

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGONSUMSI  
BUAH LOKAL DAN BUAH IMPOR  
DI KABUPATEN PURWOREJO  
(Studi Kasus Konsumen Pasar Tradisional Purworejo)**

**Aji Akbar Setiawan, Dyah Panuntun Utami dan Uswatun Hasanah**  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Purworejo

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui gambaran atau deskripsi konsumsi buah lokal dan impor di pasar tradisional Purworejo, (2) Mengetahui keputusan konsumen dalam mengonsumsi buah lokal dan buah impor dipengaruhi oleh kesegaran, rasa, harga, ukuran buah, dan tingkat pendapatan

Desain penelitian ini menggunakan metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Penelitian dilakukan di Kabupaten Purworejo yang merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah. Penentuan jumlah sampel adalah accidental sampling jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 orang. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif, dan uji regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kesegaran, rasa, harga, ukuran dan pendapatan, variabel kesegaran dan ukuran yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen. Variabel kesegaran dan ukuran ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Faktor rasa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen tidak terbukti. Sedangkan faktor harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dan pendapatan menurut hasil penelitian ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata Kunci : Buah Lokal, Buah Impor, Keputusan Konsumen

## PENDAHULUAN

Buah-buahan impor mendominasi diberbagai pasar di Purworejo, baik kios pasar buah, dan pasar tradisional. Buah impor yang banyak dijual di Kabupaten Purworejo diantaranya adalah jeruk, apel, anggur, pear, dan pisang. Buah lokal memiliki keunggulan dari segi kesegaran karena buah lokal bisa langsung memetik dari pohonnya, dan harganya cukup terjangkau. Kekurangan dari buah lokal yaitu buahnya mudah busuk karena buah tidak mengandung pengawet. Buah impor memiliki kelebihan dari segi penampilankarena terlihat mengkilap serta rasa buah impor cukup manis. Kekurangan dari buah impor buahnya tidak segar dan harganya cukup mahal.

Proses pemasaran produk, pemasar harus berusaha untuk memahami konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkannya, apa seleranya dan bagaimana konsumen mengambil keputusan sehingga pemasar dapat memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar. Persaingan yang ketat antar merek dan produk menjadikan konsumen memiliki posisi yang semakin kuat dalam posisi tawar-menawar (Sumarwan, 2002:19).

Konsumsi masyarakat terhadap buah-buahan cenderung mengalami peningkatan, dan impor buah-buahan juga mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan gejala terjadinya pergeseran konsumsi buah, dari buah lokal menjadi buah impor. Perubahan gaya hidup (*life style*) masyarakat telah mengubah pola dan gaya konsumsi produk-produk agribisnis yang telah meluas pada dimensi psikologis dan kenikmatan. Perubahan ini menyebabkan meningkatnya tuntutan keragaman produk dan keragaman kepuasan (Deptan, 2006).

Konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap produk-produk tertentu tergambar dari sikapnya terhadap produk itu sendiri. Menurut Rangkuti (2003:7), sikap merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian. Studi tentang sikap merupakan kunci untuk memahami perilaku pembelian. Sikap merupakan hasil evaluasi yang mencerminkan rasa suka atau tidak suka terhadap produk, sehingga pemasar dapat menduga potensi pembeli dan menyusun strategi penjualan yang lebih efektif.

Permintaan terhadap buah-buahan terkait dengan kesukaan dan sikap konsumen terhadap buah tersebut. Keputusan konsumen terhadap buah jeruk, apel dan anggur lokal diharapkan akan meningkatkan daya saing buah lokal tersebut. Keputusan konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal dan buah impor dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan variabel-variabel yang diduga berpengaruh meliputi kesegaran, rasa, harga, ukuran buah, dan tingkat pendapatan konsumen.

### METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang actual kemudian data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis. Tempat penelitian dilakukan di Kios Tiga Saudara dan Kios Buah Moro Seneng di kabupaten Purworejo. Penelitian dilakukan di kabupaten Purworejo yang merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 orang yaitu dilakukan secara *accidental sampling*, dimana konsumen secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Arikunto (2006:296) analisis regresi berganda ini adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih independen variabel. Persamaan garis regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

Y	= Keputusan konsumen
X <sub>1</sub>	= Kesegaran
X <sub>2</sub>	= Rasa
X <sub>3</sub>	= Harga
X <sub>4</sub>	= Ukuran buah
X <sub>5</sub>	= Tingkat pendapatan
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> , b <sub>4</sub> , b <sub>5</sub>	= Koefisien regresi
a	= Konstanta

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Deskripsi Konsumen

Konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda sebelum mengambil keputusan untuk membeli buah yang akan mereka konsumsi. Konsumen mengkonsumsi buah karena kebutuhan kesehatan sebanyak 46% karena dalam proses penanamannya dan menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Purworejo pentingnya mengkonsumsi buah untuk kesehatan cukup besar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen buah lokal, buah impor lebih banyak memilih buah lokal untuk dikonsumsi karena alasan kesehatan, kesegaran buah, rasa dan harga terjangkau Rincian mengenai jumlah responden yang mengkonsumsi buah lokal dan buah impor dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1  
Buah yang Biasa Dikonsumsi Konsumen

No.	Jenis Buah	Jumlah (orang)
1.	Jeruk Lokal	19
2.	Apel Lokal	11
3.	Anggur Lokal	3
4.	Jeruk Mandarin Ponkam	4
5.	Apel Fuji	7
6.	Anggur Import	6
Total		50

Sumber : Analisis Data Primer (2018)

Tabel diatas menunjukkan jumlah responden buah local sebanyak 33 orang, responden terbanyak adalah responden yang mengkonsumsi buah lokal yaitu buah jeruk lokal yaitu sebanyak 19 responden dan Jumlah responden buah impor sebanyak 17 orang.

