

“Membangun Sinergi antar Perguruan Tinggi dan Industri Pertanian dalam Rangka Implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka”

Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Buah Pisang (*Musa paradisiaca* L.)
Di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus

Ulin Ni'matir Roudloh, Sri Wahyuningsih, Shofia Nur Awami, dan Lutfi Aris Sasongko

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wahid Hasyim Semarang

Abstrak

Pisang merupakan salah satu jenis buah yang sangat diminati masyarakat Indonesia. Banyaknya varietas buah pisang yang beredar di ritel–ritel buah akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah buah pisang merupakan buah yang sering dikonsumsi, jenis pisang yang paling disukai, alternatif pengganti buah pisang, dan mengidentifikasi faktor–faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap jumlah pembelian buah pisang dilihat dari kualitas maupun kuantitas produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data melalui wawancara dengan bantuan kuesioner. Analisis data menggunakan metode teknik tabulasi data, persentase dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buah pisang adalah buah yang disukai dan sering dikonsumsi oleh konsumen Pasar Daerah di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dengan jumlah 90% dari total 100 responden. Jenis pisang yang paling disukai atau menjadi pilihan konsumen adalah buah pisang raja dan pisang kepok dengan jumlah 54%. Alternatif pengganti buah pisang adalah buah jeruk siam dengan jumlah 79% dari 100 responden dan selain buah jeruk siam hanya ada 21%. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh hasil Adjusted R square = 53,3. Besaran F hitung 19,814. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian buah pisang adalah daya tarik produk meliputi: jenis buah pisang, rasa, warna kulit, ukuran, penampilan dan kebersihan, harga buah pisang, usia, jumlah anggota keluarga, pendapatan dan kebiasaan keluarga.

Kata Kunci: Pisang, Konsumen, Pasar, Keputusan, Kudus

Pendahuluan

Buah–buahan merupakan komoditas yang sangat prospektif untuk dikembangkan di Indonesia. Pisang merupakan salah satu buah yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia juga masyarakat Kabupaten Kudus. Kandungan yang melimpah dan harga yang terjangkau menjadikan buah pisang banyak yang menyukai, baik dari kalangan bawah sampai

kalangan menengah keatas. Buah pisang memiliki banyak manfaat diantaranya: meningkatkan stamina tubuh, menurunkan tekanan darah, mengandung banyak serat dan vitamin serta masih banyak lagi.

Berdasarkan data BPS (2019), produksi pisang di Kabupaten Kudus dari 5 tahun terakhir selalu mengalami kenaikan. Pada tahun 2019 produksi buah pisang sebesar 128.410 kwintal/tahun. Buah pisang menduduki posisi pertama, disusul buah rambutan dengan jumlah produksi 32.376 kwintal/tahun. Jenis pisang yang bermacam-macam di pasar, dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian pisang yang diinginkan. Menurut Alham, dkk (2021) hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat lima aspek yang terbentuk dalam preferensi konsumen buah pisang di Kota Langsa. Aspek buah menjadi aspek dengan nilai keragaman terbesar dan variabel ketersediaan buah pisang lokal di pasar menjadi variabel pertimbangan konsumen terbesar dikarenakan terdapat pasar khusus yang menjual buah pisang di Kota Langsa.

Selanjutnya adanya pertimbangan psikologis dari konsumen ketika memilih jenis buah yang akan dibeli, berdasarkan atribut pada buah. Seperti pada penelitian Muzdalifah (2012) yang menyatakan konsumen di Kota Banjarbaru mementingkan atribut kandungan vitamin pada buah pisang, kemudian baru atribut rasa buah, kesegaran, aroma, ukuran, harga dan warna. Sementara konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta, secara umum percaya bahwa buah pisang lokal yang biasa dijumpai di pasaran sudah bagus. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: a) apakah buah pisang merupakan buah yang sering dikonsumsi. b) jenis pisang yang paling disukai. c) alternatif pengganti buah pisang. d) serta faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap jumlah pembelian buah pisang dari segi kualitas maupun kuantitas produk.

