

## **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK LOKAL DAN BUAH JERUK (SUNKIS) IMPOR KOTA PALU**

### **Analysis Of Consumer Preferences on Local and Imported (Sunkis) Citrus Fruits in City Palu**

*Isen<sup>1)</sup>, Arifuddin Lamusa<sup>2)</sup> dan Effendy<sup>2)</sup>*

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu. E-mail : isenagri11@gmail.com

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.  
E-mail : [Lamusa.arif@yahoo.com](mailto:Lamusa.arif@yahoo.com), E-mail : [Effendy\\_surentu@yahoo.com](mailto:Effendy_surentu@yahoo.com)

#### **ABSTRACT**

This study aims to determine the attributes of local and imported citrus fruits mostly considered and preferred in Palu. The number of Respondents was 60 people determined using an incidental sampling technique. Data were analyzed using chi square and Fishbein multiattribute analyses. The result of the research showed that the number of respondents aged between 19 – 27 years who bought both local and imported citrus is eight respondents while those aged between 28 – 36 years is 21 respondents (53%). The respondents whose age > 36 years (18 people, 35%) prefer to buy imported citrus. Based on the results of chi square analysis, there are differences in consumer preferences on all attributes of local and imported citrus except on the fruit color of the imported fruits. The results of the Fishbein multiattribute analysis indicate that the attributes of the local fruits mostly considered by the respondents are flavor, price, size and color whereas that of the imported fruits are flavor, color, size and price.

**Key Words:** Consumer preferences, fruit attributes, local citrus, and imported citrus.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor apa yang paling dipertimbangkan dan menjadi preferensi konsumen di Kota Palu. Penentuan responden dilakukan secara *Insidental sampling* (teknik sampling kebetulan) jumlah responden penelitian yaitu sebanyak 60 responden, Analisis data yang digunakan ialah analisis *chi square* dan analisis multiatribut fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang membeli jeruk lokal dan jeruk impor dengan usia 19-27 sebanyak 8 responden, sebagian besar perempuan, dengan usia 28-36 sebanyak 21 responden, 35,00% sedangkan jeruk impor ialah responden yang berusia diatas 36 sebanyak 18 responden, 30,00% kemudian usia 46 sebanyak 13 responden. Hasil *Chi Square* terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap semua atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, kecuali pada atribut warna buah jeruk impor. Hasil multiatribut fishbein, menunjukkan sikap dan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli jeruk lokal baik jeruk impor. Jeruk lokal ialah rasa buah, harga, ukuran dan warna buah, sedangkan jeruk impor ialah rasa, warna, ukuran, dan harga buah.

**Kata Kunci :** Atribut , Jeruk Lokal, Jeruk Impor (Sunkis) dan Preferensi Konsumen.

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia dengan mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani, dan aktifitas bercocok tanam. Sumber daya alam yang melimpah berpotensi untuk pengembangan sektor pertanian. Pertanian merupakan sektor yang sangat penting untuk dikembangkan khususnya tanaman hortikultura. Buah-buahan merupakan salah satu komoditi yang memegang peran penting bagi pembangunan pertanian di Indonesia khususnya buah jeruk. Pembangunan ekonomi abad ke-21 masih akan tetap berbasis pertanian secara luas. Keberhasilan tanaman jeruk ditentukan oleh ketersediaan bibit yang bermutu pada saat tanam yang tepat dengan harga terjangkau bagi petani. Olehnya penelitian dan pengembangan pengelolaan perlu ditingkatkan guna memenuhi permintaan konsumen bibit yang terus meningkat, (Samekto dkk, 1995).

Tanaman jeruk merupakan komoditi buah yang cukup menjanjikan dari segi ekonomi jika diusahakan. Mampu meningkatkan pendapatan, kesejahteraan petani, dan lapangan kerja bagi petani. Jeruk merupakan buah yang banyak sering dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat baik kalangan atas, menengah, maupun kalangan bawah. Konsumsi buah yang meningkat dapat menumbuhkan kembangkan perekonomian regional, dan pendapatan nasional. Oleh karena peningkatan produksi jeruk dan perbaikan manajemen penjualan akan berdampak positif terhadap kelangsungan hidup masyarakat khususnya bagi petani yang mencari nafkah dan berusaha di bidang tersebut, (Departemen pertanian, 2007).

