

## ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BUAH PISANG DI KOTA MATARAM

### *ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES ON BANANA FRUIT ATTRIBUTES IN MATARAM CITY*

Nilul Irfana Sastrawan<sup>1\*</sup>, I Ketut Budastra<sup>1</sup>, Efendy<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia  
Email Penulis Korespondensi: \*nilulsastrawan2@gmail.com \*iketutbudastra@yahoo.com  
\*efendyefendy9@gmail.com

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang di Kota Mataram dengan menggunakan metode deskriptif, sebanyak 100 responden di Kota Mataram yang dipilih menggunakan metode *systematic random sampling*. Penentuan daerah sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan teknik survei yaitu wawancara dan penyebaran kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut buah pisang yang paling dipertimbangkan oleh konsumen berdasarkan nilai kepentingan secara berurutan adalah kesegaran, pematangan, harga, jenis pisang, dan label keamanan. Atribut-atribut buah pisang yang menjadi preferensi konsumen berdasarkan nilai kegunaan yaitu jenis pisang kuning, kondisi segar, pematangan secara alami, ada label keamanan, dan harga berkisar Rp. 12.000-18.000/kg.

Kata kunci: Preferensi, Buah Pisang, Kota Mataram

#### ABSTRACT

This study aims to analyze consumer preferences for banana attributes in Mataram City using a descriptive method, as many as 100 respondents in Mataram City selected using a systematic random sampling method. Determination of the sample area is carried out by purposive sampling. Data collection with survey techniques, namely interviews and questionnaire distribution. The collected data was analyzed using conjoint analysis. The results showed that the attributes of bananas most considered by consumers based on importance value in order were freshness, ripening, price, type of banana, and safety label. The attributes of bananas that become consumer preferences based on the value of usefulness are the type of yellow banana, fresh conditions, natural ripening, there is a safety label, and prices range from Rp. 12,000-18,000/kg.

Keywords: Preferences, Bananas, Mataram City

#### PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Hortikultura terdiri dari berbagai macam jenis tanaman sayuran, buah-buahan, tanaman obat-obatan, dan tanaman hias (Herista, 2015). Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang menjadi primadona karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan potensi pasar yang cukup besar. Buah-buahan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan gizi dan kesehatan tubuh karena merupakan sumber utama vitamin, mineral, dan berbagai kandungan zat penting lainnya yang berfungsi sebagai zat pengatur dan pembangun dalam tubuh.

Pisang merupakan salah satu tanaman ekonomi yang menguntungkan karena sifat pertumbuhannya yang cepat yaitu pada umur rata-rata satu tahun sudah dapat berbuah sehingga pisang termasuk ke dalam buah yang tersedia sepanjang tahun. Berdasarkan rilis data Badan Pusat Statistik (2022), pisang menjadi buah yang paling banyak diproduksi di Indonesia dengan jumlah produksi mencapai 8,74 juta ton. Kota Mataram merupakan salah satu wilayah yang menjadi sentra pemasaran buah pisang. Hampir di setiap tempat

kerap ditemukan pedagang buah pisang. Buah pisang yang dijual pun beragam jenis, seperti pisang ambon, pisang raja, pisang mas, pisang kepok, pisang tanduk, dll. Keberagaman jenis pisang yang dijual dengan atribut yang berbeda-beda akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian (Rumapea, 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman, penilaian konsumen terhadap suatu produk menjadi lebih kritis. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menginginkan produk yang berkualitas untuk dikonsumsi. Kondisi ini juga berlaku pada pembelian buah pisang. Terdapat berbagai macam atribut yang melekat pada buah pisang yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Baik produsen dan pemasar perlu mengetahui selera konsumen agar buah pisang yang dipasarkan mendapat tanggapan yang baik dari konsumen (Masroeri & Wibawa, 2019).

