ANALISIS SIKAP KONSUMEN BUAH APEL DAN PEAR IMPOR
(Studi Kasus pada Pasar Buah Sudirman Pekanbaru)

THE ANALYSIS OF ATTITUDE CONSUMER FRUIT APPLE AND PEAR IMPORT
(Case Studies at Fruit Market Sudirman of Pekanbaru)

Reza Adres Novera[1], Novia Dewi[2], Eliza[2]
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau
RezaAdresNoveraAgb@yahoo.com / 085265328016

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine the attitudes of consumers towards the purchase of apples and pears imported. This research was conducted at the fruit market sudirman Pekanbaru. The sampling method in this study using the technique of Accidental Random Sampling with a sample of 100 respondents. Data analysis methods used in this study is a model of Multi-Attribute attitude Fisbien and analysis of the Cartesian Diagram. Based on the results of research conducted, showed that overall consumer attitudes toward the value of apples and pears imported categorized well, amounting to 119.60 on imported apple fruit, the pear imports amounted to 124.26. This case shows the tendency of consumers to consume apples and pears imported. consumer attitudes toward the purchase of apple and pear fruit imports showed that consumers believe the attributes of vitamins, health benefits, taste and ease of obtaining is an attribute that most believed.

Key words: Consumers Attitude, Imported Fruit, Fruit Market Sudirman

---

PENDAHULUAN

Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap buah-buahan saat ini belum memenuhi standar. Dirjen Hortikultura Kementerian Pertanian (2010) menyatakan bahwa tingkat konsumsi sayur dan buah masyarakat Indonesia saat ini masih rendah. Standar konsumsi yang direkomendasikan oleh *Food and Agriculture Organization* (FAO) yaitu 73 kilogram per kapita per tahun sedangkan di Indonesia saat ini tingkat konsumsi sayur dan buah hanya 40 kilogram per kapita per tahun. (Sadeli dan Utami 2012).

Konsumsi masyarakat terhadap buah-buahan yang cenderung mengalami peningkatan, membuat 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 merubah 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).

Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau, juga merupakan pusat perdagangan. Daerah ini sangat

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian UR
2. Dosen Fakultas Pertanian UR

potensial untuk dunia bisnis, dan juga jumlah penduduk Pekanbaru sudah mencapai 1.021.710 jiwa atau pertumbuhannya mencapai 4,47 persen pertahun. (Riau Terkini 2014). Daerah ini tentu memberi peluang yang bagus untuk pengembangan usaha. Kota yang terus berkembang dimana tingkat pertumbuhan ekonomi cukup tinggi, membuat perusahaan-perusahaan dibidang industri, termasuk industri buah impor bersaing untuk menghasilkan dan menjual, dengan cara tertentu guna meningkat minat beli konsumen.

Permasalahan adalah bagaimana sikap konsumen Kota Pekanbaru dalam mengkonsumsi buah impor khususnya buah apel dan pear, dilihat dari segi atribut buah impor dari karakteristik responden serta kepuasan konsumen dalam membeli menyatakan bahwa buah-buahan impor harganya relatif cukup mahal shingga hal ini akan brpengaruh terhadap sikap konsumen dalam menentukan jenis buah yang akan dikonsumssinya, sebab dengan itu penelitian ini ingin melihat bagaimana sikap konsumen terhadap pembelian dan atribut buah apel dan pear impor

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Pasar Buah Sudirman Pekanbaru, dengan mengambil responden konsumen buah-buahan impor. Pengambilan sampel konsumen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Random Sampling* yaitu responden yang bertemu langsung dan kebetulan membeli buah-buah impor di Pasar Buah. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian yang dipilih dari populasi yang tidak normal, tidak diharapkan akan tepat.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Sasaran konsumen yang akan diteliti adalah seluruh masyarakat Kota Pekanbaru tanpa mempertimbangkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan status yang saat penelitian dilakukan membeli buah di Pasar Buah.

Buah dipilih dari buah yang diteliti buah apel impor dan pear impor masing-masing 3 jenis, ditentukan 50 konsumen untuk buah apel impor dan 50 konsumen buah pear impor.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara berdasarkan kuesioner yang disediakan. Data primer yang dikumpulkan meliputi identitas responden (jenis kelamin dan jumlah anggota keluarga) dan tanggapan responden terhadap buah-buahan impor yang diteliti bedasarkan variabel-variabel yang telah tersusun secara sistematis di dalam kuesioner.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teknik analisis dalam teori *reasoned action*, yaitu model yang dikembangkan oleh Fishbein (Umar, 2003). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh responden berdampak terhadap sikap konsumen terhadap buah-buahan impor, dicari menggunakan rumus berikut :

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

Model Analisa Fishbein (Umar, 2003)

Hal ini b_i dan e_i masing-masing diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{b}_i = \frac{\sum_{i=1}^{n} r_i f(x_i)}{n} \text{ dan } \mathbf{e}_i = \frac{\sum_{i=1}^{n} \mathbf{r}_i f(y_i)}{\mathbf{n}}$$

Keterangan :

AB = Sikap total individu terhadap atribut buah-buahan impor

b_i = Kekuatan keyakinan konsumen terhadap atribut buah impor

e_i = Evaluasi terhadap atribut buah impor

r_i = Bobot skor ke-i

$f(x_i)$ = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel keyakinan (b_i)