Jenis buah yang memiliki prospek cerah jika dikembangkan oleh kalangan petani salah satunya ialah jeruk. Selain itu, masyarakat juga telah mengenal buah jeruk dan mudah dijumpai dimana saja. Banyak jenis buah jeruk yang tersedia

baik itu buah lokal maupun buah impor yang bisa diperoleh dipasar modern, dan pasar tradisional, membuat konsumen dapat dengan mudah menentukan buah jeruk mana yang sesuai dengan selera dan keinginannya. Seiring berkembangnya zaman dan ilmu pengetahuan dewasa ini, masyarakat mulai sadar akan pentingnya kesehatan yaitu dengan memperhatikan mengkonsumsi buah yang bermanfaat bagi tubuh dan mengandung vitamin (Daniel, 2000).

Komoditi hortikultura merupakan komoditi potensial yang mempunyai nilai ekonomi dan permintaan pasar yang cukup besar, salah satu komoditi mempunyai prospek menguntungkan jika diusahakan ialah jeruk. Buah jeruk merupakan buah yang banyak dikonsumsi di Indonesia dibanding dengan jenis buah lain seperti buah pisang, pepaya, alpukat, apel, dan durian.

Konsumsi buah di wilayah Kota Palu khususnya buah jeruk terdiri dari dua jenis yaitu jeruk lokal dan jeruk sunkis impor. Banyak anggapan bahwa buah impor lebih baik dari pada buah lokal, anggapan tersebut tidak selamanya, buah impor tidak selamanya mengungguli buah lokal baik rasa, tampilan fisik, dan harga. Tidak sedikit buah lokal rasa dan kualitasnya lebih baik dari buah impor. Semakin banyak buah jeruk impor di pasaran, akan mempengaruhi preferensi konsumen dalam mengkonsumsi, buah jeruk yang disukai konsumen adalah produk yang dapat memenuhi, memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Karakteristik suatu produk yang di inginkan konsumen ialah sesuatu yang di butuhkan dan berkualitas baginya (Manalo 1990, Baker 1999, Luce *et al.*, 2000, Schupp *et al.*, 2003, Abdul Hadi *et al.*, 2010).

**Rumusan Masalah.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut jeruk lokal dan buah jeruk impor yang menjadi preferensi konsumen, serta atribut apa yang paling di pertimbangkan konsumen dalam keputusannya membeli jeruk lokal atau jeruk impor.

## METODE PENELITIAN

**Tempat dan Waktu.** Penelitian dilakukan di pasar tradisional dan pasar modern Swalayan/BNS yang ada di Kota Palu, dimana terdapat penjual buah jeruk lokal dan buah jeruk impor. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan responden akan mudah dijumpai dipasar tradisional dan pasar moderen (Swalayan/BNS) yang diduga sebagai tempat penerima pertama buah jeruk dari petani. Waktu penelitian di mulai dari Bulan Januari sampai dengan Bulan Maret 2016.

**Penentuan Responden.** Penentuan responden dalam penelitian dilakukan secara *Insidental sampling* (teknik sampling kebetulan), sampling insidental ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara insidental/kebetulan ditemui peneliti dan memenuhi syarat sebagai responden dapat dijadikan sampel. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli jeruk lokal dan jeruk impor, dipasar moderen, dan pasar tradisional, dan membeli buah jeruk tidak menjualnya kembali serta bersedia untuk di interview.

### Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah analisis *chi square* untuk mengetahui adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap buah jeruk lokal dan jeruk sunkis impor di Kota Palu dengan atribut yaitu harga buah, ukuran buah, rasa, warna buah, daerah asal buah.

