

PERILAKU KONSUMEN BUAH APEL DI KOTA MANADO

Benu Olfie L. Suzana
M. J. Memah
Ridha Indarani Rivai

ABSTRACT

This research has been conducted in Manado using primary data, descriptive statistical analysis method. This study aims to determine internal and external factors in consumer behavior of apples in the city of Manado.

The results of this study indicate that the internal factor is the factor that comes from within the consumer that is age, occupation, income has a strong influence on consumer behavior of apples in the city of Manado and external factors are factors that come from outside the self that is consumer reference group and family have an important influence on consumer behavior of apples in the city of Manado. From the consumer behavior of apples in the city of Manado to be seen kind of the most popular apples are fuji apples because according to consumer tastes and behavior of apples in the city of Manado.

Keywords: *Apples, Consumer Behavior, Internal and External Factors*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keputusan pembelian merupakan kesimpulan terbaik konsumen dalam membeli. Keputusan pembelian konsumen berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang selalu berubah dalam memilih dan membeli suatu barang, karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda. Sesuai dengan pendapat Philip Kotler dan Gary Armstrong (1996) keputusan pembelian oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor Eksternal (kebudayaan dan sosial) dan faktor internal (pribadi dan psikologi dari pembeli). Dalam membeli suatu barang, konsumen selalu memperhatikan faktor-faktor di atas. Faktor-faktor tersebut diduga berpengaruh terhadap perilaku dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, termasuk untuk produk buah-buahan.

Apel merupakan salah satu jenis buah-buahan yang digemari oleh masyarakat secara umum. Di Manado buah apel merupakan komoditas buah yang banyak digemari di kalangan masyarakat, karena buah-buahan sangat

penting bagi kebutuhan tubuh khususnya buah apel memiliki banyak kandungan gizi dan vitamin yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh, Sifat khas buah apel menyebabkan buah apel memiliki positioning (tempat) tersendiri bagi masyarakat Kota Manado.

Buah apel dapat ditemui pada beberapa Supermarket di kota Manado. Di sana terdapat beberapa jenis buah apel sehingga konsumen dapat membeli buah apel yang sesuai dengan selera konsumen itu sendiri.

Borobudur, Hypermart dan Freshmart merupakan Contoh Supermarket Di Manado yang menjual berbagai jenis buah apel dan pemilihan merek yang lebih beragam sehingga produk buah apel semakin diminati. Gaya hidup modern merupakan salah satu faktor individu yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang, selain itu apel kerap menjadi pilihan para pelaku diet sebagai makanan substitusi dan merupakan salah satu *commercial hortikulture* yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dapat diolah menjadi produk olahan, seperti : sari apel, sirup apel, jenang apel, kripik apel dan masih banyak lagi.

Sehingga menarik untuk diteliti tentang perilaku konsumen dalam membeli buah apel di

tiga tempat tersebut yang diharapkan bisa merepresentasikan kota Manado.

Melalui penelitian ini akan dikaji lebih jauh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian buah apel.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan di lokasi penelitian yaitu pada Borobudur supermarket, Hypermart Manado, Freshmart Manado. Responden adalah konsumen buah apel yang dipilih secara langsung di lokasi penelitian menggunakan metode Accidental Sampling dengan jumlah 60 orang, masing – masing 20 orang untuk satu lokasi penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara kostioner pertanyaan secara langsung ke Konsumen buah apel yang diambil langsung dari lokasi penelitian.

Variabel Pengamatan

Variabel yang diamati berdasarkan Prasurevei yang dilaksanakan sebelumnya yaitu Faktor Internal dan eksternal yang diduga mempengaruhi perilaku konsumen buah apel, yaitu:

1. Faktor Internal
 - a) Usia
 - b) Pekerjaan
 - c) Keadaan Ekonomi (Pendapatan / bulan)
2. Faktor Eksternal
 - a) Kelompok Referensi
 - b) Keluarga
3. Jenis buah apel yang diminati / dibeli.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara statistik deskriptif. Akan disajikan dalam bentuk tabel dan diagram dan dianalisis secara deskriptif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan November 2010 sampai Januari 2010, Lamanya

penelitian 3 (tiga) bulan. Lokasi penelitian bertempat di Manado pada tiga (3) supermarket yaitu Borobudur Supermaket, Hypermart dan Freshmart.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Supermarket