$f(y_i)$ = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel evaluasi (e_i)

n = Jumlah Kriteria atribut buah-buahan impor yang relevan

Menentukan kriteria pengelompokan WMS (*Weighted Mean Score)* untuk skor rata-rata setiap kemungkinan jawaban. Kriterianya menurut (Sugiyono, 2007), sebagai berikut dengan rumus

$$KS = \frac{ST - SR}{JK} - 0{,}01$$

Keterangan :

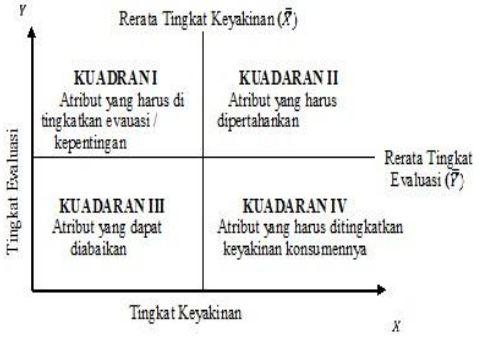
KS = Kisaran Skor

ST = Skor Tinggi

SR = Skor Rendah

JK = Jumlah Kategori

Hubungan antara tingkat evaluasi dengan keyakinan yang dirasakan oleh konsumen dapat digambar dengan menggunakan diagram kartesius (Supranto, 2002).



Gambar 1. Analisis Tingkat Evaluasi dan Keyakinan Atribut pada Diagram Kartesius

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

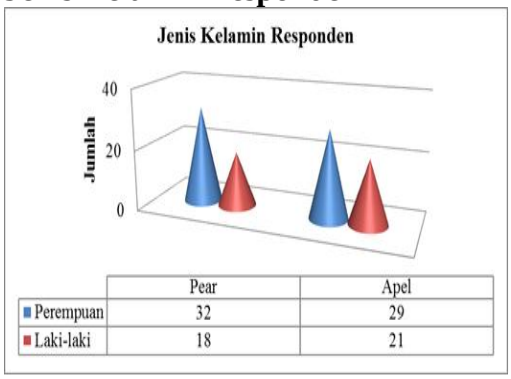
Profil Bisnis Perusahaan

Memposisikan diri sebagai toko buah keluarga, CV. Pasar Buah Pekanbaru senantiasa berusaha memenuhi kebutuhan pelanggannya melalui pelayanan, kelengkapan produk, kualitas produk dan kenyamanan dalam berbelanja. Produk pemasaran utama perusahaan ini adalah produk buah-buahan impor bermerek yang didatangkan dari berbagai negara. Selain bertindak sebagai importir dari penjual buah-buahan impor bermerek, CV. Pasar Buah Pekanbaru juga melayani berbagai penjualan buah-buah lokal bermerek.

Karakteristik Responen

hasil penelitian dapat disajikan informasi distribusi responden yang berasal dari 50 orang responden buah apel impor dan 50 orang responden buah pear impor terdiri dari, jenis kelamin, usia, suku, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, tanggungan, frekuensi membeli buah impor/bulan, dan jenis buah impor yang dibeli/dikonsumsi.

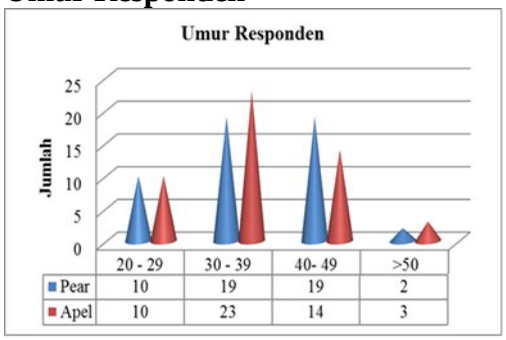
Jenis Kelamin Responden



Gambar 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 2, jenis kelamin, responden buah pear impor lebih banyak perempuan, yaitu 32 orang (64 %), sisanya 18 orang (36%) responden laki-laki. Berdasarkan jenis kelamin, responden buah apel impor lebih banyak berjenis kelamin perempuan, yaitu 29 orang (58 %), sisanya 21 orang (42 %) responden berjenis kelamin laki-laki. Artinya Perempuan memiliki kecenderungan membeli buah dibandingkan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan pada umumnya berperan dalam pengambilan keputusan pembelian serta melakukan kegiatan pembelanjaan dalam pemenuhan kebutuhan dan konsumsi rumah tangga. (Lusiana, 2011).

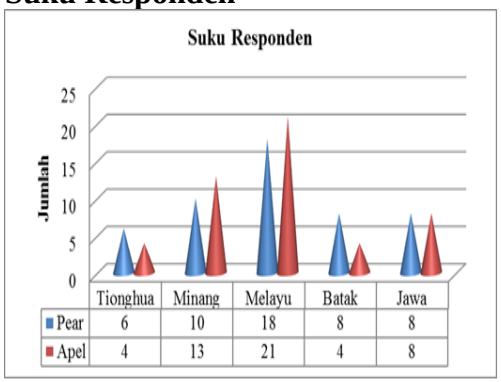
Umur Responden



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Gambar 3, diketahui bahwa kelompok usia 30-49 Tahun merupakan kelompok umur terbanyak yang datang berbelanja di Pasar Buah dengan nilai 38 orang (76%), untuk buah pear dan 37 orang (74%) untuk buah apel. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada tingkat usia tersebut merupakan kelompok usia yang telah memiliki pekerjaan. Hal ini mereka memilih Pasar Buah sebagai tempat berbelanja yang dapat memberikan kepuasan dalam melakukan perbelanjaan.(Riska,1012).