**Analisis Chi Square ( $\chi^2$ ).** Mengetahui ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk sunkis impor di Kota Palu digunakan rumus berikut (Siegel. 1992).

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \left[ \frac{(fo - fe)^2}{fe} \right]$$

Keterangan:

$\chi^2$  = Chi Square

$fo$  = Banyaknya responden yang memilih kategori dalam atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor

$fe$  = Banyaknya responden yang diharapkan dalam kategori atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor

$i...k$  = Kategori atribut dalam atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.

**Analisis Multiatribut Fishbein.** Analisis multiatribut fishbein digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap berbagai atribut suatu produk. Model fishbein dikatakan multiatribut karena banyak atribut yang akan dievaluasi. Evaluasi ini bersifat multidimensi. Konsumen menilai setiap atribut atau merek pada sebuah produk yang diberi bobot berdasarkan kepentingan relatifnya.

Prasetijo dan Ihalauw untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut jeruk lokal dan jeruk impor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen digunakan analisis multiatribut fishbein. Formulasi fishbein multiatribut yang digunakan sebagai berikut:

$$Ao = \sum_{i=1}^n bi . ei$$

Keterangan:

$Ao$  = Sikap konsumen terhadap buah jeruk lokal dan jeruk impor.

$Bi$  = Tingkat keyakinan konsumen bahwa buah jeruk lokal dan jeruk impor memiliki atribut tertentu (atribut ke-i).

$ei$  = Dimensi evaluasi konsumen terhadap variable ke-i yang di miliki jeruk lokal dan jeruk impor.

$n$  = jumlah atribut yang dimiliki jeruk lokal dan jeruk impor.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Karakteristik Responden.** Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi empat,

yakni jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

**Jenis Kelamin.** Perbedaan pria dan wanita, yaitu salah satu karakteristik konsumen yang sangat berpengaruh terhadap keputusan membeli dan mengkonsumsi suatu produk yang diinginkannya. Responden yang membeli buah jeruk lokal baik jeruk impor didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 44 responden dengan presentase 73,43% sedangkan responden laki-laki sebanyak 16 responden dengan presentase 26,67% hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan umumnya yang berperan dalam mengambil keputusan memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga.

**Umur Responden.** Umur merupakan sejumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk menjalani hidup. Tinggi umur seseorang mempengaruhi kedewasaan seseorang dalam berpikir, dalam hal mengambil keputusan sesuatu yang pasti dan penting yang akan di pilihnya. Hasil penelitian, menunjukkan responden yang membeli jeruk lokal didominasi oleh responden yang berusia 28-36 sebanyak 21 responden, 35,00% sedangkan jeruk impor yang mendominasi ialah responden yang berusia diatas 36 sebanyak 18 responden, 30,00% hal tersebut menunjukan bahwa pembelian buah jeruk didominasi oleh usia produktif.

**Tingkat Pendidikan.** Tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap perilaku serta selera konsumen dalam mengambil keputusan melakukan pembelian suatu produk. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang dalam hal mempertimbangkan sesuatu yang menjadi keputusannya. Responden yang membeli buah jeruk sebagian besar pada tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 20 responden, kemudian perguruan tinggi sebanyak 19 responden. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen buah jeruk di Kota Palu sebagian besar mempunyai tingkat pendidikan yang cukup tinggi.

**Pekerjaan.** Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik yang saling berhubungan. Akhir Pendidikan seseorang akan menentukan jenis pekerjaan yang akan di gelutinya. Pekerjaan seseorang ialah awal dari jenjang pendidikan, dan menjadi akhir karir seseorang, hasil pekerjaan akan menentukan pendapatan yang diterimanya. Pendapatan tersebut akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang dalam hal membeli jeruk lokal baik jeruk impor. Responden yang membeli jeruk lokal dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 11 responden, kemudian karyawan sebanyak 8 responden. Sedangkan responden cenderung membeli jeruk impor sebagian besar ialah perguruan tinggi (PT) dengan jumlah 9 responden. Jenis pekerjaan membedakan tingkat pendapatan, sehingga konsumsi produk atau pangan akan dibatasi oleh pendapatan dan harga pangan. Hal tersebut akan menentukan batas maksimal, apa yang harus dikonsumsi seseorang dalam hal ini buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.