Supermarket Borobudur Manado

Borobudur merupakan salah satu Supermarket di Manado, Lokasi Borobudur strategis, karena berada di kawasan jalan raya, tepatnya tepatnya di Jl. Yos Sudarso (di depan Patung Kuda Paal 2 Manado). Supermarket Borobudur terdiri dari 2 lantai, Lantai 2 menjual pakaian dan barang-barang rumah tangga dan lain-lain. Lantai 1 menjual bahan-bahan kebutuhan pokok, seperti bahan makanan, minuman, sayur-sayuran, buah-buahan. Supermarket borobudur menjual beberapa jenis buah, khusus untuk buah buah apel jenis buah apel yang dijual disana adalah Apel Fuji Sunmoon, Apel fuji Wangsan, Apel Fuji RRC, Apel Washigton, Apel Grany Smith.

Hypermart Manado

Hypermart Manado merupakan salah satu Supermarket yang terletak di lokasi yang sangat strategis, karena berada di kawasan Mall. Hypermart terletak di pusat kota tepatnya di Jl. Piere Tendean (Boulevard).

Jenis-jenis produk yang dijual di Hypermart di antaranya pakaian, alat-alat dapur, alat-alat mandi, susu, makanan, bahan kue, kebutuhan pokok seperti minyak goreng, beras, tepung, gula, minuman, sayur-sayuran dan buah-buahan. Hypermart menyediakan beberapa jenis buah apel yaitu Apel Washington, Apel Fuji, Apel Grany Smith, Apel Malang dan Apel Royal Gala.

Freshmart Manado

Freshmart merupakan salah satu supermarket yang terletak di lokasi yang strategis karena freshmart berada di kawasan Bahu Mall. Freshmart tepatnya terletak di jalan Wolter Monginsidi No 1 Blok SW, (Boulevard). Freshmart terdiri dari 3 lantai, lantai 3 menjual

pakaian, lantai 2 menjual alat-alat elektronik, alat tulis menulis, alat perlengkapan mandi dan alat kebutuhan rumah tangga lainnya, lantai 1 menjual kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, sayur-sayuran dan buah- buahan. Khusus buah apel, Freshmart menyediakan beberapa jenis buah apel yaitu Apel Washington, Apel Fuji, Apel Grany Smith, Apel Royal gala dan Apel Malang.

Karakteristik Responden buah Apel

a. Usia Konsumen buah Apel

Di bawah ini akan diuraikan usia pembeli buah apel. Hal ini dimaksudkan untuk melihat dominan tingkat usia pembeli buah apel di Manado.

Berdasarkan hasil penelitian pada 3 supermarket di Manado yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart dapat terlihat bahwa sebagian besar usia Pembeli Konsumen buah apel di kota Manado di dominasi oleh usia diatas 40 tahun, karena sebagian besar pembeli berusia di atas 40 tahun (Tabel 1).

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pembeli buah apel pada Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart.

Berdasarkan hasil penelitian pada tiga (3) supermarket di Manado yaitu supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart terlihat, sebagian besar tingkat pendidikan pembeli buah apel adalah Tingkat SMA. Karena sebagian besar responden yang diwawancarai berpendidikan akhir SMA (Tabel 2).

c. Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian pada tiga (3) supermarket di Manado yaitu supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart dapat terlihat bahwa sebagian besar jenis pembeli buah apel adalah Ibu Rumah Tangga karena diantara anggota keluarga, ibu rumah tangga adalah pembeli utama keluarga karena ibu rumah tangga yang berperan dominan dalam mengatur pengeluaran dan menentukan barang mana yang harus dibeli untuk memenuhi kebutuhan keluarga (Tabel 3).