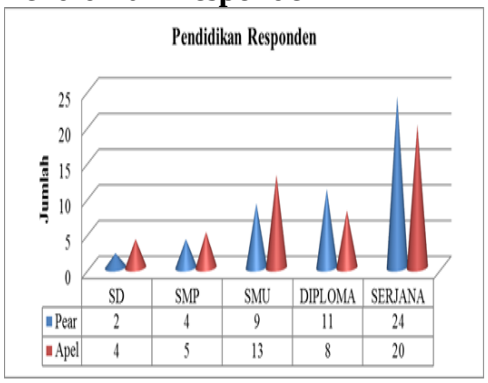
Suku Responden



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Suku

Gambar 4, suku responden buah pear impor Tionghua 6 orang (12%), Minang 10 orang (20%), Melayu 18 orang (36%), Jawa dan Batak 8 orang (16%), Sedangkan responden buah apel impor Tionghua 4 orang (8%), Minang 13 orang (26%) , Melayu 21 orang (42%), Batak 4 orang (8%), dan Jawa 8 orang (16%). Responden ini dilihat dari tingkat suku yang paling banyak yang membeli buah pear dan apel impor adalah suku Melayu Minang. Dilihat dari data BPS jumah penduduk yang bertempat tinggal di Pekanbaru mayoritasnya melayu dan minang, (BPS Provinsi Riau, 2000).

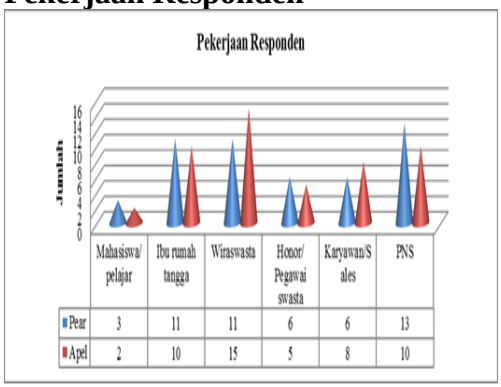
Pendidikan Responden



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Gambar 5, dapat dilihat bahwa konsumen yang datang berbelanja ke Pasar Buah mayoritas yang berpendidikan tinggi 35 orang (70%), untuk buah pear, 28 orang (56%) untuk buah apel. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Pasar Buah Pekanbaru merupakan orang-orang yang berpendidikan menengah keatas dan tinggi yang menyebabkan mereka akan berperilaku kritis dalam pemilihan tempat berbelanja produk-produk untuk kebutuhan mereka. Konsumen berpikir bahwa dengan memilih Pasar Buah Pekanbaru sebagai tempat perbelanjaan, maka mereka akan mendapatkan kepuasan tersendiri terhadap kebijakan bauran pemasaran (*marketing mix)* yang diterapkan oleh Pasar Buah Pekanbaru, (Hartono, 2011).

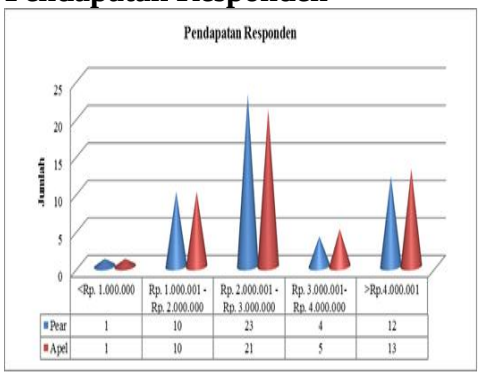
Pekerjaan Responden



Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 6, dapat dilihat bahwa sebagian besar yang mengkonsumsi buah apel dan pear impor adalah mereka yang sudah memiliki pekerjaan dengan jumlah 36 orang 72% untuk buah pear dan 38 orang 76% untuk buah apel. Hal ini disebabkan oeh kemampuan daya beli seseorang terhadap buah impor yang relatif harga yang mahal terkait dengan jumah pendapatan yang diperolehnya (Riska, 2012).

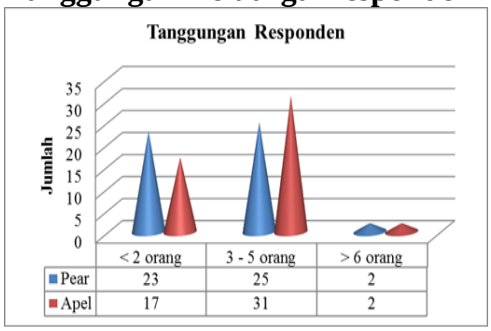
Pendapatan Responden



Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambar 7, menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan dalam membeli buah pear dan apel impor di Pasar Buah. Dari hasil tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai pendapatan Rp.2.000.001-Rp.3.000.000 dengan sebanyak 23 orang (46%) untuk buah pear dan 21 orang (62%) untuk buah apel dan responden yang terbanyak kedua yaitu pada penghasian >Rp. 4.000.000, sebanyak 12 orang (24%) untuk buah pear, dan 13 orang (26%) untuk buah apel. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli buah-buah impor ditentukan oleh besarnya pendapatan yang dipeoleh konsumen. (Riska, 2012).

Tanggungan Keluarga Responden



Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan

Gambar 8, dapat dilihat bahwa sebagian besar yang mengkonsumsi buah apel dan pear impor adalah mereka yang sudah memiliki tanggungan. Hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian buah pear impor yang akan dikonsumsi, jumlah keluarga berkisar < 2 sampai 5 orang. Berdasarkan pengelompokan jumlah tanggungan keluarga diketahui untuk buah pear dan pear sama-sama memiliki jumlah 48 orang 96%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memikiki jumah keluarga lebih dari satu akan lebih mempertimbangkan dalam pembelian buah apel dan pear impor yang mereka konsumsi. (Winda, 2010).