Tabel 1. Menunjukkan bahwa dari semua atribut yang diamati dalam penelitian terdapat perbedaan dalam taraf kepercayaan 95% berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, Ke empat atribut yang diamati yaitu ukuran buah, warna buah, rasa, dan harga, memiliki  $\chi^2$  hitung lebih > dari  $\chi^2$  tabel.

Tabel 1. Hasil Perhitungan *Chi Square* terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal

Atribut	$\chi^2$ hitung	df	$\chi^2$ tabel	Keterangan
Jeruk lokal				
Ukuran	17,04	3	7,81	Berbeda nyata
Warna	18,96	3	7,81	Berbeda nyata
Rasa	20,35	3	7,81	Berbeda nyata
Harga	14,24	3	7,81	Berbeda nyata
Jumlah	70,59		31,24	
Rata-rata	17,64		7,81	

Tabel 2. Hasil Perhitungan Chi Square terhadap Atribut Buah Jeruk Impor

Atribut Jeruk impor	$\chi^2_{hitung}$	df	$\chi^2_{tabel}$	Keterangan
Ukuran	13,69	3	7,81	Berbeda nyata
Warna	78	3	7,81	Tidak Berbeda nyata
Rasa	15,22	3	7,81	Berbeda nyata
Harga	10,62	3	7,81	Berbeda nyata
Jumlah	117,53		31,24	
Rata-rata	29,38		7,81	

Tabel 3. Nilai Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Di Kota Palu

Atribut Jeruk lokal bi kategori	Jeruk impor bi kategori
Ukuran 3,82 baik	3,84 baik
Warna 3,79 netra	3,88 sangat baik
Rasa 4,02 sangat baik	4,03 sangat baik
Harga 3,91 sangat baik	3,76 netral
Jumlah 15,54	15,01
Rata-rata 3,88	3,75

Hal tersebut terdapat perbedaan preferensi konsumen pada atribut jeruk lokal, kecuali atribut warna buah yang ada pada buah jeruk impor, hal ini disebabkan buah jeruk impor memiliki warna yang seragam yaitu oranye sehingga semua responden memiliki preferensi yang sama terhadap atribut warna buah jeruk impor.

Tabel 2. Menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Kecuali pada atribut warna, dimana  $\chi^2$  hitung lebih < dari  $\chi^2$  tabel. Ketiga atribut jeruk impor yang diamati ukuran, rasa, dan harga. Menunjukkan bahwa  $\chi^2$  hitung lebih > dari  $\chi^2$  tabel. Hal Ini berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada buah jeruk impor.

Tabel 4. Nilai Tingkat Kepentingan Evaluasi (ei) terhadap Atribut Jeruk Lokal

Atribut jeruk lokal jeruk impor			
	ei	kategori	ei kategori
Ukuran	3,83	penting	3,81 penting
Warna	3,73	netra	3,92 penting
Rasa	4,00	sangat penting	3,96 sangat penting
Harga	3,97	penting	3,69 netral
Jumlah	15,35		15,38
Rata-rata	3,84		3,84

Tabel 5. Nilai Sikap (Ao) Preferensi Konsumen terhadap Atribut Jeruk Lokal dan Jeruk Impor

Atribut Buah Jeruk Lokal & Jeruk Impor Nilai	Sikap (Ao) Rating	Sikap (Ao) Rating
Ukuran 14,6306	III	14,6304 III
Warna 14,1367	IV	15,2096 II
Rasa 16,08	I	15,9588 I
Harga 15,5227	II	13,8744 IV
Jumlah 60,37		57,67
Rata-rata 15,09		14,91

Tabel 3. Menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal tertinggi yaitu pada atribut rasa buah, dengan kategori sangat baik, artinya konsumen sangat meyakini atribut rasa buah jeruk lokal, nilai terendah pada atribut warna buah lokal, dengan kategori netral. Pada jeruk impor juga menunjukkan hal yang sama pada atribut rasa, dimana rasa buah merupakan atribut yang paling diyakini dengan kategori sangat baik, sedangkan pada jeruk impor untuk atribut dengan kategori netral/terendah terdapat pada atribut harga konsumen tau yakin akan harga buah jeruk impor.