Materi dan Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Penelitian dilaksanakan pada Juli sampai Agustus 2020. Daerah penelitian ditetapkan di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus meliputi Pasar Kliwon, Pasar Bitingan, Pasar Jember dan Pasar Baru. Pengambilan sampel daerah dilakukan dengan teknik *Purposive sampling* (kesengajaan). Sedangkan pengambilan sampel responden dilakukan dengan cara teknik *Accidental Sampling*. Data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisa dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 \dots + \mu$$

Hasil dan Pembahasan

Responden pada penelitian ini adalah konsumen akhir di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dengan jumlah responden yang dilibatkan dalam penelitian sebanyak 100 konsumen. Data karakteristik responden buah pisang di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa konsumen pisang didominasi dengan konsumen berjenis kelamin perempuan. Perempuan lebih banyak yang melakukan pembelian buah pisang dibandingkan dengan konsumen berjenis kelamin laki – laki. Sesuai dengan pendapat Eliza et al. (2011) yang menyatakan bahwa umumnya perempuan berperan dalam hal pengambilan keputusan pembelian serta melakukan berbagai kegiatan pembelanjaan dalam pemenuhan kebutuhan dan konsumsi rumah tangga. Tingkat pendidikan konsumen paling banyak adalah setingkat SMA/SMK sebanyak 51%. Sesuai data tersebut dapat diketahui bahwa pada tingkat pendidikan seseorang akan menentukan seberapa besar pengetahuan yang dimilikinya. Menurut Jannah (2018) menyatakan bahwa konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi yang lebih baik akan sangat responsive terhadap informasi dan selektif dalam memilih produk.

Sementara berdasarkan latar belakang status pernikahan konsumen yaitu menikah dengan jumlah 90% menandakan bahwasanya orang yang sudah menikah maka tanggung jawab dan kebutuhan sehari-harinya akan meningkat sesuai dengan keadaan. Jumlah anggota keluarga dapat diketahui rata-rata berjumlah antara 3 - 4 jiwa. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan semakin banyak jumlah kebutuhan pangan yang akan dikeluarkan khususnya buah pisang. Menurut Pramandya (2010) menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga, maka semakin banyak pula jumlah pembelian yang akan dilakukan. Pekerjaan konsumen terbanyak adalah sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 59%. Tingkat pekerjaan diketahui bahwa pendapatan per bulan tertinggi responden yaitu kisaran 0 – Rp1.500.000,- dengan persentase 88%. Jumlah dari pendapatan konsumen merupakan faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumsi suatu rumah tangga. Hal ini sesuai dengan pendapat Jannah et al (2018) yang menyatakan bahwa semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragam kebutuhan, begitupun sebaliknya.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, matapencaharian responden, pendapatan responden dan pendapatan pasangan per bulan di kecamatan kota kabupaten kudas

No.	Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Jenis kelamin	Laki – laki	9	9
		Perempuan	91	91
2.	Usia	21 – 30	6	6
		31 – 40	31	31
		41 – 50	36	36
		51 – 60	19	19
		>60	8	8
3.	Tingkat Pendidikan	SD	15	15
		SMP	18	18
		SMA/SMK	51	51
		D3	1	1
		S1	14	14
		S2	1	1
4.	Status Pernikah	Belum Menikah	2	2
		Menikah	90	90
		Janda	8	8
5.	Jumlah anggota keluarga	2	14	14
		3	19	19
		4	40	40
		5	15	15
		6	5	5
		7 – 8	7	7
6.	Matapencaharian	Swasta	21	21
		Wiraswasta	11	11
		Buruh	14	14
		Ibu Rumah Tangga	45	45
		Karyawan	1	1
		Guru	4	4
		Mahasiswa/Pelajar	1	1
		Lainnya	3	3
7.	Pendapatan Responden	0 – 500.000	46	46
		500.001 – 1.500.000	42	42
		1.500.001 – 3.000.000	10	10
		>3.000.000	2	2
8.	Pendapatan Pasangan	0 – 500.000	20	20
		500.001 – 1.500.000	37	37
		1.500.001 – 3.000.000	33	33
		>3.000.000	10	10
Jumlah responden			100	100