Jenis Buah Apel dan Pear Impor yang Dibeli/Dikonsumsi

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan jenis buah apel dan pear impor yang dibeli

No	Nama Buah Impor	Jenis buah Impor	Responden	Persentasi %	Jumlah Pembelian Kg/thn	Harga (Rp./Kg)	Nilai Pembelian (Rp./Kg)
1	Apel	USA (9 buah/Kg)	17	34	115	Rp 26.800	Rp 3.082.000
		Fasifik bauty (6 buah/Kg)	15	30	116.5	Rp 39.800	Rp 4.636.700
		fuji (5 buah/Kg)	18	36	101	Rp 16.000	Rp 1.616.000
		Total	50	100	332.5	Rp 82.600	Rp 9.334.700
2	Pear	Gonglie (5 buah/Kg)	16	32	69.5	Rp 17.800	Rp 1.237.100
		Nashi (4 buah/Kg)	17	34	104.5	Rp 17.800	Rp 1.860.100
		Forella (9 buah/Kg)	17	34	71.5	Rp 68.000	Rp 4.862.000
		Total	50	100	245.5	Rp 103.600	Rp 7959.200

Sumber: Data Olahan 2014

Tabel 1, menggambarkan untuk jenis buah apel impor jumlah pembelian secara keseluruhan sebesan 332,5 Kg, dari tiga jenis apel Impor dngan responden terbanyak 18 orang (36%), dengan jumlah pembelian 101 Kg perbulan, harga per Kg Rp. 16.000 dengan nilai pembelian Rp. 1.616.000 pada apel Fuji, selanjutnya pada apel USA dengan responden sebesar 17 orang (34%) dengan jumlah pembelian 115 Kg perbulan, harga per Kg Rp. 26.800, dengan nilai pembelian Rp. 3.082.000, yang terakhir pada buah apel fasifik bauty sebanyak 15 orang (30%) dengan jumlah pembelian 116,5 Kg perbulan, harga per Kg Rp. 3.9.800, pada nilai pembelian Rp. 4.636.700. Hal ini karena rasanya manis dan kandungan nutrisinya bermanfaat bagi kesehatan.

jumlah pembelian pear impor secara keseluruhan sebesan 245,5 Kg, dari tiga jenis pear impor dngan responden terbanyak 17 orang (34%), pada buah pear nashi dan forella dengan jumlah pembelian pada pear nashi 104,5 Kg perbulan, harga per Kg Rp. 17.800 dengan nilai pembelian Rp. 1.860.000 untuk forella, dengan jumlah pembelian 71,5 Kg perbulan, harga per Kg Rp. 68.000, dengan nilai pembelian Rp. 4.862.000, yang terakhir pada buah pear gonglie sebanyak 16 orang (32%) dengan jumlah pembelian 69,5 Kg perbulan, harga per Kg Rp.17.800, pada nilai pembelian Rp. 1237.100. Hal ini dikarenakan rasanya yang enak, kandungan nutrisi yang sangat baik sehingga bermanfaat bagi tubuh.

Konsumen mengkonsumsi buah apel dan pear impor tidak melihat dari segi harga akan tetapi dilihat dari segi rasa buahnya, Buah apel dan pear impor terlihat memiliki warna yang menarik, bentuk yang

besar, segar, kandungan air terhadap apel impor sedikit banyak dibanding buah pear impor dan aroma yang harum.

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Buah Apel dan Pear Impor

Model Fishbein menekankan bahwa sikap konsumen terhadap atribut suatu produk terbentuk karena adanya keyakinan terhadap atribut produk yang relevan dengan keinginan konsumen serta hasil evaluasi terhadap atribut.

Pengukuran sikap merupakan masalah pokok dalam berbagai situasi pemasaran. Menentukan sikap dari berbagai segmen pasar yang berbeda-beda terhadap suatu produk merupakan hal yang penting sekali untuk pengembangan strategi penempatan. Pengukuran sikap sering merupakan dasar untuk mengevaluasi efektivitas kampanye periklanan

Keyakinan Konsumen Terhadap Atribut Buah Apel dan Pear Impor di Pasar Buah Pekanbaru (bi)

Keyakinan (bi) adalah analisis pernyataan tentang keyakinan yang timbul dari dalam diri konsumen terhadap atribut yang dimiliki buah apel dan pear Impor. Atribut yang diteliti adalah harga, rasa, beli minggu per kg, manfaat bagi kesehatan, tekstur, kemudahan memperoleh, ukuran, warna, dan vitamin. Tabel 2 dan 3 menunjukkan keyakinan konsumen terhadap atribut buah apel dan pear impor di Pasar Buah Pekanbaru.

