saat menjelang bulan puasa, hari lebaran dan musim hajatan. Harganya juga fluktuatif seperti pada musim panas harga jual semangka bisa mencapai 15 ribu/Kg, sedangkan musim hujan harga jual semangka rendah yaitu mencapai 8 ribu/kg. Hal ini karena pada musim hujan, kualitas semangka tidak begitu bagus sehingga harganya murah, sebaliknya saat musim panas kualitas semangka bagus sehingga harganya mahal.

Pasar Jatilawang merupakan lokasi yang akan di teliti oleh peneliti. Pasar jatilawang merupakan pasar induk dan pasar semi modern yang berada di kecamatan Jatilawang. Jumlah pedagang yang aktif sekitar 263 pedagang dengan berbagai komoditas yang ditawarkan. Untuk pedagang buah yang ada di pasar tersebut sebanyak 3 pedagang. Buah semangka yang ditawarkan oleh pedagang buah di pasar Jatilawang berasal dari pasar sumpiuh dan juga pasar Wangon dan disana penawaran untuk buah semangka selalu ada setiap harinya. Kuantitas stok dari setiap pedagang buah di pasar rata-rata $\frac{1}{2}$ ton per bulan. Namun tergantung juga dengan permintaan konsumen, apabila permintaan sedang banyak seperti pada bulan puasa maka kuantitas stok akan di tambah.

Hasil observasi, lokasi pasar yang strategis membuat pengunjung yang datang membeli bukan hanya masyarakat sekitar namun masyarakat umum.

Harga yang ditawarkan cukup kompetitif dengan penjual buah di luar pasar Jatilawang. Pengunjung yang datang ke pasar jatilawang adalah warga kecamatan jatilawang, namun banyak juga pengunjung yang tidak sengaja mampir untuk membeli sesuatu di pasar jatilawang. Kebanyakan pengunjung yang datang untuk membeli keperluan sembako, sayur mayur dan buah-buahan. Kenyaman yang dapat dirasakan pembeli saat berbelanja di pasar Jatilawang yaitu lokasi yang strategis, tempatnya bersih, pedagang yang terbagi dalam beberapa lorong sesuai komoditas produk dan barang yang memudahkan konsumen mencari sesuai kebutuhan, terdapat kamar mandi umum, dan wastafel umum di setiap lorong.

Pemahaman tentang perilaku konsumen merupakan kunci sukses dalam bisnis. Menurut Tjiptono dalam Muzakar 2019, alasan fundamental perlunya memahami perilaku pembelian konsumen adalah bahwa penciptaan kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan bisnis. Melalui pemahaman atas perilaku konsumen seorang pemasar dapat memahami apa yang diharapkan pelanggan yang pada gilirannya dapat menciptakan kepuasan kepada pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Perilaku konsumen yang perlu diketahui oleh pelaku usaha yaitu tahapan proses pengambilan keputusan, sikap konsumen terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih buah semangka merah non biji terdiri dari tahap sesuai kebutuhan, mempunyai manfaat, ketetapan dalam membeli produk, dan pembelian berulang. Faktor – faktor yang timbul dalam pengambilan keputusan pembelian diantaranya adalah faktor kebudayaan,

sosial, pribadi dan psikologis (Kotler, 2005:183). Maka hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Ragam Faktor Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buah Semangka Merah Non Biji Di Pasar Jatilawang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di ambil rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik responden buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diambil tujuan pada penelitian yaitu, sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik responden buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang.
2. Mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang.
3. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti hasil penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Strata-1 di Fakultas Pertanian dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Purwokerto serta menambah wawasan baru mengenai analisis perilaku konsumen dalam pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang, Kecamatan Jatilawang, Kabupaten Banyumas.
2. Bagi Pedagang buah semangka di Pasar Jatilawang, sebagai masukan dan wawasan mengenai perilaku konsumen buah semangka merah non biji sehingga kedepanya dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran mereka serta untuk meningkatkan volume penjualan mereka di masa depan.

E. Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat hipotesis yaitu diduga faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi, berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang.

F. Pembatas Masalah

1. Lokasi penelitian adalah Pasar Jatilawang.
2. Data yang di ambil pada bulan November.
3. Buah semangka dalam penelitian ini yaitu buah semangka merah non biji.

4. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen akhir dan konsumen buah semangka merah non biji yang sedang melakukan pembelian atau pernah membeli di lokasi penelitian.
5. Masalah yang diteliti yaitu karakteristik responden dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah semangka merah non biji di Pasar Jatilawang.
6. Analisis Faktor yang menjadi permasalahan dari penelitian ini yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.
7. Faktor budaya dalam penelitian ini mencakup kebudayaan dan kelas sosial.
8. Faktor sosial dalam penelitian ini mencakup keluarga, peran atau status, dan kelompok referensi.
9. Faktor pribadi dalam penelitian ini mencakup gaya hidup, kepribadian atau konsep diri dan keadaan ekonomi.
10. Faktor psikologis dalam penelitian ini mencakup persepsi, sikap dan motivasi.