

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Asal China Pasca ACFTA 2010 dengan Model Multiatribut Fishbein

by Susanawati Susanawati

Submission date: 15-Aug-2019 01:52PM (UTC+0700)

Submission ID: 1160279883

File name: Sikap_Konsumen_Terhadap_Atribut_Buah_Jeruk_Lokal.pdf (233.34K)

Word count: 2798

Character count: 16271

SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BUAH JERUK LOKAL DAN JERUK ASAL CINA PASCA ACFTA 2010 DENGAN MODEL MULTIATRIBUT FISHBEIN

Susanawati

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Selatan Tamantirto Kasihan Bantul DI Yogyakarta Telp (0274)-387656
e-mail : nagribis@yahoo.co.id.

Abstract

The Consumer's Attitude towards the Attribute of Local Citrus and China Citrus Post ACFTA 2010 with Multi-Attribute Fishbein Model. Post ACFTA 2010 fruits from China circulated in Yogyakarta City, especially for citrus fruit, so increase choice for consumer citrus fruit. This matter caused difference consumer's attitude towards attribute from Local citrus fruits and China citrus fruits. Because of that needed research to describe consumer's attitude towards attribute that was owned by local citrus fruit and citrus fruit from China. The research was carried out to the kiosk trader in Wates, Colombo, and Gembira Loka street. Taking of the sample used accidental quota sampling for 100 mothers of the household. Data collection through interview, and analysis technique of the data used Multi-Attribute Fishbein Model. The attribute of citrus fruit was researched is price, freshness, fruity flavor, color, aroma, measurement, vitamins, and package. Results of the research showed consumer's attitude was good enough. Consumer's attitude towards attribute that was owned local citrus fruit in order was content of vitamins, freshness, fruity flavor, aroma, measurement, color, package, and price. Whereas the citrus fruit from China in order was determined by the attribute of fruity flavor, color, package, aroma, freshness, vitamins, measurement, and price. The result of this research can used to producer of local fruits to increased the attribute quality for example was colour, package, and price.

Keywords: local citrus, citrus from China, attribute, consumer's attitude

PENDAHULUAN

Meski tidak begitu besar, namun prospek sejumlah komoditas buah-buahan kita sudah punya pangsa pasar di luar negeri. Komoditas buah-buahan unggulan yang punya pasar di luar negeri di antaranya manggis, mangga, melon dan semangka yang saat ini tinggi permintaannya dari sejumlah negara, di antaranya melon dan semangka ke Malaysia, Singapura dan Hongkong. Buah salak yang kini sangat kompetitif disukai masyarakat negara China, setiap pekannya di ekspor 15 ton salak. Sekitar tiga persen kebutuhan buah di pasaran berasal dari luar negeri terutama yang perkembangannya di Tanah Air kurang begitu bagus. Impor masih didominasi buah pir, apel dan urutan ketiga buah jeruk khususnya jenis dari Cina sebanyak 80 ribu ton/tahun (Anonim, 2009).

Buah jeruk memiliki bentuk dan rasa yang khas dan bisa tumbuh diberbagai daerah dengan iklim yang berbeda. Kekayaan varietas jeruk menjadikan buah ini memiliki nama, bentuk dan rasa yang berbeda-beda sesuai tempat tumbuh dan asal dikembangkannya buah tersebut. Buah jeruk dari beberapa varietas dimanfaatkan air, daging buah, biji, dan kulitnya, buah jeruk ini ketika masih mentah memiliki rasa yang sangat asam dengan warna kulit hijau dan setelah matang akan berubah warna menjadi kuning dan rasanya manis, akan tetapi ada beberapa buah jeruk yang memiliki rasa asam walaupun sudah matang, kebanyakan masyarakat membedakan buah jeruk ini dari sisi kemanfaatannya.