Tabel 2. Variabel keyakinan (bi) terhadap atribut buah apel impor

No	Keyakinan (bi)	Skor	Katagori
1	Harga buah apel impor mahal	3,18	Sedang
2	Rasa buah apel impor	3,70	Tinggi
3	Daya tahan simpan buah apel impor	3,46	Tinggi
4	buah apel impor bermanfaat bagi kesehatan	4,02	Tinggi
5	Tekstur buah apel impor	3,66	Tinggi
6	Kemudahan memperoleh buah apel impor	3,62	Tinggi
7	Ukuran buah apel impor	3,24	Sedang
8	Warna buah apel impor	3,80	Tinggi
9	Vitamin yang terkandung dalam buah apel impor	4,26	Sangat Tinggi
	keyakinan (bi)	3,66	Tinggi

Sumber: Data Olahan 2014

Tabel 2, dapat dilihat bahwa skor keyakinan konsumen terhadap atribut buah apel impor yaitu sebesar (3,66), tergolong kategori Tinggi. Tingginya nilai keyakinan pada buah apel impor karena dari sembilan variabel keyakinan terhadap atribut buah apel impor ada satu variabel kategori sangat tinggi yaitu vitamin yang terkandung dengan skor (4,26) memiliki kandungan vitamin A, vitamin C, zat besi, air, dan carbohidrat. Ada enam variabel dengan kategori tinggi yaitu rasa dengan skor (3,70) selain rasanya yang enak, daya tahan simpan dengan skor (3,46), lebih tahan lama dibandingkan dengan buah lainnya Buah apel yang telah disimpan memiliki rasa yang enak, daripada pada saat dipetik manfaat bagi kesehatan dengan skor (4,02) memiliki kandungan nutrisi yang sangat baik untuk kesehatan, tekstur dengan skor (3,66) memiliki tekstur yang empuk, kemudahan memperoleh dengan skor (3,62) untuk mendapatkan buah apel impor ini tidak terlalu sulit, dan warna dengan skor (3,80), memiliki warna hijau kemerah-merahan, merah tua, dan dua variabel dengan kategori sedang yaitu pada harga dengan skor (3,18) harga buah apel impor lebih mahal dibanding dengan buah apel

lokal, dan ukuran dengan skor (3,24) memiliki ukuran yang besar. Hal ini antara lain disebabkan tingkat keyakinan konsumen dalam mengkonsumsi buah apel impor sangat memperhatikan dari aspek manfaatnya bagi kesehatan dan vitamin yang terkandung didalamnya, untuk sementara faktor harga kurang diperhatikan dalam menentukan buah impor yang akan dibeli.

Tabel 3. Variabel keyakinan (bi) terhadap atribut buah pear impor

No	keyakinan (bi)	Skor	Katagori
1	Harga buah pear impor mahal	3,72	Tinggi
2	rasa buah pear impor	3,82	Tinggi
3	Daya tahan simpan buah pear impor	3,72	Tinggi
4	buah pear impor bermanfaat bagi kesehatan	4,00	Tinggi
5	tekstur buah pear impor	3,72	Tinggi
6	kemudahan memperoleh buah pear impor	3,98	Tinggi
7	ukuran buah pear impor	3,22	Sedang
8	warna buah pear impor	3,66	Tinggi
9	vitamin yang terkandung dalam buah pear impor	4,30	SangatTinggi
	keyakinan (bi)	3,79	Tinggi

Sumber : Data Olahan 2014

Tabel 3, dapat dilihat bahwa skor keyakinan konsumen terhadap atribut buah pear impor sebesar (3,79), tergolong kategori Tinggi. Tingginya nilai keyakinan pada buah pear impor karena dari sembilan variabel keyakinan terhadap atribut buah pear impor ada satu variabel kategori sangat tinggi, yaitu vitamin yang terkandung dengan skor (4,30) mengandung vitamin C, ada tujuh variabel dengan kategori tinggi yaitu harga dengan skor (3,82), harga buah pear impor lebih mahal jika dibandingkan dengan harga buah pear local, daya tahan simpan dengan nilai skor (3,72), daya tahan simpannya cukup lama 8-30 minggu dan tekstur dengan nilai skor (3,72), memiliki tekstur yang keras dan renyah dan kandungan air yang sedikit banyak, sedangkan rasa dengan skor (3,82), memiliki rasa manis, sedang manfaat bagi kesehatan dengan skor (4,00), meningkatnya kesadaran untuk hidup sehat telah mendorong konsumen untuk membeli buah, kemudahan memperoleh dengan skor (3,98), tidak terlalu sulit untuk memperoleh buah pear dan warna dengan skor (3,66), memiliki warna hijau, hijau kekuning-kuningan, dan satu variabel dengan kategori sedang yaitu pada ukuran dengan skor (3,22) memiliki ukuran tidak terlalu kecil. Hal ini antara lain disebabkan tingkat keyakinan konsumen dalam mengkonsumsi pear impor sangat memperhatikan faktor manfaatnya bagi kesehatan sedangkan ukuran buah pear relatif kurang diperhatikan.

Evaluasi Konsumen terhadap Atribut Buah Apel dan Pear Impor (ei)

Evaluasi (ei) adalah analisis pernyataan tentang penilaian yang timbul dari dalam diri konsumen akibat membeli buah impor tanpa dipengaruhi faktor-faktor eksternal. Biasanya konsumen melakukan evaluasi keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan jika mengkonsumsi buah apel dan pear impor.

