

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH NANAS MADU
DI KECAMATAN BELIK KABUPATEN PEMALANG**

***ANALYSIS OF THE HONEY PINAPPLE CONSUMER PREFERENCE
IN BELIK SUBDISTRICT PEMALANG REGENCY***

Arif Fauzi^{1*}, Wiludjeng Roessali², Suryani Nurfadillah³

^{1*}Mahasiswa S1 Agribisnis Universitas Diponegoro
(Email: emailbarufauzi@gmail.com)

²Dosen Program Studi S1 Agribisnis Universitas Diponegoro
(Email: wroessali@gmail.com)

³Dosen Program Studi S1 Agribisnis Universitas Diponegoro
(Email: suryani.nurfadillah@gmail.com)

*Penulis korespondensi: emailbarufauzi@gmail.com

ABSTRACT

The aims of this research are to analyze the characteristic of honey pineapple consumers and to analyze the preferences of honey pineapple consumers in Belik Sub-district. The research was conducted in Belik Sub-district on March-June 2020. The research location was determined by *purposive method*. The research was used a survey method with 100 respondents as the sample who were selected using accidental sampling. Descriptive analysis and conjoint analysis were used in this research. The result of the research showed that consumers prefers honey pineapple which has >Rp3.500-Rp4.500 of price, yellow skin color, sweet taste and fruit-shaped cut. The most important attribute in honey pineapple for consumers was the taste.

Keywords: *conjoint, consumer, honey pineapple, preference*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen buah nanas madu dan menganalisis preferensi konsumen dalam membeli buah nanas madu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret – Juni 2020 di Kecamatan Belik. Penentuan lokasi menggunakan metode *purposive* dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Belik merupakan sentra produksi buah nanas madu. Metode penelitian menggunakan survey dengan jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden dan menggunakan *accidental sampling* Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, studi literatur dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis konjoin. Atribut yang diteliti meliputi harga, warna, rasa dan bentuk buah nanas madu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai buah nanas madu yang memiliki harga >Rp3.500-Rp4.500 per buah, berwarna dominan kuning, memiliki rasa yang manis dan berbentuk potongan saat pembelian. Atribut yang dianggap paling penting bagi konsumen saat membeli buah nanas madu adalah atribut rasa.

Kata kunci : konjoin, konsumen, nanas madu, preferensi

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal karena kekayaan sumberdaya alamnya yang melimpah. Salah satunya adalah kekayaan jenis buah-buahan dengan citarasanya yang khas. Seiring dengan perkembangan jaman mendorong kesadaran masyarakat untuk hidup lebih sehat dengan banyak mengkonsumsi buah-buahan sehingga menyebabkan kebutuhan akan buah-buahan segar semakin meningkat.

Salah satu buah yang dapat tumbuh dan berkembang dengan baik di iklim Indonesia adalah buah nanas. Buah nanas dikenal juga sebagai buah yang kaya manfaat. Buah ini biasanya dikonsumsi dalam bentuk segar. Selain bermanfaat bagi manusia, tanaman ini juga cocok tumbuh di berbagai daerah tropis di Indonesia dan merupakan salah satu komoditas bergizi tinggi yang digemari baik di dalam dan luar negeri. Menurut Harahap *et al.* (2019) tanaman nanas juga merupakan tanaman yang tahan segala macam penyakit dan hama di segala musim.

Nanas madu adalah salah satu spesies buah nanas lokal yang ada di Indonesia. Nanas madu merupakan spesies buah nanas yang memiliki ciri utama yaitu ukurannya yang cenderung lebih kecil dari nanas pada umumnya akan tetapi memiliki rasa yang manis. Secara spesifik menurut pada United States Departement of Agriculture (USDA) National Nutrient (2008), analisis komposisi dalam 100 gram buah nanas madu mengandung 16,9 mg *ascorbic acid*, 1,76 g glukosa, 1,94 g fruktosa, 4,59 sukrosa, 130 SI vitamin A, 24 mg Vitamin C dan air hingga 85,3 g.

Pusat produksi dan pemasaran buah nanas madu di Kabupaten Pematang Jaya terdapat di Kecamatan Belik. Menurut data pada Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 produksi buah nanas di kecamatan ini mencapai 355.818,8 ku yang mana Kecamatan Belik sebagai salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak di Kabupaten Pematang Jaya yaitu sebanyak 118.179 jiwa maka diharapkan jumlah konsumsi buah nanas di Kecamatan Belik juga sejalan dengan jumlah penduduknya.