Kandungan vitamin C dalam buah jeruk cukup tinggi sehingga bagi mereka yang mengalami gangguan lambung akan menghindari konsumsi buah jeruk ini, selain itu beberapa jenis buah jeruk dimanfaatkan untuk perawatan kulit dan rambut, ada juga buah jeruk yang dimanfaatkan sebagai mainan

seperti jeruk gulung yang memiliki ukuran cukup besar dan kulit yang tebal, ketika saya masih kecil menggunakan kulit buah jeruk ini untuk membuat mobil-mobilan dan kereta-keretaan (Anonim, 2010).

Sejak 1 Januari 2010 ASEAN termasuk juga Indonesia memulai *Free-Trade Agreement* dengan Cina atau dikenal dengan ACFTA 2010. Dalam ACFTA tersebut salah satu komoditasnya adalah buah-buahan, sehingga buah-buahan dari Cina bebas masuk Indonesia tanpa bea impor. Buah-buahan dari negeri tirai bambu itu masuk ke Indonesia tanpa bea impor. Kebijakan tersebut sebagai konsekuensi ekspor bebas bea masuk (BM) *crude palm oil* (CPO) dari Indonesia ke Cina. Hampir seluruh komoditi seperti manggis, rambutan, durian dan jeruk yang ada di pasar merupakan dari Cina. Ini berdasarkan data yang dihimpun *Standar International Trade Classification* (SITC) (www.hariansumutpos.com). Selain itu impor buah masih didominasi buah pir, apel dan urutan ketiga buah jeruk khususnya jenis dari Cina sebanyak 80 ribu ton/tahun (Anonim, 2009).

Menteri Pertanian Suswono mengatakan selama ini sering didapati banyak produk buah-buahan asal Cina sudah dalam kondisi tidak bagus karena telah lama dipanen sehingga harganya sangat murah. "Banyak produk China yang hampir satu tahun, misalnya jeruk, sehingga aromanya sudah tidak ada. Produk China yang masuk ke sini, akan kita perketat kontrolnya," katanya. Selain kualitasnya rendah, menurut Suswono, sejumlah faktor yang dinilai menjadikan produk buah-buahan asal China bisa dijual murah, antara lain, adanya subsidi dari negara ataupun dumping (www.kompas.com).

Jika dilihat dari kualitas, sebenarnya buah jeruk lokal contohnya jeruk keprok dan jeruk siam, memiliki kualitas yang lebih baik, lebih segar, lebih manis dari jeruk Cina. Memang jeruk dari Cina lebih murah dari jeruk lokal, tetapi seharusnya harga bukan menjadi masalah besar. Justru masalahnya tidak hanya pada harga tapi minimnya pengetahuan masyarakat tentang kelebihan dari jeruk lokal dibandingkan jeruk impor seperti jeruk dari Cina (Taufik, 2010).

Kota Yogyakarta merupakan salah satu pasar bagi buah jeruk baik itu jeruk lokal maupun jeruk asal Cina. Hal tersebut dapat dilihat di pedagang buah di kios-kios pinggir jalan, pasar tradisional dan pasar modern. Berdasarkan kondisi tersebut tentunya terdapat perbedaan penilaian atau sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki kedua jenis buah jeruk seperti harga, kesegaran, rasa, warna, aroma, ukuran, kandungan vitamin, dan kemasannya. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina dilihat dari tingkat kepercayaan dan evaluasi dari konsumen tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Simamora (2004) sikap terhadap objek terbentuk dari proses integrasi informasi, dimana selama proses integrasi, konsumen mengkombinasikan beberapa pengetahuan, arti dan kepercayaan tentang produk atau merek untuk membentuk evaluasi menyeluruh. Hasil penelitian ini berguna bagi produsen atau petani buah jeruk lokal (dalam negeri) untuk memperbaiki kualitas berdasarkan atribut-atribut yang nilainya rendah menurut konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif (*deskriptif research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam rangka menelaah variabel-variabel lepas dalam suatu fenomena atau peristiwa berdasarkan data yang dikumpulkan dari subyek yang banyak dan menganalisis keterkaitan antara variabel-variabel dalam suatu fenomena yang diteliti tersebut. Permasalahan dalam penelitian deskriptif akan dikaitkan dengan situasi nyata yang sedang dihadapi (Ali, 1993). Tujuannya agar dapat menghasilkan gambaran lebih jelas tentang situasi-situasi sosial yang terjadi (Nasution, 2002).