Sumber: Analisis data primer diolah, 2020

A. Hasil analisis preferensi konsumen terhadap buah pisang

Berdasarkan hasil analisis tabulasi data pada Tabel 2. menunjukkan bahwa konsumen yang membeli buah pisang di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus mayoritas sering mengkonsumsi buah pisang. Hal ini berdasarkan data Tabel 2, bahwa ada 90 orang yang lebih memilih serta membeli buah pisang dengan persentase 90%. Selain bisa langsung

dimakan, buah pisang juga bisa diolah menjadi berbagai jenis olahan dari mulai pisang goreng, molen, sale, kripik, sampai dengan campuran kolak. Buah pisang termasuk buah yang tidak mengenal musim sehingga masyarakat mudah untuk mendapatkannya.

Tabel 2. Hasil analisis berdasarkan preferensi konsumen terhadap buah pisang

No.	Preferensi Konsumen	Responden	Persentase (%)
1.	Ya (sering mengkonsumsi)	90	90
2.	Tidak mengkonsumsi	10	10
Total		100	100

Sumber: Analisis data primer diolah, 2020

B. Hasil analisis jenis buah pisang yang banyak digemari konsumen

Berdasarkan hasil analisis tabulasi pada Tabel 3. menunjukkan bahwa jenis pisang yang paling sering dibeli konsumen adalah buah pisang raja dan pisang kepok yaitu sebanyak 54%. Selain variannya banyak, buah pisang raja memiliki daya simpan tergolong lama dibandingkan buah pisang ambon yang tidak tahan lama. Rasa enak, manis serta dapat diolah menjadi berbagai macam olahan menjadikan buah pisang raja dan pisang kapok sebagai pisang kesukaan para konsumen. Hal ini selaras dengan penelitian Rumapea (2020) yang menyatakan bahwa buah pisang kepok merupakan varian buah pisang yang tergolong pisang yang banyak digemari di daerah Semarang. Pisang raja dan pisang kapok, termasuk kategori pisang yang dapat langsung dimakan setelah matang atau disebut juga pisang meja. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Berdasarkan Jenis Buah Pisang

No.	Jenis Buah Pisang	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Pisang Ambon	18	18
2.	Pisang Mas	4	4
3.	Pisang Raja	36	36
4.	Pisang Kepok	18	18
5.	Pisang Tanduk	3	3
6.	Pisang Uli	0	0
7.	Pisang Nangka	0	0
8.	Lainnya.....		
	Susu	7	7
	Karmilin	14	14
Total		100	100

Sumber: Analisis data primer diolah, 2020

C. Hasil analisis alternatif buah pengganti

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4. dapat diketahui bahwa buah jeruk siam merupakan buah yang menjadi alternatif pengganti buah pisang. Diketahui ada 79 konsumen yang memilih buah jeruk siam sebagai pengganti buah pisang dengan persentase 79%. Buah jeruk siam termasuk buah meja atau buah tangan untuk dibuat “tentengan” saat silaturahmi,

secara umum buah jeruk siam memiliki rasa yang manis, berserat tinggi dan memiliki kandungan air yang tinggi yang menjadikan konsumen lebih memilih buah tersebut. Selain itu buah jeruk siam termasuk buah yang terbilang relatif murah dibandingkan buah meja yang lainnya.