Menurut Priyambodo *et al.* (2019) mengatakan bahwa preferensi konsumen menggambarkan kesukaan konsumen dari pilihan-pilihan produk. Faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap preferensi konsumen adalah karakteristik individu, karakteristik produk dan karakteristik lingkungan. Adanya preferensi konsumen terhadap suatu produk terutama buah nanas madu dapat memberikan informasi kepada produsen dan pemasar buah nanas madu. Informasi yang didapatkan meliputi selera konsumen dalam membeli buah nanas madu. Hal ini karena sebelum melakukan pembelian buah nanas madu maka konsumen biasanya akan memperhatikan terlebih dahulu atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut dan memutuskan untuk suka atau tidak terhadap kombinasi atribut produk yang tersedia.

Tingkat konsumsi buah nanas secara umum naik dari tahun 2013 hingga 2017. Hal ini diketahui dari data Survey Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) yang menyatakan bahwa pada tahun 2013 tingkat konsumsi buah nanas perkapita per tahun sebanyak 0,209 kg dan naik 2 kali lipat pada tahun 2017 yaitu sebanyak 0,469 kg. Akan tetapi jumlah ini masih lebih rendah dibandingkan dengan jenis buah yang lainnya seperti jeruk sebesar 3,494 kg; mangga sebesar 0,574 kg; apel sebesar 1,043 kg dan salak sebesar 2,346 kg. Adanya kenaikan tingkat konsumsi buah mengindikasikan bahwa masyarakat mulai gemar untuk mengkonsumsi buah-buahan lokal khususnya nanas. Perbedaan jumlah konsumsi buah nanas dibandingkan dengan buah lokal lain salah satunya dapat disebabkan karena adanya preferensi konsumen yang berbeda-beda pula dimana masih adanya anggapan masyarakat mengenai rasa buah nanas lokal yang masam dan terkadang gatal. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu penelitian mengenai preferensi konsumen buah nanas madu agar nanas madu yang dihasilkan dapat memenuhi keinginan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Maret-Juni 2020 di Kecamatan Belik. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Belik merupakan pusat produksi buah nanas madu. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei dengan wawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan data atau informasi langsung dari sampel dengan mengajukan pertanyaan seara langsung.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 konsumen buah nanas madu dan ditentukan dengan metode *quota sampling*. Quota sampling digunakan karena jumlah populasi dari konsumen buah nanas madu tidak diketahui dan jumlah minimum untuk analisis konjoin sebanyak 100 sampel (Skreli dan Imami, 2012). Kemudian sampel diambil dengan metode *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* merupakan metode yang berdasar pada spontanitas dalam artian siapa saja yang ditemui oleh peneliti dan memenuhi kriteria maka dapat dijadikan sebagai sampel (Dane, 2011).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai responden dengan bantuan kuesioner yang telah dipersiapkan sebagai data primer. Pengumpulan data juga dilakukan dengan studi literatur yang berasal dari Badan Pusat Statistik, penelitian terdahulu, buku dan jurnal penelitian sebagai data sekunder.

Metode analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis konjoin. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu peristiwa secara sistematis, faktual dan akurat (Hamdi dan Bahrudin, 2014). Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat karakteristik konsumen buah nanas madu. Analisis konjoin digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen buah nanas madu dan atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian buah nanas madu. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini antara lain harga, warna, rasa dan bentuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Belik adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Pematang Jaya dengan jarak kurang lebih 45 km dari ibukota kabupaten yang memiliki ketinggian 738 mdpl. Kecamatan ini menduduki wilayah seluas 124,54 km² yang terdiri dari 12 Desa/Kelurahan. Kecamatan Belik memiliki penduduk sejumlah 118.719 jiwa yang mayoritas bekerja sebagai petani dan buruh tani dengan buah nanas madu sebagai komoditas utamanya (BPS, 2019).

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen buah nanas madu berdasar jenis kelamin didominasi oleh konsumen perempuan yaitu sekitar 63%. Karakteristik konsumen berdasar usia didominasi oleh rentang usia 20-29 tahun yaitu sebanyak 57%. Sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir sekolah menengah (SMP/SMA) yaitu sejumlah 45%. Mayoritas konsumen memiliki pendapatan bulanan sekitar Rp1.000.000-Rp3.500.000 dengan jumlah anggota keluarga sebanyak 5 orang.