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survai atau biasa disebut sebagai *survey descriptive* yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Penelitian deskriptif metode survai ini dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual melalui penyelidikan dalam waktu bersamaan terhadap sejumlah individu dengan menggunakan kuesioner

yang dibagikan kepada sejumlah subyek sebagai sampel penelitian (Nazir, 1999). Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian *ek post facto* artinya data dikumpulkan setelah semua peristiwa yang dipersoalkan berlangsung (Suryabrata, 1998).

Lokasi penelitian di Kota Yogyakarta yang ditentukan secara sengaja karena banyaknya pedagang kios buah yang ada di wilayah tersebut. Penentuan tempat pengambilan sampel juga secara sengaja yaitu pada pedagang kios buah yang ada di Jalan Wates, Colombo, dan Gembira Loka sebagai pusat pedagang kios buah di Kota Yogyakarta. Pedagang kios buah diambil secara sensus di ketiga lokasi tersebut. Konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu rumahtangga, karena biasanya yang banyak melakukan pembelian buah jeruk adalah ibu rumahtangga. Sedangkan untuk pengambilan sampel konsumen secara *accidental sampling* terhadap 100 ibu rumah tangga yang membeli buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina. Pengumpulan data dari konsumen menggunakan teknik wawancara selama 1 bulan yaitu bulan Oktober 2011.

Dalam rangka menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh buah jeruk lokal dan jeruk asal cina digunakan Model Multiatribut Fishbein. Adapun Atribut-atribut kedua jenis jeruk yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 8 atribut yaitu harga, kesegaran buah, rasa buah, warna buah, aroma buah, ukuran buah, kandungan vitamin, dan kemasan. Menurut Sumarwan (2003) model multiatribut menekankan adanya *salient of attributes*. *Salient* artinya tingkat kepentingan yang diberikan konsumen kepada sebuah atribut. Model tersebut menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk ditentukan oleh dua hal yaitu kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki produk (komponen bi) dan evaluasi pentingnya atribut dari produk tersebut (komponen ei), yang digambarkan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

keterangan :

- Ao : sikap terhadap buah jeruk lokal dan jeruk asal cina
- bi : kekuatan kepercayaan bahwa kedua buah jeruk memiliki atribut 8 buah
- ei : evaluasi terhadap 8 atribut yang dimiliki oleh kedua jenis jeruk.
- n : 8

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan konsumen terhadap atribut yang dimiliki buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina. Pengukuran tingkat kepercayaan konsumen menggunakan skor 1-5. Adapun tingkat kepercayaan konsumen tersebut terlihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Tingkat Kepercayaan Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk.

Atribut	Jenis buah jeruk	
	Lokal	Asal Cina
Harga	3,45	3,58
Kesegaran buah	3,96	3,24
Rasa buah	3,72	3,79
Warna buah	3,11	4,11
Aroma buah	3,62	3,58
Ukuran buah	3,54	3,69
Kandungan vitamin	4,47	3,15
Kemasan	3,02	3,98

Sumber : data primer

Berdasarkan Tabel 1 atribut buah jeruk lokal yang memiliki skor tertinggi adalah kandungan vitamin, kemudian disusul kesegaran buah, rasa buah, aroma buah, ukuran buah, harga, dan warna buah. Tetapi untuk buah jeruk asal Cina atribut yang memiliki skor tertinggi adalah warna buah, kemudian urutan kedua kemasan buah, kemudian rasa buah, ukuran buah, harga, dan urutan terendah adalah kesegaran buah.

