

---

**MOTIVASI, PENGETAHUAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KOMODITAS APEL LOKAL DAN APEL IMPOR: STUDI KASUS PADA KONSUMEN BUAH APEL LOKAL DAN APEL IMPOR DI WILAYAH KOTA BANDUNG****Agriani Hermita Sadeli dan Hesty Nurul Utami**

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

Email: [agriani.hermita@gmail.com](mailto:agriani.hermita@gmail.com); [hestyutami@gmail.com](mailto:hestyutami@gmail.com)

**ABSTRAK.** Buah apel sebagai salah satu jenis buah favorit masyarakat, sehingga pasar domestik banyak dibanjiri oleh apel impor. Kondisi fisik buah apel sebagai bagian dari atribut produk dan perilaku psikologis diantaranya motivasi, pengetahuan, dan sikap konsumen diduga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh skor dan kajian tentang motivasi, pengetahuan, dan sikap konsumen terhadap buah apel lokal dan impor di wilayah Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah survei deskriptif dengan responden konsumen buah apel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama konsumen untuk membeli buah apel lokal dan impor adalah (1) faktor kebutuhan gizi, yang berarti faktor fisiologis merupakan faktor yang paling besar memotivasi konsumen untuk membeli apel; (2) pengetahuan konsumen tentang atribut produk yang paling tinggi baik untuk buah apel lokal maupun apel impor adalah faktor kesegaran buah yang artinya konsumen memiliki pengetahuan yang cukup tinggi mengenai kondisi kesegaran yang dimiliki buah apel; sementara itu, (3) sikap konsumen yang paling tinggi dalam keputusan pembelian buah apel impor adalah warna buah apel impor yang menarik, sedangkan untuk buah apel lokal adalah faktor kesegarannya yang dianggap baik.

**Kata kunci:** motivasi, pengetahuan, sikap, perilaku konsumen, atribut produk, apel

***MOTIVATION, KNOWLEDGE, AND CONSUMER ATTITUDE TOWARDS PRODUCT ATTRIBUTE OF LOCAL AND IMPORT APPLE***

**ABSTRACT.** *Apple is one of Indonesian people favourite fruit, its domestic market mostly fulfill by import. Physical evidence of apple as part of its product attribute and physiology behavior related on motivation, knowledge, and customer attitude are suspected to be the influence of some of customer decision making. This research is focus on gaining score and studies on customer motivation, knowledge, and attitude for local and import apple in Bandung. The research method applied descriptive survey through respondents of apple customer. The research showed that the main costumer motivation to consume neither the local or import apple are (1) factor of nutrient needs which means that physiology factor is the biggest*

*factor to motivate customer to buy apple; (2) the highest customer knowledge of apple product attribute whether local and import apple is the fruit freshness which stand that the customer assume to have enough knowledge to recognize the freshness of apple; (3) the biggest score of customer attitude toward customer decision making on apple are the brightness color of import apple which attract customer interest and the goodness of local apple freshness.*

**Keyword:** *motivation, knowledge, attitude, consumer behavior, product attribute, apple*

## PENDAHULUAN

Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap buah – buahan saat ini belum memenuhi standar. Dirjen Hortikultura Kementerian Pertanian (2010) menyatakan bahwa tingkat konsumsi sayur dan buah masyarakat Indonesia saat ini masih rendah. Standar konsumsi yang direkomendasikan oleh Food and Agriculture Organization (FAO) yaitu 73 kilogram per kapita per tahun sedangkan di Indonesia saat ini tingkat konsumsi sayur dan buah hanya 40 kilogram per kapita per tahun.

Permintaan atau kebutuhan buah–buahan saat ini dipenuhi oleh penawaran dari produksi buah dalam negeri dan impor. Total volume impor buah-buahan selama tahun 2006 mengalami peningkatan sebesar 6,7% dibanding tahun 2005. Buah yang paling banyak diimpor adalah buah apel.

Impor buah apel semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dengan membanjirnya buah apel impor ini membuat posisi apel lokal semakin terpuruk. Pada tanggal 10 Juli 2010 diluncurkan kampanye gemar buah Indonesia. Melalui kampanye ini diharapkan dapat memacu peningkatan jumlah konsumsi masyarakat terhadap kegemaran pada buah-buahan lokal yang diharapkan juga dapat menekan angka impor buah, salah satunya jenis buah apel impor. Peningkatan konsumsi masyarakat terhadap buah apel lokal juga diharapkan dapat meningkatkan *positioning* buah apel lokal di mata konsumen lokal yang dapat meningkatkan motivasi para produsen atau *intermediaries* buah apel lokal untuk menghasilkan produk apel lokal yang lebih baik dan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan apel impor.

Tingkat konsumsi masyarakat akan buah apel diantaranya dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian buah apel untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Sudiyarto (2011) 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. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, diantaranya adalah faktor psikologis yang terkait dengan motivasi, pengetahuan dan sikap.

Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk tertinggi di Indonesia Menurut data BPS, pada tahun 2010 Jawa Barat memiliki jumlah