Atribut yang diteliti oleh konsumen pada buah apel dan pear impor harga, rasa, beli minggu per kg, manfaat bagi kesehatan, tekstur, kemudahan memperoleh, ukuran, warna, dan vitamin. Hasil evaluasi konsumen terhadap pembelian buah impor dapat dilihat pada Tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Variabel evaluasi (ei) terhadap atribut buah apel impor

No	Evaluasi (ei)	Skor	Katagori
1	Harga buah apel impor dipasar buah	3,56	Tinggi
2	rasa buah apel impor lebih enak dari yang lainnya	3,66	Tinggi
3	Daya tahan simpan buah apel impor	3,42	Tinggi
4	buah apel impor sangat bermanfaat bagi kesehatan	4,06	Tinggi
5	tekstur buah apel impor	3,32	Sedang
6	kemudahan memperoleh buah apel impor	3,82	Tinggi
7	Ukuran buah apel impor	3,10	Sedang
8	warnah buah apel impor	3,20	Sedang
9	vitamin yang terkandung dalam buah apel impor	4,32	SangatTinggi
	Evaluasi (ei)	3,61	Tinggi

Sumber: Data Olahan 2014

Tabel 4, dapat dilihat bahwa skor evaluasi/kepentingan konsumen terhadap atribut buah apel impor sebesar (3,61), tergolong kategori Tinggi. Tingginya nilai pada buah apel impor karena dari sembilan variabel evaluasi/kepentingan terhadap atribut buah apel impor ada satu variabel kategori sangat tinggi yaitu vitamin yang terkandung dengan skor (4,32), ada lima variabel dengan kategori tinggi yaitu harga dengan skor (3,56), rasadengan skor (3,66) daya tahan simpan dengan skor (3,44), manfaat bagi kesehatan dengan skor (4,06) dan kemudahan memperoleh dengan skor (3,82) dan tiga variabel dengan kategori sedang yaitu pada tekstur dengan skor (3,32) ukuran dengan skor (3,10), dan warna dengan skor (3,20). Hal ini antara lain disebabkan tingkat evaluasi/kepentingan konsumen dalam mengkonsumsi apel impor sangat memperhatikan faktor manfaatnya bagi kesehatan dan vitamin yang terkandung didalamnya, sedangkan ukuran pada buah pear relatif kurang diperhatikan.

Tabel 5. Variabel evaluasi (ei) terhadap atribut buah pear impor

No	Evaliasi (ei)	Skor	Katagori
1	Harga buah pear impor dipasar buah	3,54	Tinggi
2	rasa buah pear impor lebih enak dari yang lainnya	3,90	Tinggi
3	Daya tahan simpan buah pear impor	3,22	Sedang
4	buah pear impor sangat bermanfaat bagi kesehatan	3,94	Tinggi
5	tekstur buah pear impor	3,58	Tinggi
6	kemudahan memperoleh buah pear impor	3,74	Tinggi
7	Ukuran buah pear impor	3,32	Sedang
8	warnah buah pear impor	3,12	Sedang
9	vitamin yang terkandung dalam buah pear impor	4,22	Sangat Tinggi
	Evaliasi (ei)	3,62	Tinggi

Sumber: Data Olahan 2014

Tabel 5, dapat dilihat bahwa skor evaluasi/kepentingan konsumen terhadap atribut buah pear impor sebesar (3,62), tergolong kategori tinggi. Tingginya nilai pada buah pear impor karena dari sembilan variabel evaluasi/kepentingan terhadap atribut buah pear impor ada satu variabel kategori sangat tinggi yaitu vitamin yang terkandung dengan skor (4,22), ada lima variabel dengan kategori tinggi yaitu harga dengan skor (3,54), rasa dengan skor (3,90) manfaat bagi kesehatan dengan skor (3,94) tekstur dengan skor (3,58) dan kemudahan memperoleh dengan skor (3,82) dan tiga variabel dengan kategori sedang yaitu pada daya tahan simpan dengan skor (3,22), ukuran dengan skor (3,32), dan warna dengan skor (3,12). Hal ini antara lain disebabkan responden dalam mengkonsumsi pear impor sangat memperhatikan vitamin yang terkandung didalamnya dan manfaatnya bagi kesehatan sedangkan ukuran pada buah pear relatif kurang diperhatikan.

Sikap Konsumen terhadap Produk Buah Apel dan Pear Impor di Pasar Buah Pekanbaru

Sikap total individu terhadap atribut buah apel dan pear impor di Pasar Buah Pekanbaru berdasarkan variabel keyakinan dan variabel evaluasi yang telah diperoleh, ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Sikap konsumen terhadap produk buah apel dan pear impor

No	Atribut	Keyakinan (bi)		Evaluasi (ei)		bi x ei = AB	
		apel	pear	apel	pear	apel	pear
1	Harga buah impor mahal	3,18	3,72	3,56	3,54	11,32	13,17
2	Rasa buah impor	3,70	3,82	3,66	3,90	13,54	14,90
3	Daya tahan simpan buah impor	3,46	3,72	3,42	3,22	11,83	11,98
4	Buah impor bermanfaat bagi kesehatan	4,02	4,00	4,06	3,94	16,32	15,76
5	Tekstur buah impor	3,66	3,72	3,32	3,58	12,15	13,32
6	Kemudahan memperoleh buah impor	3,62	3,98	3,82	3,74	13,83	14,89
7	Ukuran buah impor	3,24	3,22	3,10	3,32	10,04	10,69
8	Warna buah impor	3,80	3,66	3,20	3,12	12,16	11,42
9	Vitamin yang terkandung dalam buah impor	4,26	4,30	4,32	4,22	18,40	18,15
	Nilai Sikap Konsumen					119,60	124,26

Sumber: Data Olahan 2014

Keterangan:
bi = Keyakinan Konsumen
Ei = Evaluasi Konsumen
AB = Sikap Konsumen

Tabel 6, menunjukkan bahwa sikap konsumen merupakan gabungan antara keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap atribut produk buah pear impor termasuk buah yang memiliki banyak penggemar. Meskipun demikian buah apel dan pear ini sama-sama bermanfaat bagi kesehatan, tetapi konsumen dapat memberi nilai kepercayaan lebih sangat tinggi kepada buah pear impor dari pada buah apel impor, nilai sikap konsumen buah apel impor sebesar 119,60, sedangkan buah pear impor sebesar 124,26.