Tabel 1 menunjukkan bahwa kepercayaan atau keyakinan konsumen yang berbeda terhadap atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk asal Cina adalah kandungan vitamin, kesegaran buah, warna buah, dan kemasan. Perbedaan tersebut ditunjukkan oleh nilai skor kepercayaan yang berbeda antara jeruk lokal dan jeruk asal Cina. Skor tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut kandungan vitamin dan kesegaran buah yang dimiliki oleh buah jeruk lokal lebih tinggi dibandingkan buah jeruk asal Cina untuk kedua atribut tersebut. Sedangkan skor tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut warna buah dan kemasan lebih tinggi untuk buah jeruk asal Cina dibanding buah jeruk lokal. Skor tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut harga, rasa buah, ukuran buah, dan aroma buah hampir sama antara buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa kandungan vitamin dan kesegaran buah jeruk lokal lebih tinggi dibanding jeruk asal Cina, tetapi untuk warna buah serta kemasan lebih tinggi untuk buah jeruk asal Cina. Kondisi tersebut dapat terjadi karena buah jeruk lokal kandungan airnya lebih banyak daripada jeruk asal Cina, sehingga masyarakat atau konsumen menyimpulkan bahwa buah tersebut lebih segar kandungan vitaminnya lebih banyak. Tetapi jika dibandingkan dengan jeruk asal Cina dari segi warna memang jeruk lokal lebih jelek warnanya. Selain itu juga kemasan buah jeruk asal Cina lebih menarik daripada buah jeruk lokal yang memang tidak ada kemasannya (curah).

Evaluasi Konsumen

Evaluasi konsumen merupakan penilaian konsumen terhadap pentingnya atribut yang dimiliki oleh buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina. Pengukuran evaluasi konsumen menggunakan skor 1-5, mulai dari sangat tidak penting sampai sangat penting. Hasil evaluasi konsumen terlihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Skor evaluasi konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina

Atribut	Jeruk lokal		Jeruk asal Cina	
	Skor evaluasi	Kriteria	Skor evaluasi	Kriteria
Harga	2,76	Penting	2,81	Penting
Kesegaran buah	4,38	Sangat penting	4,08	Sangat penting
Rasa buah	4,44	Sangat penting	4,13	Sangat penting
Warna buah	3,46	Penting	3,62	Penting
Aroma buah	3,80	Sangat penting	3,73	Sangat penting
Ukuran buah	3,21	Penting	3,11	Penting
Kandungan vitamin	4,60	Sangat penting	4,21	Sangat penting
Kemasan	3,37	Penting	3,5	Penting

Keterangan : Kategori skor :

1-2,33 : tidak penting

2,34-3,67 : penting

3,68-5,00 : sangat penting

Tabel 2 menunjukkan bahwa evaluasi konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina adalah sama. Berdasarkan evaluasi dari konsumen atribut yang dinilai sangat penting dari buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina adalah kesegaran buah, rasa buah, aroma buah, dan kandungan vitamin. Sedangkan untuk atribut harga, ukuran buah, warna buah, dan kemasan buah pada jeruk lokal dan jeruk asal Cina dinilai penting oleh konsumen.

Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk

Tabel 3. Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk.

Atribut	Jeruk lokal		Jeruk asal Cina		Total	
	sikap	Urutan	Sikap	Urutan	Sikap	Urutan
Harga	9,42	VIII	10,02	VIII	9,72	VIII
Kesegaran buah	17,25	II	13,31	V	15,28	III
Rasa buah	16,57	III	15,68	I	16,125	II
Warna buah	10,63	VI	14,98	II	12,805	V
Aroma buah	13,77	IV	13,39	IV	13,58	IV
Ukuran buah	11,34	V	11,54	VII	11,44	VII
Kandungan vitamin	20,72	I	13,30	VI	17,01	I
Kemasan	10,09	VII	14,00	III	12,045	VI
Rata-rata	13,72		13,28		13,50	

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa besarnya rata-rata total skor sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal sebesar 13,72 dan untuk buah jeruk asal Cina sebesar 13,28. Keduanya masuk dalam kategori cukup baik. Jika dilihat secara keseluruhan maka konsumen di Kota Yogyakarta mempunyai sikap yang cukup baik terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina.