Tabel 4. Menunjukkan bahwa dimensi evaluasi konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal yang paling penting adalah rasa buah, dan nilai terendah dengan kategori netral jeruk lokal yaitu pada atribut warna. Pada buah jeruk impor juga menunjukkan hal yang sama, yaitu atribut yang sangat penting di pertimbangkan adalah rasa buah, dan harga buah

merupakan atribut yang rendah dengan kategori netral.

Berdasarkan dari tingkat kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) tingkat kepentingan maka diperoleh nilai sikap (Ao) terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dengan cara mengalikan angka tingkat kepercayaan (bi) dengan tingkat kepentingan (ei).

Nilai sikap (Ao) menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada buah jeruk lokal dan buah jeruk impor seperti warna dan rasa buah tersebut. Adapun sikap konsumen terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk Impor ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Menunjukkan bahwa nilai sikap konsumen terhadap atribut yang di pertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal berturut-turut dari yang paling tinggi sampai yang terendah, ialah rasa buah, harga buah, ukuran, dan warna buah. Hasil nilai ini juga sama pada buah jeruk impor di mana untuk atribut rasa, juga merupakan nilai tertinggi, dengan selisih nilai tidak jauh berbeda pula, kemudian warna buah, ukuran, dan nilai sikap terendah pada atribut harga jeruk impor. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa di duga terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap semua atribut-atribut pada buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, kecuali pada atribut warna buah jeruk impor. Buah jeruk lokal yang menjadi preferensi konsumen dalam penelitian ialah buah jeruk yang mempunyai rasa manis dan warna buah kuning hijau, ukuran buah sedang (8-9 buah/kg). kemudian untuk buah jeruk impor yang menjadi preferensi konsumen dalam penelitian adalah buah jeruk yang mempunyai rasa manis, warna buah orange ukuran sedang (5-7 buah/kg).

### Saran

Bagi petani yang berusaha di bidang pemasaran buah jeruk mengutamakan tindakan pasca panen seperti penjagaan kualitas dan kuantitas jeruk seperti penyimpanan, pengepakan, pelabelan, dan pendistribusian sehingga mutu dan ketersediaan buah jeruk lokal terjamin. Kemudian melakukan pemasaran yang tepat agar tidak kalah saing dengan buah jeruk impor. Bagi pemerintah, hendaknya mendorong lembaga riset pertanian dalam menghasilkan produk buah jeruk lokal yang berdaya saing, serta mengendalikan volume jenis buah yang di impor melalui peraturan dan kebijakan, dan melakukan sosialisasi tentang keunggulan buah lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deptan, 2007. *Ekspor Impor Produk Hortikultura Indonesia*. <http://agribisnis.deptan.go.id>. Diakses 7 Maret 2013.
- Daniel, M, 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Manalo, A.B. 1990. Assessing The Importance of Apple Attributes: *An Agricultural Application of Conjoint Analysis*. *Northeastern Journal of Agricultural and Resource Economics*, Vol. 19 (2): 118-124.
- Siegel. 1992. *Statistik Nonparametrik*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sumekto, H., A. Suprianto dan D. Kritianto 1995 *Pengaruh Umur dan Bagian Semaian terhadap Pertumbuhan Stek Satu Ruas Batang Bawah Jeruk Japanesche Citroen*. *J. Hortikultura* 5, Nol 1. Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Penelitian Pertanian dan Pengembangan Hortikultura. Jakarta