Preferensi konsumen diartikan sebagai pilihan konsumen terhadap suatu hal yang lebih disukai. Preferensi menunjukkan selera atau tingkat kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Konsumen akan mempertimbangkan banyak hal dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Hal-hal yang menjadi acuan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian adalah atribut yang melekat pada suatu produk. Atribut produk merupakan karakteristik atau aspek-aspek yang terkandung pada suatu produk yang dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk menyukai dan kemudian membeli produk tersebut (Aiman et al., 2017).

Keberagaman jenis buah pisang yang dijual dengan berbagai atribut yang berbeda-beda akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Pengetahuan mengenai preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang akan menentukan seberapa besar buah pisang yang dijual dapat diterima oleh konsumen dan apakah telah sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melaksanakan penelitian yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang di Kota Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang di Kota Mataram.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi buah pisang di Kota Mataram. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Mataram. Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa terdapat dua jenis pemukiman yakni pemukiman modern (perumahan) dan pemukiman tradisional (lokal). Penentuan jumlah responden menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 responden. Pemilihan responden menggunakan metode *systematic random sampling* dimana responden dipilih secara sistematis berdasarkan urutan letak rumah yang ada di setiap kelurahan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dengan teknik survei yaitu wawancara secara langsung dan penyebaran kuesioner. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis konjoin.

### **Analisis Data**

#### ***Analisis Konjoin***

Analisis konjoin merupakan suatu analisis untuk menghitung nilai kepentingan relatif masing-masing atribut produk dan nilai kesukaan konsumen terhadap tingkatan atribut (Hair et al., 2019). Tujuan analisis konjoin adalah untuk memperkirakan dan

membandingkan pendapat konsumen yang sebenarnya (aktual) dengan kombinasi atribut (stimuli) yang terbentuk.

Menurut Sarwono (2013) terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam analisis konjoin yakni:

- 1) Menentukan atribut dan level
- 2) Membuat kombinasi atribut (stimuli)
- 3) Mengumpulkan pendapat responden terhadap stimuli yang terbentuk
- 4) Melakukan proses analisis konjoin
- 5) Melakukan penafsiran

Jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima atribut, sedangkan jumlah level dari masing-masing atribut adalah dua sampai tiga level. Kemudian dari masing-masing atribut dan level atribut digunakan untuk membentuk kombinasi atribut (stimuli).

**Tabel 1.** Atribut dan Level Atribut

No	Atribut	Level
1	Jenis Pisang	1. Pisang Kuning (pisang susu, pisang raja, pisang mas, pisang kayu) 2. Pisang Hijau (pisang ambon, pisang lumut) 3. Pisang Cavendish
2	Kesegaran	1. Segar 2. Kurang segar
3	Pematangan	1. Alami 2. Kimia
4	Label Keamanan	1. Ada 2. Tidak ada
5	Harga (Rp/kg)	1. Rendah (Rp. 12.000 - 18.000/kg) 2. Sedang (Rp. 18.001 - 24.000/kg) 3. Tinggi (Rp. 24.001 - 30.000/kg)

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Kombinasi antara atribut dengan level atribut disebut satu stimuli. Terdapat lima atribut dengan masing-masing atribut mempunyai dua sampai tiga level. Kombinasi atribut yang dapat dibuat adalah  $3 \times 2 \times 2 \times 2 \times 3 = 72$  kombinasi. Karena jumlah kombinasi yang terbentuk sangat banyak dan akan menyulitkan responden dalam memberikan penilaian, maka perancangan kombinasi dilakukan dengan teknik *orthogonal* desain menggunakan alat bantu *SPSS Statistics* versi 23. Teknik *orthogonal* desain bertujuan untuk mereduksi kombinasi yang terbentuk agar tidak semua kombinasi harus dinilai oleh responden. Proses *orthogonal* desain ini menghasilkan 16 kombinasi atribut yang dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Prosedur *Orthogonal*