Rata-rata sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal ditentukan oleh atribut kandungan vitamin dengan skor sikap 20,72, selanjutnya atribut kesegaran buah dengan skor sikap 17,25. Urutan ketiga atribut rasa buah dengan skor sikap 16,57. Urutan keempat atribut aroma buah dengan skor sikap 3,77, selanjutnya urutan kelima atribut ukuran buah dengan skor sikap 11,34. Urutan keenam adalah atribut warna buah dengan skor sikap 10,63. Urutan ketujuh atribut kemasan dengan skor sikap 10,09 dan terakhir urutan kedelapan atribut harga dengan skor sikap 9,42.

Rata-rata sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki buah jeruk asal Cina ditentukan oleh atribut rasa buah di urutan yang pertama dengan skor sikap sebesar 15,68. Selanjutnya urutan kedua atribut warna buah dengan skor sikap 14,98. Urutan ketiga adalah atribut kemasan dengan skor sikap 14,00. Pada urutan keempat adalah atribut aroma buah dengan skor sikap 13,39. Selanjutnya urutan kelima untuk atribut kesegaran buah dengan skor sikap 13,31. Urutan keenam adalah atribut kandungan vitamin dengan skor sikap 13,30. Pada urutan ketujuh atribut ukuran buah dengan skor 11,54 dan urutan kedelapan adalah atribut harga dengan skor sikap 10,02.

Rata-rata skor sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan jeruk asal Cina ditentukan oleh atribut kandungan vitamin dengan skor sikap 17,01 di urutan pertama. Urutan kedua adalah atribut rasa buah dengan skor sikap 16,125. Pada urutan ketiga atribut kesegaran buah dengan skor sikap 15,28. Urutan keempat adalah atribut aroma buah dengan skor sikap 13,58. Urutan kelima adalah atribut warna buah dengan skor sikap 12,805. Atribut kemasan dengan skor sikap 12,045 pada urutan keenam. Pada urutan ketujuh atribut ukuran buah dengan skor sikap 11,44 dan urutan terakhir adalah atribut harga dengan skor sikap 9,72.

KESIMPULAN

Sikap konsumen terhadap atribut jeruk lokal dengan urutan tertinggi sampai terendah adalah kandungan vitamin, kesegaran buah, rasa buah, aroma buah, ukuran buah, warna buah, kemasan, dan harga. Sedangkan sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk asal Cina dengan urutan rasa buah, warna buah, kemasan, aroma buah, kesegaran buah, kandungan vitamin, ukuran buah, dan harga. Oleh karena itu terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh kedua jenis buah tersebut. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka produsen atau petani jeruk dan pedagang sebaiknya melakukan perbaikan atribut terutama untuk warna buah dan kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. Ekspor Buah-Buahan Indonesia Capai 240 Juta Dolar. diakses tanggal 24 Februari 2011. www.Indonesia.go.id.
- Anonim. 2010. Mengenal Buah Jeruk dan Manfaatnya. Diakses tanggal 1 Maret 2011. www.elsuny.com.
- Ali, M. 1993. *Strategi Penelitian Pendidikan*. Penerbit Angkasa. Bandung.
- Harian Kompas. 2010. Banyak Buah Asal China Kualitasnya Tidak Bagus. Diakses tanggal 23 Februari 2011. www.kompas.com.
- Harian Sumut. CPO ditukar Buah Impor Asal Cina. Diakses tanggal 23 Februari 2011. www.hariansumutpos.com.
- Nasution. 2002. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Suryabarata, S. 1998. *Metodelogi Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Swastha, Basu, dkk. 2003. *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Taufik, 2010. Jeruk Lokal Lebih Segar daripada Jeruk Impor. Diakses tanggal 1 Maret 2011. www.distan.kalselprov.go.id.

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Asal China Pasca ACFTA 2010 dengan Model Multiatribut Fishbein

ORIGINALITY REPORT

1 %	%	1 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Erli Puspitasari, Novira Kusriani, Nurliza .. "OPTIMALISASI USAHATANI PADI DAN SAYURAN PADA MUSIM GADU DI KOTA SINGKAWANG", Jurnal Social Economic of Agriculture, 2014	1 %
	Publication	

Exclude quotes On
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%