Faktor Internal yang mempengaruhi Perilaku konsumen Buah Apel di Kota Manado

Faktor Internal

Faktor Internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli dan menggunakan suatu produk.

a. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi konsumen dapat dilihat dari tingkat pendapatan keluarga konsumen. Keluarga yang dimaksud disini adalah keluarga inti yang terdiri dari ayah ibu dan anak. Tingkat pendapatan keluarga konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan hasil penelitian pada 3 supermarket di Manado yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart dapat terlihat bahwa sebagian besar keadaan ekonomi konsumen buah apel yang diukur dari pendapatan keluarga konsumen buah apel, didominasi oleh pendapatan di atas Rp 4.000.000,00 atau bisa dikatakan berpendapatan menengah ke atas hal itu menunjukkan bahwa buah apel masih memiliki harga tinggi sehingga sebagian besar konsumen buah apel adalah konsumen yang berpendapatan menengah ke atas.

Pendapatan suatu keluarga dapat mencerminkan gaya hidup dari keluarga tersebut, dimana dari masa ke masa gaya hidup akan bersifat dinamis, pada saat ini bisa kita amati terjadi beberapa perubahan gaya hidup sehingga mengubah selera dan perilaku pembelian, salah satu perubahan gaya hidup yang terjadi saat ini adalah perubahan gaya hidup sehat yaitu masyarakat pada saat ini mempunyai perhatian yang besar pada masalah kesehatan dan gizi, masyarakat memilih mengkonsumsi produk yang dipercayai mampu memberikan manfaat kesehatan contohnya dengan mengkonsumsi buah apel yang dipercaya memiliki kandungan gizi dan vitamin yang baik untuk kesehatan.

Tabel 1. Usia Pembeli Buah Apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

No	Usia	Borobudur		Hypermart		Freshmart	
		Jumlah Konsumen	%	Jumlah Konsumen	%	Jumlah Konsumen	%
1	≤ 30	4	20	5	25	6	30
2	31-39	5	25	6	30	6	30
3	≥ 40	11	55	9	45	8	40
Jumlah		20	100	20	100	20	100

Sumber : Data Primer 2010

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Pembeli buah apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

No	Pendidikan	Borobudur		Hypermart		Freshmart	
		Jumlah Pembeli	%	Jumlah Pembeli	%	Jumlah Pembeli	%
1	SD	1	5	-	-	-	-
2	SMP	1	5	-	-	-	-
3	SMA	11	55	13	65	12	60
4	DIPLOMA	1	5	1	5	-	-
5	SARJANA	6	30	6	30	8	40
Jumlah		20	100	20	100	20	100

Sumber Data Primer 2010

Tabel 3. Pekerjaan Pembeli Buah Apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

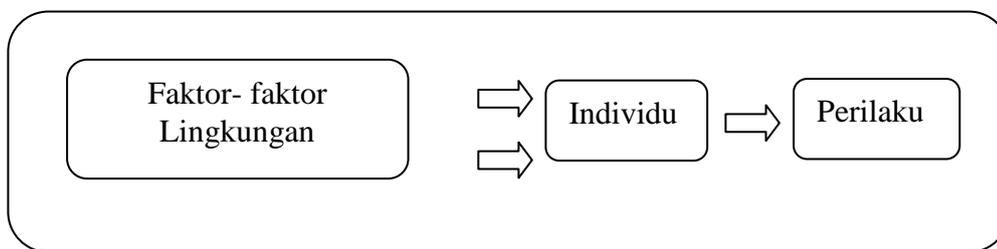
No	Pekerjaan	Borobudur		Hypermart		Freshmart	
		Jumlah Konsumen	%	Jumlah Konsumen	%	Jumlah Konsumen	%
1	Wiraswasta	3	15	2	10	4	10
2	Pegawai Swasta	2	10	4	20	4	20
3	Pegawai negeri	3	15	4	20	4	20
4	Pelajar	1	5	4	20	2	10
5	Ibu Rumah Tangga	11	55	5	25	5	25
6	Tidak ada Pekerjaan	-	-	1	5	1	5
Jumlah		20	100	20	100	20	100

Sumber Data Primer 2010

Tabel 4. Tabel Tingkat Pendapatan Keluarga Konsumen Buah Apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

