

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Subsektor hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang sedang ditingkatkan produksinya oleh petani karena memiliki peran penting dalam mengembangkan perekonomian Indonesia (Prawoto, 2010). Salah satu primadona hasil komoditi subsektor hortikultura adalah buah-buahan. Tingkat konsumsi komoditi buah-buahan di Indonesia cenderung mengalami peningkatan, khususnya buah pisang. Pisang merupakan salah satu jenis buah yang sangat diminati masyarakat Indonesia. Rasa yang enak, khasiatnya yang banyak, dapat diolah menjadi berbagai produk olahan pisang, serta harga yang terjangkau menjadi alasan banyak orang menyukai buah pisang. Ketersediaan buah pisang baik di pasar modern maupun pasar tradisional juga hampir tidak pernah kosong, sehingga kondisi ini menunjukkan bahwa konsumsi dan permintaan konsumen terhadap buah pisang cukup tinggi (Satuhu dan Supriyadi, 2000).

Buah pisang merupakan buah yang paling banyak diproduksi di Indonesia. Berdasarkan rilis Badan Pusat Statistika (BPS, 2016), disebutkan bahwa produksi buah pisang pada tahun 2015 mencapai 7,29 juta ton, sementara itu mangga menjadi buah terbanyak kedua yang dihasilkan dengan produksi mencapai 2,1 juta ton, dan buah jeruk berada di urutan ketiga dengan produksi 1,74 juta ton. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura tahun 2018, diketahui bahwa sentra produksi pisang terbesar di Indonesia pada tahun

2017 berada di Jawa Timur, Jawa Barat, Lampung, dan Jawa Tengah. Data BPS Jawa Tengah tahun 2018 menunjukkan bahwa jumlah tanaman yang menghasilkan (TM) di Kota Semarang untuk buah pisang adalah sebanyak 410.401 pohon, serta produksi buah pisang sebanyak 276.529 kg yang sudah termasuk angka yang cukup tinggi.

Indonesia pada beberapa tahun terakhir ini termasuk kedalam 10 negara penghasil pisang terbesar di dunia. Berdasarkan data FAO (*Food and Agriculture Organization*) 2017, menunjukkan bahwa India merupakan negara penghasil buah pisang terbesar di dunia, terbukti sepanjang tahun 2017 India mampu menghasilkan buah pisang sebanyak 30.477.000 ton, China menempati posisi kedua dengan jumlah produksi buah pisang sebanyak 11.170.000 ton, sedangkan Indonesia menempati posisi ketiga dengan jumlah produksi sebanyak 7.162.685 ton.

Ada banyak jenis pisang di Indonesia dengan atributnya yang begitu beragam, seperti pisang raja, pisang kapas, pisang mas, pisang susu, pisang ambon, pisang kepok, dll. Banyaknya varietas buah pisang yang beredar di ritel-ritel buah akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Suatu perilaku pembelian dipengaruhi oleh sikap dan preferensi konsumen terhadap suatu produk (Masroeri dan Wibawa, 2019). Sikap merupakan salah satu faktor psikologis yang menentukan perilaku konsumen. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh yang dapat memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap suatu objek yang dinilai. sikap konsumen juga perlu dipahami oleh produsen maupun pedagang

dalam proses pemasaran produknya. Sikap konsumen terkait dengan adanya persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibeli maupun pelayanan yang diterima. Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan tujuan awal dari produsen ataupun pedagang dalam memasarkan produk-produknya, sehingga muncullah kepuasan konsumen yang menumbuhkan loyalitas konsumen.

Saat ini konsumen mulai lebih kritis dalam menilai suatu produk atau jasa, sehingga akan dapat menimbulkan tuntutan dari pihak konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang berkualitas, dengan begitu produsen ataupun pemasar harus mampu meningkatkan mutu dari produk dan jasa yang dihasilkan agar dapat memenuhi kepuasan dan harapan konsumen. Produsen ataupun pemasar perlu mengetahui tentang bagaimana selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka terhadap suatu produk. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, terlebih dahulu mereka akan dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda (Putri dan Iskandar, 2014). Begitu juga dalam pembelian buah pisang, terdapat beberapa atribut yang menjadi pertimbangan preferensi konsumen seperti rasa buah, ukuran, warna kulit buah, dan jumlah buah tiap sisir. Preferensi konsumen adalah salah satu faktor terpenting dalam pemasaran karena berhubungan dengan keputusan pembelian yang akan diambil oleh konsumen berdasarkan selera ataupun tingkat kesukaan yang dimiliki. Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk yang ditawarkan sesuai dengan kepentingan atribut bahkan sampai pada level atau taraf atribut yang mereka inginkan. Mengetahui taraf atribut-atribut pada berbagai jenis buah pisang

yang menjadi preferensi konsumen, maka diharapkan akan lebih mudah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi produknya karena telah disesuaikan dengan bagaimana kriteria permintaan konsumen.

Seiring berkembangnya zaman, masyarakat menuntut mutu dan pelayanan yang serba cepat, praktis, efektif dan efisien sebagaimana yang ditawarkan oleh pasar swalayan atau pasar modern. Meskipun demikian, dengan melihat kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang umumnya adalah masyarakat golongan menengah ke bawah yang menyukai buah dengan harga tidak terlalu mahal, maka penelitian ini difokuskan di pasar tradisional yang merupakan pilihan dari gambaran masyarakat Indonesia pada umumnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah jenis buah pisang yang paling banyak dibeli konsumen di pasar tradisional Kota Semarang?
2. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang?
3. Bagaimana preferensi konsumen terhadap buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi jumlah jenis pisang yang terbanyak dibeli konsumen di pasar tradisional Kota Semarang.
2. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang.
3. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait dengan bahan penelitian, serta memperoleh informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi produsen dan pemasar buah pisang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang preferensi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian buah pisang di Kota Semarang, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mempermudah pemasaran buah pisang yang sesuai dengan selera konsumen.
3. Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi ataupun referensi untuk dibaca dan sebagai bahan literasi untuk penelitian seputar ilmu terkait.