Atribut					Stimuli
Jenis Pisang	Kesegaran	Pematangan	Label Keamanan	Harga	
Cavendish	Kurang segar	Kimia	Ada	Tinggi (Rp. 24.001 – 30.000/kg)	X1
Cavendish	Segar	Alami	Tidak ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X2
Cavendish	Segar	Kimia	Ada	Sedang (Rp. 18.001 – 24.000/kg)	X3

Cavendish	Kurang segar	Alami	Tidak ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X4
Kuning (Susu)	Kurang segar	Kimia	Ada	Sedang (Rp. 18.001 – 24.000/kg)	X5
Kuning (Susu)	Segar	Alami	Ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X6
Kuning (Raja)	Segar	Kimia	Tidak ada	Tinggi (Rp. 24.001 – 30.000/kg)	X7
Kuning (Raja)	Kurang segar	Alami	Ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X8
Kuning (Mas)	Segar	Alami	Tidak ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X9
Kuning (Mas)	Kurang segar	Kimia	Tidak ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X10
Kuning (Kayu)	Kurang segar	Kimia	Tidak ada	Sedang (Rp. 18.001 – 24.000/kg)	X11
Kuning (Kayu)	Segar	Alami	Ada	Tinggi (Rp. 24.001 – 30.000/kg)	X12
Hijau (Ambon)	Segar	Alami	Tidak ada	Sedang (Rp. 18.001 – 24.000/kg)	X13
Hijau (Ambon)	Kurang segar	Kimia	Tidak ada	Tinggi (Rp. 24.001 – 30.000/kg)	X14
Hijau (Lumut)	Kurang segar	Kimia	Ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X15
Hijau (Lumut)	Segar	Alami	Ada	Rendah (Rp. 12.000 – 18.000/kg)	X16

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Hasil output yang diperoleh dari analisis konjoin berupa nilai kegunaan (*utility estimates*) dan nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kegunaan merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap level atribut buah pisang yang disukai apabila nilai yang diperoleh hasilnya positif. Jika hasil yang didapatkan bernilai negatif, maka konsumen tidak menyukai level atribut buah pisang tersebut. Sedangkan nilai kepentingan merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut buah pisang dalam melakukan pembelian (Putri, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden buah pisang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 70 orang dan sisanya berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya perempuan lebih banyak mengurus kebutuhan rumah tangga dari mulai berbelanja kebutuhan dapur hingga mengatur jenis pangan yang hendak dikonsumsi oleh keluarganya. Mayoritas responden buah pisang didominasi oleh responden dengan kelompok usia berkisar antara 30-56 tahun dengan jumlah total sebanyak 75 orang. Sumarwan (2015) menjelaskan bahwa kelompok usia 36-65 tahun termasuk kelompok usia dewasa yang cenderung berpikir secara rasional dalam membeli suatu produk, sehingga para konsumen pada usia ini cenderung memiliki pertimbangan tertentu dalam keputusan pembelian produk tersebut. Perbedaan rentang usia dalam pembelian suatu produk dapat mengakibatkan perbedaan selera konsumen terhadap

produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2015). Dengan demikian, responden yang termasuk ke dalam kelompok usia ini sudah memiliki pertimbangan tertentu dalam membeli buah pisang yang sesuai dengan keinginannya. Mayoritas responden buah pisang berasal dari suku Sasak yakni dengan jumlah 62 orang dan sisanya berasal dari suku Bali, Jawa, dan Samawa. Kondisi ini menunjukkan bahwa suku Sasak merupakan suku asli Lombok yang menetap di Mataram sedangkan suku yang lainnya merupakan suku migrasi yang menetap ke wilayah Mataram. Mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMA dan S1 dengan jumlah sebanyak 82 orang, sisanya menempuh pendidikan SD, SMP, Diploma, dan S2. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendidikan konsumen sudah mencapai taraf yang baik dalam menentukan pilihan terhadap produk buah pisang untuk memenuhi kebutuhannya. Sumarwan (2013) menjelaskan bahwa latar belakang pendidikan seseorang akan mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Jika diasumsikan pendidikan konsumen baik, maka pemilihan makanan dalam keluarga akan lebih terkontrol, sehingga kebiasaan makan anggota keluarga terbentuk dengan baik.

