

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan negara agraris yang menghasilkan berbagai macam komoditi pertanian, salah satu diantaranya yaitu buah-buahan. Buah merupakan bahan makanan yang banyak mengandung vitamin, mineral, lemak, protein dan serat. Setiap buah memiliki keunikan dan kekhasan serta daya tarik tersendiri, seperti rasa yang lezat dan beraroma yang khas dalam buah itu sendiri. Dewasa ini buah-buahan mendapat perhatian dari masyarakat, baik sebagai menu makanan maupun sebagai komoditas ekonomi yang memiliki nilai yang tinggi (Widodo,1996).

Jeruk adalah salah satu jenis buah yang mengandung gizi tinggi . Gizi yang terkandung dalam buah jeruk antara lain Provitamin A, Vitamin C, Vitamin B1, Vitamin B2, Asam folat, Mineral besi, Kalsium, Fosfor, Potasium/kalium, Flavonoid, Coumarin dan Pektin. Buah jeruk merupakan komoditas yang mempunyai nilai ekonomi tinggi (*high economic value commodity*) dan dibutuhkan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. (Jannah dkk, 2018).

Buah jeruk impor merupakan salah satu realisasi dari MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), dimana barang-barang di kawasan Asia

Tenggara dapat dialirkan secara bebas. Hal tersebut otomatis akan mempengaruhi persaingan antara produk jeruk lokal dan jeruk impor di pasaran yang bertujuan untuk memenuhi keinginan/kebutuhan konsumen. Meningkatnya volume impor buah-buahan dan salah satunya buah jeruk menyebabkan pemasaran buah jeruk impor dapat ditemui di supermarket, pasar tradisional dan sampai pedagang kaki lima.

Kualitas jeruk lokal masih berada dibawah dibanding dengan jeruk impor dilihat dari rasa, warna, ukuran dan aroma. Selain itu kuantitas dan kontinuitas dalam produksi jeruk lokal masih kurang dimana jumlah produksi jeruk lokal cenderung turun. Maka dari itu jeruk lokal harus mempunyai keunggulan supaya dapat memenangkan persaingan di pasar nasional (Sadeli dan Utami, 2012).

Dalam memilih suatu produk konsumen pasti akan memiliki penilaian tersendiri terhadap suatu produk yang akan dibelinya. Sikap konsumen itu dalam membeli produk dipengaruhi oleh preferensinya terhadap jeruk serta dengan mempertimbangkan atribut dari jeruk tersebut. Preferensi ini terbentuk dari persepsi terhadap merek salah satu produk atau jasa. Dalam hal ini preferensi merek atau atribut terhadap suatu produk sangat berkaitan dengan penilaian konsumen yaitu konsumen akan merasakan puas atau tidak terhadap suatu merek atribut produk atau jasa yang akan membuat konsumen akan membeli produk tersebut. (Jono, dkk, 2005)

Faktor-faktor yang sering kali dipertimbangkan oleh konsumen pada saat membeli produk yaitu harga, kualitas, kemasan, kelengkapan fungsi, desain dan layanan penjualan (Wahyudi, 2005). Konsumen dapat mempengaruhi suatu produk dengan produk yang lainnya melalui atribut yang ada pada suatu produk. Atribut yang dimiliki buah antara lain yaitu rasa, aroma, ukuran, keadaan fisik serta harga dari buah itu sendiri (Riska, 2012).

Kota Purwokerto merupakan salah satu kota yang menjual buah jeruk lokal dan buah jeruk impor baik di pasar modern maupun pasar tradisional. Pasar Wage merupakan salah satu pasar tradisional terbesar yang berada di Kota Purwokerto dan berlokasi di tengah-tengah pusat Kota. Konsumen yang terdapat dalam Pasar ini bersifat heterogen, tidak hanya dari warga setempat melainkan dari warga-warga desa tetangga, tidak hanya itu orang-orang berpenghasilan menengah ke atas juga banyak yang masih mengunjungi pasar tradisional ini, bahkan sesekali anak sekolah juga terlihat ada yang berbelanja ke pasar disaat pulang sekolah. Melihat keadaan ini maka penulis tertarik untuk mengamati preferensi konsumen terhadap pemilihan buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Purwokerto dengan studi kasus pada pasar tradisional yaitu Pasar Wage.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik konsumen buah jeruk lokal dan buah jeruk impor?
2. Bagaimana perilaku pembelian konsumen buah jeruk lokal dan buah jeruk impor?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk buah jeruk lokal dan buah jeruk impor?
4. Apa saja atribut yang menjadi pertimbangan preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.
2. Untuk mengetahui perilaku pembelian konsumen buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.
4. Untuk mengetahui atribut-atribut yang menjadi pertimbangan preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, merupakan wujud penerapan serta pengembangan ilmu yang diperoleh selama memperoleh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bagi Universitas, sebagai bahan pengembangan ilmu serta wawasan dalam pemasaran produk pertanian.
3. Bagi pengusaha atau pengecer buah, sebagai masukan dalam menerapkan strategi penjualan buah jeruk.
4. Bagi pembaca, sebagai bahan informasi tambahan sekaligus pengetahuan baru tentang tema yang dipilih dalam penelitian.
5. Bagi Konsumen yang akan membeli buah jeruk, sebagai bahan pertimbangan sebelum membeli buah jeruk lokal maupun impor di Pasar Wage Purwokerto.

E. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ho: tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dari berbagai faktor.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dari berbagai faktor.

F. Pembatasan Masalah

Adapaun pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden berasal dari orang yang akan membeli buah jeruk lokal maupun impor, sedang membeli, telah membeli dan pernah mengkonsumsi serta digunakan untuk konsumsi sendiri.
2. Karakteristik responden yang diamati adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, dan jumlah anggota keluarga.
3. Perilaku responden yang diamati adalah tempat dan alasan pembelian responden, frekuensi pembelian, jumlah pembelian serta tujuan pembelian.
4. Atribut buah jeruk yang diamati adalah harga, rasa, warna kulit, tekstur, ukuran buah dan aroma.
5. Pasar tradisional yang menjadi tempat untuk mewawancarai responden yaitu Pasar Wage.
6. Data yang diambil adalah data pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor pada bulan Maret - Mei 2019.
7. Buah Jeruk Lokal yang diteliti pada penelitian ini yaitu Buah Jeruk Jember.
8. Buah Jeruk Impor yang diteliti pada penelitian ini yaitu Buah Jeruk Mandarin.