No	Pendapatan	Borobudur		Hypermart		Freshmart	
		Jumlah Pembeli	%	Jumlah Pembeli	%	Jumlah Pembeli	%
1	≤ 2.000.000	4	20	3	15	3	15
2	2.000.000 – 3.000.000	4	20	5	25	4	20
3	3.000.000 – 4.000.000	5	25	4	20	6	30
4	≥ 4.000.000	7	35	8	40	7	35
Jumlah		20	100	20	100	20	100

Sumber: Data Primer 2010



Gambar 2. Pola Dasar dari Teori Perilaku konsumen

Faktor Eksternal yang mempengaruhi Perilaku konsumen Buah Apel di Kota Manado

Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor dari luar diri konsumen atau berasal dari lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan suatu barang.

Gambar 2 (dua) memperlihatkan bahwa perilaku konsumen ditimbulkan oleh adanya beberapa bentuk interaksi antara faktor - faktor lingkungan dan timbulnya kebutuhan dalam individu.

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi pada perilaku konsumen buah apel di tiga supermarket yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart. Hal ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada pengaruh kelompok referensi dalam perilaku mengkonsumsi buah apel dan

kelompok referensi mana yang paling dominan mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi buah apel. Pengaruh kelompok referensi dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan hasil penelitian pada tiga (3) supermarket di Manado yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart dapat terlihat perilaku konsumen buah apel karena adanya pengaruh dari kelompok referensi. Referensi yang paling kuat mempengaruhi perilaku konsumen buah apel adalah media info. Media Info memberikan Informasi tentang gaya hidup sehat dengan mengkonsumsi buah apel sehingga mempengaruhi perilaku konsumen buah Apel. Demikian juga dengan referensi dari dokter yang berupa saran bagi mereka yang memiliki penyakit, buah Apel dapat mengurangi resiko penyakit mereka. Referensi dari teman biasanya teman yang menyarankan mengkonsumsi buah apel untuk kesehatan.

Tabel 5. Kelompok Referensi Pada Pembeli buah Apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

No	Kelompok Referensi	Borobudur		Hypermart		Freshmart	
		Jumlah Pembeli	%	Jumlah Pembeli	%	Jumlah Pembeli	%
1	Teman	2	10	1	5	1	5
2	Saudara	1	5	-	-	2	10
3	Media Info	9	45	8	40	12	60
4	Dokter	3	15	4	20	1	5
5	Tidak ada Referensi	5	25	7	35	4	20
Jumlah		20	100	20	100	20	100

Sumber: Data Primer 2010

Kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup sehat, kelompok referensi memberikan dorongan pada seseorang dalam perilaku konsumen buah apel. Sehingga dapat disimpulkan kelompok referensi adalah suatu pengaruh yang penting dan dijadikan pedoman dalam perilaku konsumen buah Apel di Kota Manado.

b. Keluarga

Keluarga yang dimaksud disini adalah keluarga inti yaitu terdiri dari ayah, ibu dan anak yang tinggal bersama. Anggota keluarga yang mempengaruhi perilaku konsumen buah apel dapat dilihat pada Tabel 6. Berdasarkan hasil penelitian pada tiga (3) supermarket di Manado

yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart dapat terlihat bahwa Pengaruh Anggota keluarga yang paling dominan dalam pembelian buah apel adalah anak keinginan anak untuk mengkonsumsi buah apel, baik anak kecil atau remaja dapat memiliki pengaruh yang kuat kepada orang tuanya dalam membeli buah apel. Anggota keluarga yang ikut mempengaruhi perilaku konsumen apel yaitu suami dan istri dari pembeli. Sehingga dapat disimpulkan, Keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Dengan mana seseorang yang berhubungan langsung, keluarga memiliki peranan yang kuat dalam perilaku mengkonsumsi buah apel.