**Tabel 3.** Karakteristik Responden Buah Pisang Menurut Jenis Kelamin, Usia, Suku, dan Tingkat Pendidikan

No	Karakteristik Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	30	30
	Perempuan	70	70
2	Usia		
	21 – 29	17	17
	30 – 38	24	24
	39 – 47	22	22
	48 – 56	29	29
	57 – 65	8	8
3	Suku/etnik		
	Sasak	62	62
	Bali	18	18
	Jawa	14	14
	Samawa	6	6
4	Tingkat Pendidikan		
	SD	4	4
	SMP	7	7
	SMA	58	58
	Diploma	4	4
	S1	24	24
	S2	3	3

*Sumber: Data Primer diolah, 2023*

Tabel 4 menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden buah pisang adalah mayoritas tidak bekerja atau berperan sebagai ibu rumah tangga yakni sebanyak 40 orang, sisanya berprofesi sebagai PNS, pegawai swasta, wiraswasta, wirausaha, dan jenis pekerjaan lainnya seperti staff, bidan, asisten. Perbedaan jenis pekerjaan akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh konsumen (Wiltshire, 2016). Sebagian besar responden memiliki pendapatan per bulan berkisar antara Rp. 1.000.000-5.000.000 yakni sebanyak 88 orang. Perbedaan tingkat pendapatan menjadi indikator

dalam daya beli dan berpengaruh terhadap pemilihan produk yang akan dikonsumsi. Menurut Jannah & Antara (2018), semakin besar jumlah pendapatan seseorang, maka semakin besar pula kemampuan dalam membeli berbagai macam kebutuhan, begitu pun sebaliknya. Putong (2015) juga menjelaskan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi tingkat konsumsi suatu rumah tangga adalah total pendapatan dan kekayaan rumah tangga itu sendiri. Mayoritas jumlah anggota keluarga responden buah pisang berkisar antara 3 hingga 5 orang per KK dengan jumlah total sebanyak 87 orang. Jumlah anggota keluarga biasanya menjadi pertimbangan dalam pembelian buah pisang terutama dalam hal jumlah buah pisang yang hendak dibeli. Antara & Wirawan, (2013) menyatakan bahwa jumlah anggota rumah tangga berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan buah pisang.

**Tabel 4.** Karakteristik Responden Buah Pisang Menurut Jenis Pekerjaan, Pendapatan, dan Jumlah Anggota Keluarga

No	Karakteristik Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Pekerjaan		
	PNS	13	13
	Pegawai Swasta	20	20
	Wiraswasta	14	14
	Wirausaha	6	6
	Ibu Rumah Tangga	40	40
	Lainnya	7	7
2	Pendapatan/bulan		
	< Rp. 1.000.000	7	7
	Rp. 1.000.000 – 2.000.000	27	27
	Rp. 2.000.001 – 3.000.000	35	35
	Rp. 3.000.001 – 5.000.000	26	26
	> Rp. 5.000.000	5	5
3	Jumlah Anggota Keluarga		
	1-2	8	8
	3-4	60	60
	5-6	32	32

Sumber: Data Primer diolah, 2023

### Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang

Preferensi didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak sukanya konsumen terhadap suatu produk. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut dan level atribut buah pisang dapat diketahui dari nilai kegunaan dan nilai kepentingan.