Tabel 7. Skor maksimum sikap konsumen terhadap produk buah apel dan pear Impor

No	Atribut	Keyakinan	Evaluasi (ei)		Total	
		Ideal	Apel	Pier	Apel	Pier
1	Harga buah impor mahal	5	3,56	3,54	17,80	17,70
2	Rasa buah impor	5	3,66	3,90	18,30	19,50
3	Daya tahan simpan buah impor	5	3,42	3,22	17,10	16,10
4	Buah impor bermanfaat bagi kesehatan	5	4,06	3,94	20,30	19,70
5	Tekstur buah impor	5	3,32	3,58	16,60	17,90
6	Kemudahan memperoleh buah impor	5	3,82	3,74	19,10	18,70
7	Ukuran buah impor	5	3,10	3,32	15,50	16,60
8	Warna buah impor	5	3,20	3,12	16,00	15,60
9	Vitamin yang terkandung dalam buah impor	5	4,32	4,22	21,60	21,10
	Jumlah Skor Maksimum				162,30	162,90

Sumber : Data Olahan 2014

Tabel 7, dapat dilihat bahwa skor rentang tertinggi 5 sebagai "sangat baik" dan 1 sebagai "sangat tidak baik", maka nilai sikap maksimum pada buah apel adalah 162,30, untuk buah pear adalah 163,90 dan nilai minimum pada buah apel adalah 32,46, untuk buah pear adalah 32,58. Maka rentang skor yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Skala sikap konsumen

	5	4	3	2	1
Apel	162,30	129,84	97,38	64,92	32,46
Pier	162,90	130,32	97,74	65,16	32,58
	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik

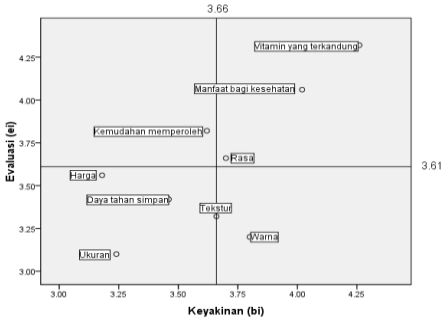
Sumber : Data Olahan 2014

Tabel 8, dapat dilihat bahwa sikap konsumen terhadap atribut buah apel sebesar 162,30, untuk buah pear sebesar 163,90. Dengan demikian secara keseluruhan dapat dikatakan sikap konsumen terhadap produk apel bernilai 119,60, pada buah pear bernilai 124,26 (Tabel 9) sudah mendekati baik.

Analisis Diagram Kartesius terhadap Atribut Buah

Analisis diagram kartesius membangunkan tingkat keyakinan dan kepentingan setiap atribut yang akan menempatkan setiap atribut berada pada empat kuadran. Kuadran pertama terletak pada sebelah kiri atas, yang kedua berada sebelah kanan atas, kuadran ketiga disebelah kiri bawah, dan kuadran yang keempat terletak disebelah kanan bawah.

Atribut Buah Apel Impor



Gambar 9. Diagram Kartesius dari Atribut Buah Apel Impor

Gambar 9, dapat dilihat dari posisi masing-masing atribut yang dapat dijelaskan seperti berikut: atribut buah apel impor dengan nilai pembagi area untuk masing-masing sumbu kartesius adalah reratan tingkat keyakinan buah apel impor (3.66) dan pada evaluasi buah apel impor (3.61).

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Menunjukkan pada atribut buah apel ada atribut, yaitu kemudahan memperoleh, kondisi atribut pada kuadran pertama menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas dengan kemudahan memperolehnya merupakan yang harus ditingkatkan untuk konsumen karena untuk mendapatkan buah apel impor bisa langsung ke tempat pasar buah atau supermarket lainnya.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan pada Atribut–atribut buah apel yang masuk dalam kuadran ini adalah vitamin yang terkandung manfaat bagi kesehatan, dan rasa. Atribut–atribut ini dapat dijadikan sebagai kelebihan dan keunggulan untuk buah apel impor sehingga mampu memperluas pemasaran buah apel impor.

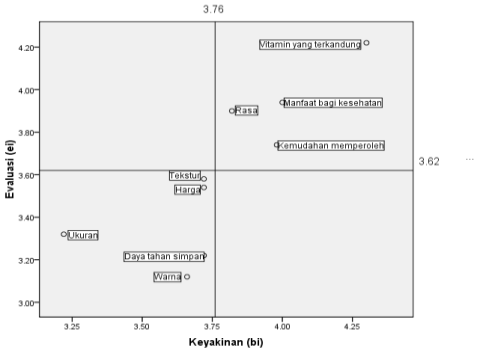
3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Menunjukkan Pada Atribut pada buah apel, yaitu harga, daya tahan simpan, tekstur dan ukuran. Atribut ini perlu untuk lebih diperhatikan oleh pihak produsen agar konsumen dapat merasakan kepentingan dari atribut ini.

4. Kuadran IV (Berlebihan).

menunjukkan pada atribut buah apel yang masuk dalam kuadran ini adalah warna. Oleh karena itu, atribut yang berada pada kuadran keempat merupakan atribut yang tidak begitu penting karena dalam hal ini konsumen lebih manfaat bagi kesehatan mementingkan vitamin yang terkandung dan rasa.