Preferensi Konsumen

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa pada level atribut harga >Rp3.500-Rp4.500 memiliki nilai utilitas paling besar dari level atribut lainnya yaitu sebesar 0,116. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen lebih menyukai buah nanas madu dengan harga >Rp3.500-Rp4.500 per buahnya dibandingkan dengan level atribut harga yang lainnya. Pada level atribut warna dominan kuning memiliki nilai positif 0,006 sedangkan pada level atribut warna dominan

oranye memiliki nilai negatif yang mengindikasikan bahwa konsumen lebih menyukai buah nanas yang berwarna dominan kuning.

Nilai utilitas dari level atribut rasa manis memiliki nilai positif 0,571 sedangkan level atribut rasa masam memiliki nilai negatif yang berarti bahwa konsumen menyukai buah nanas madu yang memiliki rasa manis dibanding rasa yang masam. Pada atribut bentuk, level atribut potongan memiliki nilai utilitas paling besar diantara level atribut yang lainnya yaitu sebesar 0,181. Hal ini berarti bahwa konsumen lebih menyukai buah nanas madu yang berbentuk potongan atau sudah dipotong-potong.

Tabel 1. Hasil Analisis Konjoin Atribut Buah Nanas Madu

	Atribut	Utility Estimate	Std. Error
Harga (Rp)	2.500-3.500	.071	.057
	>3.500-4.500	.116	.057
	>4.500	-.187	.057
Warna	Dominan Kuning	.006	.043
	Dominan Oranye	-.006	.043
Rasa	Masam	-.571	.043
	Manis	.571	.043
Bentuk	Utuh	-.108	.057
	Kupas	-.073	.057
	Potongan	.181	.057
(Constant)		3.128	.045

Nilai utilitas dari suatu level atribut menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu atribut yang melekat pada produk tersebut. Berdasarkan uraian hasil di atas maka dapat dikatakan bahwa secara umum konsumen menyukai buah nanas madu yang memiliki harga >Rp3.500-Rp4.500; memiliki rasa yang manis, berwarna dominan kuning dan berbentuk potongan.

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui bahwa atribut rasa memiliki nilai kepentingan (*importance values*) paling besar di antara semua atribut yang diteliti yaitu sebesar 33,603% dan di posisi kedua adalah atribut harga dengan nilai 26,750%. Kemudian di urutan ketiga adalah atribut bentuk dengan nilai kepentingan sebesar 25,925% dan di urutan ke empat yang dianggap sebagai atribut yang tidak terlalu penting adalah atribut warna dengan nilai kepentingan sebesar 13,721%. Hal ini mengindikasikan bahwa atribut rasa buah dianggap sebagai atribut yang paling penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian buah nanas madu. Hal ini juga sejalan dengan pendapat dari Sumarwan (2017) yang menyatakan bahwa semakin besar nilai *importance* maka atribut tersebut dinilai lebih penting daripada atribut yang lainnya.

Tabel 2. *Importance Values* Atribut Buah Nanas Madu

No.	Atribut	Presentase
		-----%-----
1	Harga	26.750
2	Warna	13.721
3	Rasa	33.603
4	Bentuk	25.925

Nilai *importance values* dari atribut rasa sebesar 33,603% dan menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan atribut lain dalam penelitian ini. Berdasar Tabel 1. diketahui bahwa nilai utilitas dari rasa manis memiliki nilai lebih besar dari pada nilai utilitas rasa masam. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai buah nanas madu yang memiliki rasa manis daripada buah nanas madu yang memiliki rasa masam. Rasa manis disukai oleh konsumen karena *image* dari buah nanas madu yang mengandung kata “madu” di mana biasanya buah-buahan yang mengandung kata “madu” memiliki rasa yang manis. Rasa manis pada buah nanas madu juga menunjukkan bahwa buah sudah matang.