Alasan yang banyak dipilih konsumen untuk mengkonsumsi buah jeruk lokal adalah karena alasan kesehatan karena dalam proses penanamannya, buah ini tidak menggunakan bahan kimia seperti pestisida atau pupuk kimia sehingga lebih aman untuk kesehatan. Alasan kedua yang dipilih konsumen adalah alasan karena buah jeruk lokal lebih segar

Rata – rata buah yang biasa dibeli oleh konsumen buah Lokal di Kabupaten Purworejo membeli buah sebanyak 2 -3 Kg dan konsumen buah import membeli buah di kios buah sebanyak 0.5 - 1 kilogram dalam satu kali

pembelian. dan buah lokal yang banyak dibeli adalah buah jeruk lokal dan buah import yang banyak dibeli adalah buah anggur import

Konsumen buah lokal dan buah impor di Kabupaten Purworejo lebih banyak membeli buah di kios buah di pasar tradisional. aspek yang mendorong konsumen untuk mengkonsumsi buah adalah diri sendiri dan keluarga. Hal tersebut menunjukkan kesadaran masyarakat Purworejo akan kebutuhan, dan manfaat buah-buahan bagi tubuh sangat baik.

#### b. Keputusan Konsumen

Kesegaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Pernyataan hipotesis pertama bahwa kesegaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,542. Kesegaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen atau semakin tinggi kesegaran buah akan semakin tinggi pula keputusan konsumen. Karena kesegaran faktor utama konsumen dalam memilih buah dari ciri fisik, kesegaran buah membuktikan buah itu masih baru (tidak busuk atau buah lama disimpan) dijual oleh pedagang.

Rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Pernyataan hipotesis kedua bahwa rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,839 yang lebih besar 0,10 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,032. Semakin tinggi rasa buah tetapi tidak signifikan terhadap keputusan konsumennya. Karena rasa merupakan faktor kepercayaan yang diberikan pedagang kepada konsumen, tidak semua toko buah menawarkan uji coba buah yang dijual, sehingga variabel rasa ini tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah.

Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Pernyataan hipotesis ketiga bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,10 serta nilai koefisien regresi sebesar -0,757. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, karena keputusan konsumen membeli buah tidak melihat

harga. Faktor kebutuhan yang mendorong keputusan konsumen dalam membeli buah.

Ukuran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Pernyataan hipotesis keempat bahwa ukuran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,694. Ukuran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen atau semakin tinggi ukuran buah akan semakin tinggi pula keputusan konsumen. Karena konsumen dalam memilih buah akan melihat ukuran buah yang akan dibeli, konsumen akan melihat dari dua sisi. Konsumen yang senang dengan ukuran buah yang besar untuk mendapatkan kepuasan dalam konsumsi buah dan ada juga konsumen yang memilih ukuran buah yang kecil untuk mendapatkan banyak buah jika dilakukan penimbangan.

Pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen. Pernyataan hipotesis kelima bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,069 yang dibawah 0,10 serta nilai koefisien regresi sebesar - 0,715. Pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, karena keputusan konsumen membeli buah melihat pendapatan. Pendapatan berpengaruh negatif disini memiliki pengertian jika pendapatan konsumen berkurang / semakin kecil akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli buah.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Deskripsi konsumen buah di Kabupaten Purworejo lebih menyukai buah lokal untuk dikonsumsi karena alasan kesehatan dan kesegaran buah. Konsumen buah lokal paling banyak dibandingkan konsumen buah import. Konsumen buah lokal dan buah impor di Kabupaten Purworejo lebih banyak membeli buah di kios buah di pasar tradisional. aspek yang mendorong konsumen untuk mengkonsumsi buah adalah diri sendiri dan keluarga

2. Keputusan konsumen dalam mengkonsumsi buah yaitu kesegaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Rasa buah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan konsumennya. Harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen. Ukuran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen atau semakin tinggi ukuran buah akan semakin tinggi pula keputusan konsumen, pendapatan tidak berpengaruh positif dan juga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Barus, Sarjana. 2008. *Analisis Sikap dan Minat Konsumen Dalam Membeli Buah-buahan di Carrefour, Plaza Medan Fair dan Supermarket Brastegi Medan*. Universitas Sumatera Utara
- Engel, J. Blackweel and R. Miniard W P.1995. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Kolter, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Molan. 1990. *Marketing Management*. Prenhallindo. Jakarta
- Riska, Isni Yuniar. 2012. *Analisis Preferensi Konsumen Pasar Tradisional Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor Di Kabupaten Kudus*.
- Shanti, Sukrishna Indira. 2007. *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Mengonsumsi Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Di Ritel Modern ( Kasus Konsumen Giant Botani Square Bogor)*.
- Sumarwan, U. dan Agus Maulana. 2004. *Perilaku Konsumen*. PT Gahlia Indonesia. Bogor.
- Surachamad. 1990. *Dasar dan Teknik Research : Pengantar Metodologi Ilmiah*. Bandung: Sinar Harapan.
- Wihandaru.2011. *Analisis Regresi Linier*. Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Winda. 2007. *Perilaku Konsumen Terhadap Buah Lokal dan Buah Impor di Yogyakarta*.