Atribut Buah Pear Impor



Gambar 10. Diagram Kartesius dari Atribut Buah Pear Impor

Pada Gambar 10, dapat dilihat dari posisi masing-masing atribut yang dapat dijelaskan seperti berikut: atribut buah pear impor dengan nilai

pembagi area untuk masing-masing sumbu kartesius adalah reratan tingkat keyakinan buah pear impor (3.76) dan pada evaluasi buah pear impor (3.62).

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen, tetapi pihak Pasar Buah sudah melaksanakannya sesuai dengan apa yang diinginan konsumen, sehingga tidak ada atribut buah pear yang berada pada kuadaran I (Prioritas Utama).

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan pada atribut–atribut buah pear yang termasuk dalam kuadran ini adalah vitamin yang terkandung, manfaat bagi kesehatan rasa dan kemudahan memperoleh. Atribut–atribut ini dapat dijadikan sebagai kelebihan dan keunggulan untuk buah pear impor sehingga mampu memperluas pemasaran buah pier impor.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Menunjukkan atribut pada buah pear, yaitu tekstur harga, ukuran , daya tahan simpan dan warna . Atribut ini perlu untuk lebih diperhatikan oleh pihak produsen agar konsumen dapat merasakan kepentingan dari atribut ini.

4. Kuadran IV (Berlebihan).

menunjukkan atribut yang dirasa kurang penting oleh konsumen. Terlihat pada atribut buah pear tidak ada atribut yang masuk dalam kuadran ini. Oleh karena itu, pihak pasar buah ini menunjukkan bahwa sudah melakukan menajemen perusahaan yang baik, sehingga tidak ada atribut yang drasakan berlebihan oleh konsumen

Tabel 11. Rekapitulasi penempatan posisi diagram kartesius

No.	Kuadran	Kategori	Apel	Pear
1	I	Yang harus ditingkatkan evaluasi dan kepentingan	- Kemudahan memperoleh	
2	II	Yang karus dipertahankan	- Vitamin yang terkandung	- Vitamin yang terkandung
			- Manfaat bagi keshatan	- Manfaat bagi keshatan
			- Rasa	- Rasa
				- Kemudahan memperoleh
3	III	Yang dapat diabaikan	- Harga	- Tekstur
			- Daya tahan simpan	- Harga
			- Ukuran	- Ukuran
			- Tekstur	- Daya tahan simpan
				- Warna
4	IV	Yang harus ditingkatkan keyakinan konsumennya	- Warna	

Sumber: Data Olahan 2014

KESIMPUAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Sikap konsumen terhadap pembelian buah apel dan pear impor menunjukkan bahwa konsumen meyakini atribut vitamin yang terkandung, manfaat bagi kesehatan, rasa, dan kemudahan memperoleh, merupakan atribut yang paling diyakini.
2. Sikap konsumen terhadap pembelian buah apel dan pear impor bernilai (119,60, dan 124,17), secara keseluruhan nilai sikap konsumen terhadap produk buah apel dan pear impor dinilai baik, hal ini menunjukkan adanya kecendrungan konsumen untuk mengkonsumsi buah apel dan pear impor.

Saran

1. Penjual buah di Pasar Buah Pekanbaru sebaiknya mempertahankan serta meningkatkan atribut-atribut yang diyakini konsumen sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap menjaga kualitas buah apel dan pear impor .

2. Penjual buah di Pasar Buah Pekanbaru sebaiknya mempertahankan harga buah apel dan pear impor, karena konsumen sudah meyakini bahwa harga buah apel dan pear impor di pasar tersebut sesuai dengan apa yang konsumen harapkan

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. 2000**. Karakteristik Penduduk Riau Hasil Sensus Penduduk Provinsi Riau**. Riau.

Deptan.2006.http://agribisnis.deptan.go.id/pustaka/revitalisasi%20pertanian%20melalui%20agroindustri%20perdesaan.pdf (diakses tanggal 3 april 2013)

Lusianan, Enna. 2011. **Pengaruh Bauran Pemasaraan Terhadap Kputusan Pembeli Konsumen Buah & Sayur Sistem Ritel di Lotte Mart Pekanbaru.** Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru (Tidak di Publikasikan).

Hartono, B, 2011. ***Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bakso di Malang.*** Buletin Peternakan Vol. 35(2): 137-142, Juni. Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran, Malang, Jawa Timur.

Riau Terkini. 2014.http://riauterkini.com/sosial.php?arr=79802&judul=Jumlah%20Penduduk%20Pekanbaru%20Melewati%20Angka%20Satu%20Juta%20Jiwa

Rizka, Isni Y. 2012. **Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Kudus.** e-Jurnal Agrista–ISSN2302-1713-hhtp://Agribisnis.fp.uns.id.Copyright©2012 Program Studi Agribisnis–Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta. (diakses tanggal 2 Februari 2014).

Sadeli dan Utami. 2012. **Motivasi, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Terhadap Atribut Komoditas Apel Lokal Dan Apel Impor : Studi Kasus Pada Konsumen Buah Apel Lokal Dan Apel Impor Di Wilayah Kota Bandung.** Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian. Universitas Padjadjaran.

Sugiyono. 2007. **Metode Penelitian Administrasi.** CV. Alfabeta. Bandung.

Supranto, J. 2002. **Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran.** Rineka Cipta. Jakarta.

Umar, Husein. 2003. **Studi Kelayakan Bisnis.** PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Winda. M.l. 2010. ***Analisis Finansial Agroindustri Aren (Arenga Pinnata)*** di Kabupaten Rokan Hulu Propinsi Riau. (Tidak di Publikasikan).