Harga merupakan atribut kedua yang paling dipertimbangkan oleh konsumen setelah atribut rasa yang ditunjukkan dengan *nilai importance value* sebesar 26,750%. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen buah nanas madu lebih menyukai buah nanas madu dengan harga >Rp3.500-Rp4.500. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa rentang harga buah nanas madu >Rp3.500-Rp4.500 dianggap terjangkau dan sesuai dengan keinginan konsumen. Buah nanas madu dengan rentang harga tersebut juga biasanya memiliki ukuran yang tidak terlalu besar namun juga tidak terlalu kecil sehingga cukup untuk dikonsumsi. Harga buah Rp2.500-Rp3.500 kurang diminati, hal ini dapat dikarenakan harga tersebut dianggap terlalu murah sehingga kualitas dari buah nanas madu diragukan.

Atribut ketiga yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah atribut bentuk buah. Atribut bentuk memiliki nilai *importance value* sebesar 25,925% dan tidak berbeda jauh dengan atribut harga. Atribut bentuk buah nanas potong memiliki nilai utilitas paling besar dibandingkan dengan level atribut buah utuh dan buah kupas yaitu sebesar 0,181. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen buah nanas madu lebih menyukai buah nanas madu yang disajikan dalam bentuk buah potong pada saat pembelian. Hal ini pula dapat disebabkan karena keinginan konsumen akan kepraktisan dalam mengonsumsi buah nanas madu mengingat perlu waktu yang cukup lama untuk mengupas kulit luar dari buah nanas madu.

Atribut warna dianggap tidak terlalu penting atau bukan prioritas utama dalam pembelian buah nanas madu oleh konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai kepentingan atribut warna yang memiliki nilai sebesar 13,721%. Atribut buah nanas madu yang memiliki warna dominan kuning lebih disukai oleh konsumen dibandingkan dengan buah nanas madu yang memiliki dominan oranye. Hal ini dapat dilihat dari nilai utilitasnya yang mana buah nanas madu dengan warna dominan kuning memiliki nilai utilitas sebesar 0,006 sedangkan level atribut warna dominan oranye memiliki nilai utilitas sebesar -0,006. Warna dominan kuning dianggap cukup dan sesuai dengan keinginan dari konsumen. Hal ini dapat disebabkan karena warna kuning pada buah nanas madu mengindikasikan tingkat kematangan yang pas. Perdani *et al.* (2017) menyatakan bahwa nanas madu yang berwarna dominan kuning memiliki tingkat kematangan yang pas dan memiliki daya simpan yang lebih lama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen buah nanas madu di Kecamatan Belik yaitu konsumen lebih menyukai buah nanas madu yang memiliki harga >Rp3.500-Rp4.500 per buah, berwarna dominan kuning, memiliki rasa yang manis dan berbentuk potongan. Atribut yang dianggap paling penting bagi konsumen saat membeli buah nanas madu adalah atribut rasa.

Saran

Produsen dan pedagang buah nanas madu sebaiknya memperhatikan kondisi atribut buah nanas madu yang dipasarkan dengan memperhatikan atribut buah nanas madu yang menjadi preferensi konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatannya

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, F., A. Hasanah, H. Insani, N. K. Harahap, M. D. Pinem, S. Edi, H. Sipahutar dan R. Silaban. 2019. Kultur Jaringan Nanas. Media Sahabat Cendekia, Surabaya.
- Badan Pusat Statistik, 2019. Kecamatan Belik dalam Angka 2019. Pemalang, Badan Pusat Statistik Kabupaten Pemalang.
- Dane, F. C. 2011. Evaluating Research: Methodology for People Who Need to Read a Research. SAGE, Los Angeles.
- Priyambodo, C. S., H. Sastryawanto dan D. T. Hermawati. 2019. Analisis preferensi konsumen buah jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *J. Ilmiah Sosio Agribis.* 19 (1): 85-103.
- Skreli, E. and D. Imami. 2012. *Analyzing consumers preferences of apple attributes in Tirana, Albania.* *J. International Food and Agribusiness Management Review.* 15 (4): 137-156.
- Hamdi, A. S. dan E. Bahruddin. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta, Deepublish.
- Sumarwan, U. dan E. Palupi. 2017. Preferensi konsumen terhadap buah-buahan lokal serta implikasinya terhadap pendidikan konsumen cinta produk nasional. *J. Ilmu Keluarga dan Konsumen.* 10 (2): 157 – 168.
- Perdani, C. G., H. A. W. Kusuma dan S. Kumalaningsih. 2017. Karakteristik bubuk lobak, nanas madu dan kemiri dengan metode pengeringan foam mat drying. *J. Teknologi dan Manajemen Agroindustri.* 6 (2): 103-111.