Tabel 4. Hasil analisis berdasarkan alternatif pengganti buah pisang

No.	Jenis Buah	Responden	Persentase (%)
1.	Jeruk siam	79	79
2.	Lainnya...	21	21
	a. Apel	2	2
	b. Melon	6	6
	c. Pepaya	1	1
	d. Pir	1	1
	e. Salak	1	1
	f. Mangga	3	3
	g. Anggur	2	2
	h. Naga	4	4
	i. Semangka	1	1
Total		100	100

Sumber: Analisis data primer diolah, 2020

D. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian buah pisang

Hasil analisis regresi berganda pada Tabel 5. menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian buah pisang dapat diformulasikan dalam model sebagai berikut:

$$\hat{Y} = - 7,891 + 0,239X_1 + 0,885X_2 - 0,619X_3 + 1,543X_4 + 0,950X_5 + 1,119X_6 + \mu$$

Dimana:

\hat{Y} = Variabel dependen (Sisir/bulan)

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots$ = Koefisien regresi

X_1 = Daya tarik produk (Poin)

X_2 = Harga buah pisang (Rp/sisir)

X_3 = Usia (Tahun)

X_4 = Jumlah anggota keluarga (orang)

X_5 = Pendapatan (Rp/bln)

X_6 = Kebiasaan Keluarga (poin)

μ = Term of error

Adapun hasil analisis regresi faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian buah pisang disajikan secara terperinci dalam Tabel 5.

Berdasarkan hasil olah data dengan SPSS 16.00 menyatakan bahwa semua variabel

terbebas dari uji asumsi klasik yang meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi sehingga model regresi linier ini layak digunakan dalam penelitian. Berdasarkan data hasil olah regresi pada Tabel 5. menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R Squared sebesar 53,3. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel bebas (daya tarik produk, harga buah pisang, usia, jumlah anggota keluarga, pendapatan dan kebiasaan keluarga) terhadap variabel terikat (jumlah pembelian buah pisang) sebesar 53,3% sedangkan sisanya 46,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada model regresi linear dalam penelitian ini. Berdasarkan uji F statistik yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa model regresi yang diestimasi layak dan variabel bebas secara keseluruhan bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat berupa jumlah pembelian buah pisang.

Tabel 5. Hasil analisis regresi faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian buah pisang

Variabel	Koefisien Regresi	T-Hitung	Prob. Signifikan
Konstanta	-7.891	-4.104	.000
Daya Tarik Produk	.239	3.306	.001*
Harga Buah Pisang	.885	5.412	.000*
Usia	-.619	-2.092	.039**
Jumlah Anggota Keluarga	1.543	3.587	.001*
Pendapatan	.950	2.925	.004*
Kebiasaan Keluarga	1.119	2.053	.043**
Koefisien	.749 ^a		
Determinasi (R ²)	.561		
Adjusted R Square	.533		
F Hitung	19.814	Sig	0.000
F Tabel 5%	2.19		
F Tabel 1%	2.99		
t Tabel 5%	1.660		
t Tabel 1%	3.174		
Durbin Watson	2.046		

Keterangan: * Signifikan pada tingkat kepercayaan 99% (α 0,01); ** Signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (α 0,05).

Sumber: Analisis data primer diolah, 2020.

Uji t statistik digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam mempengaruhi variabel terikat. Berdasarkan hasil olah regresi dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari (daya tarik produk, harga buah pisang, usia, jumlah anggota keluarga, pendapatan dan kebiasaan keluarga) secara nyata (signifikan) terhadap variabel terikat (jumlah pembelian pisang). Semua variabel bebas yang dilibatkan dalam penelitian ini berpengaruh nyata terhadap variabel terikat, baik pada tingkat kepercayaan 99% maupun 95%. Selaras dengan penelitian Alfauzan (2015) yang menyatakan bahwa variabel usia, pendapatan dan harga Apel Fuji merupakan variabel yang

mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan buah Apel Fuji di Kota Semarang. Sementara variabel pendapatan dan harga jeruk Mandarin merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan Jeruk Mandarin di Kota Semarang. Sementara menurut Maida (2018) penelitiannya juga menyatakan bahwa daya tarik produk berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian buah pisang.