#### Nilai Kepentingan (*Importance Values*)

Nilai kepentingan merupakan nilai gabungan pendapat konsumen terhadap atribut yang dimaksud. Nilai *importance values* digunakan untuk mengetahui atribut mana yang paling penting oleh konsumen sehingga menjadi pertimbangan dalam membeli suatu produk. Hasil nilai *importance values* konsumen buah pisang dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Nilai Kepentingan (*Importance Values*) terhadap Atribut Buah Pisang

Atribut	<i>Importance Values</i>
Jenis Pisang	14.101
Kesegaran	33.022
Pematangan	29.555
Label Keamanan	7.139
Harga	16.184

*Sumber: Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan nilai tingkat kepentingan (*importance values*) pada tabel 5, dapat diketahui bahwa atribut kesegaran merupakan atribut pertama yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang dengan nilai *importance values* paling tinggi yakni 33,022. Kesegaran pada buah pisang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen melalui tampilan fisik buah pisang. Kesegaran buah pisang berkaitan dengan lamanya buah pisang disimpan. Pisang yang disimpan terlalu lama warnanya akan berubah dan terdapat bercak-bercak coklat kehitaman pada kulit buah pisang yang menandakan bahwa buah pisang tersebut mengalami kelebihan matang yang akan mempengaruhi rasa dan tekstur daging buah pisang menjadi lembek ketika dikonsumsi. Konsumen dalam penelitian ini meyakini bahwa buah pisang yang dijual memiliki tingkat kesegaran yang relatif masih terjaga sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli buah pisang.

Atribut pematangan merupakan atribut selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang dengan nilai *importance values* 29,555. Proses pematangan pada buah pisang dilakukan agar buah pisang menjadi lebih cepat matang. Perbedaan cara pematangan buah pisang akan mempengaruhi karakteristik dari buah pisang itu sendiri, terutama rasa pada buah pisang. Konsumen beranggapan bahwa buah pisang yang dimatangkan secara kimia memiliki rasa yang sepat karena buah pisang tersebut telah tercampur dengan zat-zat kimia yang membuat pisang lebih cepat matang sebelum waktunya. Atribut harga merupakan atribut ketiga yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang dengan nilai *importance values* 16,184. Buah pisang yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen. Buah pisang yang segar namun dipatok dengan harga yang lebih tinggi akan cenderung dibeli oleh konsumen dibanding dengan buah pisang yang kurang segar namun dipatok dengan harga yang lebih murah. Konsumen tidak terlalu mempermasalahkan harga buah pisang yang dijual karena yang terpenting adalah kandungan gizi dan manfaat pada buah pisang.

Atribut jenis pisang merupakan atribut keempat yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang dengan nilai *importance values* 14,101. Perbedaan jenis pisang sangat berpengaruh terhadap karakteristik fisik dari buah pisang, mulai dari tampilan fisik (warna, bentuk, dan ukuran), tekstur, dan rasa ketika dikonsumsi. Berbagai macam jenis buah pisang yang ditawarkan di pasaran akan memudahkan konsumen dalam memilih jenis pisang yang sesuai dengan selera. Atribut label keamanan merupakan atribut terakhir yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli buah pisang dengan nilai *importance values* paling kecil yakni 7,139. Meskipun atribut label keamanan memiliki nilai kepentingan yang paling kecil, konsumen menganggap bahwa adanya label keamanan yang tertera pada buah pisang dirasa cukup penting. Adanya label keamanan akan membuat konsumen menjadi tidak perlu khawatir dengan buah pisang yang dikonsumsi karena sudah terjamin mutu dan keamanannya.

#### ***Nilai Kegunaan (Utility Estimates)***

Menurut Ghazali (2016), nilai *utility* merupakan selisih antara nilai rata-rata faktor tertentu dengan nilai *constant*. Nilai *utility* digunakan untuk menyatakan pilihan konsumen terhadap level atribut pada suatu produk yang disukai atau tidak disukai dengan melihat hasil *utility* yang bernilai positif dan negatif. Nilai *utility* positif menunjukkan bahwa konsumen menyukai atribut produk yang ditawarkan. Sedangkan nilai *utility* negatif menunjukkan bahwa konsumen kurang menyukai atribut produk yang

ditawarkan (Indarto, 2011). Hasil nilai *utility estimate* konsumen buah pisang dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6.** Nilai Kegunaan (*Utility Estimates*) terhadap Atribut Buah Pisang