Tabel 6. Tabel Anggota Keluarga yang Mempengaruhi Pembeli Buah Apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

No.	Anggota keluarga yang mempengaruhi	Pengaruh Anggota Keluarga (%)		
		Borobudur	Hypermart	Freshmart
1	Anak	52,5	50	37,5
2	Suami	12,5	10	30
3	Istri	5	5	7,5
4	Tidak dipengaruhi	30	35	25
Total %		100	100	100

Sumber Data Primer 2010

Tabel 7. Jenis Buah Apel yang Digemari Konsumen buah Buah Apel di Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart

No	Jenis buah Apel yang dijual	Borobudur		Hypermart		Freshmart	
		Jumlah Konsumen	%	Jumlah Konsumen	%	Jumlah Konsumen	%
1	Apel Washington	1	5	2	10	2	10
2	Apel fuji	18	90	15	75	16	80
3	Apel Grany smith	1	5	1	5	1	5
4	Apel Malang	-	-	1	5	-	-
5	Apel Royal gala	-	-	1	5	1	5
Jumlah		20	100	20	100	20	100

Sumber: Data Primer 2010

Jenis apel Buah Apel yang digemari Konsumen Buah Apel di Kota Manado

Di bawah ini akan diuraikan jenis buah apel yang dijual di Supermarket Borobudur, hypermart dan freshmart. Hal ini dimaksudkan untuk melihat jenis buah apel mana yang paling digemari konsumen buah apel sesuai dengan selera konsumen buah apel di kota Manado berdasarkan penelitian pada tiga (3) supermarket yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart yang mewakili konsumen buah apel di Manado. Berdasarkan hasil penelitian pada tiga (3) supermarket di Manado yaitu Supermarket Borobudur, Hypermart dan Freshmart dapat terlihat jenis buah apel yang paling digemari adalah jenis apel fuji karena rasa buah apel fuji yang sesuai dengan selera konsumen buah apel baik apel fuji sunmoon, apel fuji Red star serta apel fuji RRC, Apel fuji ini banyak digemari konsumen buah apel di Kota Manado karena selera masyarakat kota manado yang dan ditunjang dengan harga yang lebih murah dibandingkan jenis buah apel lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi buah apel adalah

faktor internal yaitu usia, pekerjaan konsumen dan keadaan ekonomi. Faktor eksternal yaitu kelompok referensi dan keluarga.

Untuk jenis buah apel yang paling digemari konsumen buah apel di kota manado adalah apel fuji karena buah apel fuji sesuai dengan selera konsumen buah apel di Kota Manado.

SARAN

Disarankan diadakan penelitian lanjut terkait dengan penelitian ini seperti menghitung besarnya pengaruh faktor Internal dan faktor Eksternal terhadap perilaku konsumen apel. Berdasarkan hasil penelitian, jenis apel yang paling diminati konsumen apel di kota Manado adalah jenis apel fuji, melihat konsumen lebih tertarik dengan buah Apel fuji, disarankan bagi Supermarket Borobudur, Hypermart, freshmart lebih memperhatikan ketersediaan jenis Buah apel fuji untuk mempertahankan konsumen buah apel dan mempelajari karakteristik konsumen untuk menangkap peluang pasar yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Anonimous. <http://www.thefruitpages.com/chartapples.shtml>. diakses pada tanggal 8 November 2010

- Anonimous.http://umihamid.multiply.com/journal/item/61/KHASIAT_TUMBUH-TUMBUHAN. Diakses pada tanggal 5 November 2010.
- Anonimous.<http://www.gexcess.com/id/pengertian-pasar-menurutfisikpasar.html>. Diakses pada Tanggal 13 November 2010
- Kotler, dan Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Yogyakarta
- Lupioadi, Rambat. 2001. Manajemen dan Pemasaran. Salemba Empat. Jakarta
- Saladin, Djaslim. 2003. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian). Linda Karya. Bandung
- Setiadi, Nugroho. Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran). Kencana media Group. Jakarta
- Simamora, Bilson. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT. GramediaPustaka Utama. Jakarta
- Stanton, William. 1993. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta
- Sunarjo, Hendro. 1986. Ilmu Produksi Tanaman Buah-Buahan. Sinar Baru. Bandung
- Swastha, Basu dan Handoko. 1997. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. BPFE. Yogyakarta
- Swastha, Basu, Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Toar, 2010, Pengukuran Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Manado, Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi. Manado
- Tjiptono, Fandy. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Banyumedia Publishing. Malang.