Sesuai hukum permintaan yang menyatakan jika hubungan antara harga dan jumlah permintaan suatu barang yang berbanding terbalik (negatif), sehingga kurva permintaan juga berslope negatif. Tetapi hasil olah regresi pada Tabel 5, variabel harga buah pisang menunjukkan korelasi positif atau berkebalikan dengan hukum permintaan. Menurut Rahardja (2008), adakalanya hukum permintaan tidak berlaku, yaitu kalau harga suatu barang naik justru permintaan terhadap barang tersebut meningkat. Paling tidak ada 3 (tiga) kelompok barang dimana hukum permintaan tidak berlaku, yaitu: (1) Barang yang memiliki unsur spekulasi; (2) Barang prestise; dan (3) Barang giffen. Hal ini dapat diketahui bahwa buah pisang atau pada penelitian ini termasuk dalam kategori barang giffen, dalam hal ini apabila suatu barang harganya turun, maka pendapatan nyata (real income) konsumen bertambah.

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

1. Buah pisang adalah buah yang disukai dan sering dikonsumsi oleh 90% konsumen di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.
2. Jenis pisang yang paling disukai atau menjadi pilihan konsumen di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus adalah buah pisang raja dan buah kapok.
3. Alternatif pengganti buah pisang di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus adalah buah jeruk siam. 79% konsumen memilih buah jeruk siam sebagai buah pengganti pisang.
4. Hasil regresi linier berganda diperoleh besaran Adjusted R square = 53,3 serta F hitung 19,814. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (jumlah pembelian) pisang adalah daya tarik produk meliputi (jenis buah pisang, rasa, warna kulit, ukuran, penampilan dan kebersihan), harga buah pisang, usia, jumlah anggota keluarga, pendapatan dan kebiasaan keluarga.

B. Saran

1. Bagi pedagang di Pasar Daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus sebaiknya mempertahankan serta meningkatkan kualitas produknya yang meliputi jenis pisang, rasa, warna kulit buah, ukuran, penampilan dan kebersihan yang diyakini konsumen sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap menjaga kualitas dan kuantitas buah pisang. Sehingga konsumen tidak membatalkan keputusan pembelian dan pindah ke tempat yang lainnya.
2. Bagi konsumen sebaiknya untuk lebih teliti dalam melakukan keputusan pembelian sehingga tidak ada kekecewaan dalam proses pembelian.
3. Bagi pemerintah (khususnya instansi terkait) sebaiknya melakukan pendampingan kepada para petani untuk lebih memperhatikan kualitas dan kuantitas dari tanaman yang dibudidayakan khususnya pada tanaman buah pisang.

Daftar Pustaka

- Alfauzan, F., Subekti, E., & Awami, S. N. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor di Pasar Johar Kota Semarang. *Jurnal Mediagro*, 11(1) 35-46.
- Alham, F. & Saragih, F. H. (2021). Analisis Preferensi Konsumen Buah Pisang sebagai Komoditi Unggulan di Kota Langsa. *Jurnal Agrica*, 14(1).
- Badan Pusat Statistik. (2019). Survei Sosial Ekonomi Nasional, Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Tahun 2019. Jakarta.
- Eliza, E. S., & Kaswita, C. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka (Pasar Tradisional dan Giant Hypermarket (Pasar Modern) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Jurnal Agricultural Economics*, 2(1), 15-34.
- Jannah, N., Antara, M. & Effendy. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Buah Jeruk Impor di Kota Palu. *Jurnal Agroland*, 25(2), 121-129.
- Maida, P. (2018). Perilaku Konsumen Buah Lokal di Kota Bandar Lampung. Skripsi. Universitas Lampung. Fakultas Pertanian.
- Muzdalifah. (2012). Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Lokal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Agribisnis Perdesaan*. 02(4).
- Pramandya, Y. S. (2010). Sikap dan Minat Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Produk Teh di Surakarta. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Rahardja, P. & Manurung, M. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) Edisi Ketiga. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Rumapea, E. (2020). Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang. *Jurnal Agrisociomics*. 5(2), 1 – 13.

Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linier Berganda. Universitas Udayana, Bali.