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Jenis Pisang	Pisang Kuning	.143	.094
	Pisang Hijau	-.167	.110
	Pisang Cavendish	.023	.110
Kesegaran	Segar	.893	.086
	Kurang segar	-.893	.086
Pematangan	Alami	.795	.099
	Kimia	-.795	.099
Label Keamanan	Ada	.038	.070
	Tidak ada	-.038	.070
Harga	Rendah (Rp. 12.000 - 18.000/kg)	.167	.115
	Sedang (Rp. 18.001 - 24.000/kg)	.152	.115
	Tinggi (Rp. 24.001 - 30.000/kg)	-.318	.115
(Constant)		5.863	.080

Sumber: Data Primer diolah, 2023

### ***Jenis Pisang***

Pada atribut jenis pisang terdapat tiga level atribut yaitu jenis pisang kuning, pisang hijau dan pisang cavendish. Jenis pisang kuning memiliki nilai *utility* 0,143, jenis pisang hijau memiliki nilai *utility* -0,167 dan jenis pisang cavendish memiliki nilai *utility* 0,023. Berdasarkan ketiga nilai *utility* tersebut, konsumen lebih menyukai jenis pisang kuning dibandingkan dengan dua jenis pisang lainnya yakni pisang hijau dan pisang cavendish.

### ***Kesegaran***

Pada atribut kesegaran terdapat level atribut segar dan tidak segar. Level atribut segar memiliki nilai *utility* 0,893 lebih besar dibandingkan dengan level atribut kurang segar dengan nilai *utility* -0,893. Berdasarkan kedua nilai *utility* tersebut, konsumen lebih menyukai buah pisang dengan kondisi segar. Kesegaran pada buah pisang berkaitan dengan lamanya buah pisang disimpan. Buah pisang yang disimpan terlalu lama warnanya akan berubah menjadi coklat kehitaman.

### ***Pematangan***

Pada atribut pematangan terdapat level atribut alami dan kimia. Level atribut alami memiliki nilai *utility* 0,795 lebih besar dibandingkan dengan level atribut kimia memiliki nilai *utility* -0,795. Berdasarkan kedua nilai *utility* tersebut, konsumen lebih menyukai buah pisang yang dimatangkan secara alami karena kandungan gizi yang terkandung pada buah pisang masih tetap terjaga.

### ***Label Keamanan***

Pada atribut label keamanan terdapat level atribut ada label dan tidak ada label. Level atribut ada label memiliki nilai *utility* 0,038, lebih besar dibandingkan dengan level atribut tidak ada label yang memiliki nilai *utility* -0,038. Berdasarkan kedua nilai *utility* tersebut, konsumen lebih menyukai buah pisang yang memiliki label keamanan, meskipun pengaplikasiannya belum banyak dilakukan. Meskipun demikian, konsumen

tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut dan tetap membeli buah pisang yang sesuai dengan seleranya.

### **Harga**

Pada atribut harga terdapat tiga level atribut yakni rendah (Rp. 12.000-18.000/kg), sedang (Rp. 18.001-24.000/kg), dan tinggi (Rp. 24.001-30.000/kg). Atribut harga dengan level atribut rendah (Rp. 12.000-18.000/kg) memiliki nilai *utility* 0,167 lebih tinggi dibanding dengan harga buah pisang dengan level atribut sedang (Rp. 18.001-24.000/kg) dengan nilai *utility* 0,152 dan level atribut tinggi (Rp. 24.001-30.000/kg) nilai *utility* - 0,318. Berdasarkan ketiga nilai *utility* tersebut, konsumen lebih menyukai buah pisang dengan kisaran harga Rp. 12.000-18.000/kg.

Berdasarkan penjelasan tersebut, konsumen lebih menyukai buah pisang dengan jenis pisang kuning, dengan kondisi segar, pematangan secara alami, ada label keamanan, dan dengan harga berkisar antara Rp. 12.000-18.000/kg.

### **Nilai Korelasi (Correlations)**

Untuk mengetahui adanya korelasi (hubungan) antara atribut dengan preferensi konsumen, maka dapat diketahui dengan melihat nilai signifikansi. Nilai *sig* < 0,05 artinya terdapat korelasi yang signifikan antara atribut yang digunakan dengan preferensi konsumen. Hasil uji korelasi secara *Pearson* dan *Kendall* dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7.** Nilai Korelasi (*Correlations*)

<b>Correlations<sup>a</sup></b>		
	<i>Value</i>	<i>Sig.</i>
Pearson's R	.991	.000
Kendall's tau	.917	.000

*Sumber: Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan nilai korelasi pada tabel 7, dapat diketahui bahwa nilai *sig* pada uji *Pearson' R* dan *Kendall's tau* adalah 0,000 yang berarti nilai *sig* < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi konsumen dalam pembelian buah pisang dengan atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut buah pisang yang paling dipertimbangkan oleh konsumen berdasarkan nilai kepentingan (*importance values*) secara berurutan adalah kesegaran dengan nilai 33,022, pematangan dengan nilai 29,555, harga dengan nilai 16,184, jenis pisang dengan nilai 14,101, dan label keamanan dengan nilai 7,139.
2. Atribut-atribut buah pisang yang menjadi preferensi konsumen berdasarkan nilai kegunaan (*utility estimate*) adalah jenis pisang kuning dengan nilai *utility* 0,143, kondisi segar dengan nilai *utility* 0,893, pematangan secara alami dengan nilai *utility* 0,795, ada label keamanan dengan nilai *utility* 0,038, dan harga berkisar Rp. 12.000-18.000/kg dengan nilai *utility* 0,167.

### **Saran**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi produsen dan pemasar buah pisang diharapkan untuk memperhatikan hasil penelitian ini dalam merencanakan pengadaan buah pisang yang sesuai dengan atribut

preferensi konsumen yaitu: jenis pisang kuning, kondisi segar, pematangan alami, ada label keamanan, dan harga Rp. 12.000-18.000/kg.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian serupa dapat menggunakan produk yang berbeda, atau dapat menggunakan produk yang sama dengan menambahkan atribut lain sehingga dapat memperkaya informasi ilmiah berkenaan dengan kesukaan konsumen terhadap berbagai atribut produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, 8 (1), 8–18.
- Antara, M., & Wirawan, I. G. Y. (2013). Permintaan Buah Pisang Ambon Oleh Rumah Tangga di Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6 (1), 16–29.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Tanaman Hortikultura Tahun 2022*. Badan Pusat Statistik.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Edition). Pearson Prentice.
- Herista, M. I. S. (2015). *Sikap dan Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor (Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung)*. Institut Pertanian Bogor.
- Indarto, R. P. (2011). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone: Studi Terhadap Bundling Smartphone oleh Telkomsel dan XL*. Universitas Indonesia.
- Jannah, N., & Antara, M. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Buah Jeruk Impor di Kota Palu. *J. Agroland*, 25(2), 121–129.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Prenhallindo.
- Masroeri, N. A. M., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Perbedaan dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Food Souvenir. *Jurnal Sains dan Seni Its*, 8 (2), 1–5.
- Putong, I. (2015). *Ekonomi Makro: Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Ghalia Indonesia.
- Putri, T. (2017). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Tuna*. Universitas Hasanuddin.
- Rumapea, E. (2021). Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang. *Agrisocionomics*, 5 (2), 1–13. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/agrisocionomics>
- Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Press.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. IPB Press.
- Wiltshire, A. H. (2016). The meanings of work in a public work scheme in South Africa. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 36(1–2), 2–17. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-02-2015-0014>