

Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-46 UNS Tahun 2022

“Digitalisasi Pertanian Menuju Kebangkitan Ekonomi Kreatif”

Pendekatan Chi-Square pada Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Durian di Ponorogo (Studi Kasus di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo)

Moh. Rifqi Fauzi, Endang Siti Rahayu, dan Sugiharti Mulya Handayani

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

Email: mhdriqifauzi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian buah durian dan atribut apa saja yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo. Penentuan sampel menggunakan judgement sampling (sampel keputusan) dengan jumlah sampel 100 responden. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari-Maret 2022. Data dianalisis menggunakan analisis chi-square dan analisis multi atribut fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buah durian yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Ngebel adalah buah durian yang memiliki harga buah sedang (Rp.30.001-Rp.40.000), warna buah kuning, aroma buah sangat kuat, rasa buah manis/pahit, tekstur buah lembut/berserat, dan ukuran buah besar (3,1-4,0 kg). Atribut buah durian yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah durian berturut-turut di Kecamatan Ngebel adalah atribut rasa buah (3,85) aroma buah (3,72) tekstur buah (3,60) warna buah (3,60) ukuran buah (3,55) dan harga buah (3,41).

Kata Kunci: atribut, durian, preferensi

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris yang sangat mudah untuk ditanami berbagai macam tumbuhan dan buah-buahan. Buah merupakan salah satu komoditas hortikultura yang dipandang mampu memegang peranan penting sebagai pendorong pertumbuhan perekonomian di sektor pertanian Indonesia (Riska, 2012). Kegiatan agribisnis pertanian yang saat ini masih memiliki potensi budidaya buah durian, yang mana buah ini sebagai primadona yang disukai masyarakat di Indonesia. Peluang untuk membudidayakan buah durian masih sangat terbuka dan sangat

menjanjikan karena permintaan dan produksi buah durian selalu meningkat, tidak saja untuk konsumsi segar tetapi juga untuk produk makanan lainnya (Sobir *et al.*, 2010).

Kabupaten Ponorogo merupakan kabupaten yang memiliki banyak potensi buah-buahan, salah satunya adalah buah durian. Kabupaten Ponorogo juga terkenal sebagai daerah penghasil buah durian di Eks-Karesidenan Madiun di mana penghasil buah durian berada di wilayah Kecamatan Ngebel. Biasanya pemasar buah durian akan menjual berbagai buah durian lokal di kawasan Telaga Ngebel. Para pengunjung biasanya menjadikan buah durian sebagai incaran untuk dinikmati di pinggir telaga.

Tabel 1. Data luas tanam, panen, dan produksi buah durian di Kecamatan Ngebel

Data Luas Tanam, Panen, dan Produksi Buah Durian				
No	Desa	Luas Tanam (Ha)	Panen (Ha)	Produksi Rata² Tiap Ha (buah)
1	Ngebel	138,75	100	450
2	Sempu	171,25	111	450
3	Sahang	135	95	450
4	Ngrugong	155	108	450
5	Wagir Lor	102	72	450
6	Gondowido	40	24	450
7	Pupus	60	42	450
8	Talun	30	21	450
Jumlah Rata-Rata		104	71,6	450

Data: Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Ngebel, 2019.

Menurut Sumarwan, (2014) konsumen memiliki berbagai kriteria untuk membeli produk, diantaranya adalah membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya, selera dan daya belinya. Produsen dan pemasar buah durian perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka dan tidak suka seorang konsumen terhadap buah durian. Preferensi dapat terbentuk melalui suatu pola pikir konsumen yang didasarkan oleh beberapa alasan yang mana terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya, dimana konsumen merasakan kepuasan dalam membeli buah durian. Menurut (Naibaho, 2016) sikap merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian. Sikap merupakan hasil evaluasi yang mencerminkan rasa suka atau tidak suka terhadap produk, sehingga pasar wajib untuk memahami perilaku konsumen serta dapat menyediakan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kualifikasi konsumen. Adanya karakteristik konsumen yang bermacam-macam akan mempengaruhi preferensi konsumen untuk membeli buah durian.

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui atribut apakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo.

Metode

1. Metode Penentuan Lokasi dan Sampel

Metode penentuan lokasi secara sengaja (*purposive sampling*) di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo, dilaksanakan pada bulan Februari - Maret 2022. Metode pemilihan sampel digunakan *judgement sampling* (sampel keputusan). Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang membeli buah durian di Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo.

2. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap buah durian lokal di Kabupaten Ponorogo, digunakan analisis *Chi Square* dengan rumus berikut:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(fo-fe)^2}{fe} \right]$$

Keterangan:

X^2 = *Chi Square*

f_o = Banyaknya responden yang memilih kategori dalam atribut buah durian

f_e = Banyaknya responden yang diharapkan dalam kategori atribut buah durian

$i \dots k$ = Kategori atribut dalam atribut buah durian

Model Fishbein didasarkan pada pandangan bahwa sikap dibentuk oleh keyakinan dan komponen evaluasi. Untuk mengetahui atribut buah durian lokal yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di Kabupaten Ponorogo digunakan analisis *Multiatribut Fishbein* dengan rumus:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap konsumen terhadap buah durian

B_i = Tingkat keyakinan konsumen terhadap buah durian (atribut ke i)

E_i = Evaluasi konsumen terhadap atribut i

Untuk mencari nilai kepercayaan terhadap buah durian (b_i) dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$b_i = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

Keterangan:

bi = nilai kepercayaan terhadap buah durian

a = jumlah konsumen yang memilih sangat baik

b = jumlah konsumen yang memilih baik

c = jumlah konsumen yang memilih netral

d = jumlah konsumen yang memilih tidak baik

e = jumlah konsumen yang memilih sangat tidak baik

Untuk menentukan evaluasi mengenai atribut (ei) dilakukan dengan cara mengalikan skor masing-masing atribut dengan frekuensi jawaban responden terhadap atribut buah durian.

Hasil Dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebesar 65% dan perempuan 35% responden. Jumlah anggota keluarga responden mayoritas berjumlah 3–4 orang sebesar 67%. Mayoritas responden berada di kelompok umur 20–30 tahun sebesar 57%, serta berpendidikan terakhir S1/D3 sebanyak 47%. Pendapatan rata-rata perbulan responden yang memiliki proporsi terbesar yaitu pendapatan perbulan diatas Rp 1.000.001-2.000.000 sebanyak 48% responden, serta mayoritas responden berpekerjaan sebagai wiraswasta/pegawai swasta sebanyak 41%.

2. Uji Instrumen

Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden. Hasil pengujian diketahui bahwa atribut harga, warna, aroma, rasa, tekstur, dan ukuran pada buah durian nilai R hitung lebih besar dari R tabel berarti semua instrument pertanyaan pada buah durian valid. Selanjutnya diuji reliabilitasnya, menunjukkan bahwa nilai Cronbanc's Alpha pada buah durian sebesar 0,9466 sehingga kuesioner pada penelitian ini reliabel.

3. Perilaku Beli Konsumen

Mempelajari perilaku responden merupakan usaha untuk memahami siapakah responden bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli, dan mengapa mereka membeli. Perilaku responden perlu dipelajari oleh pemasar karena para pemasar berkewajiban untuk memahami responden, bagaimana selera responden tersebut, dan bagaimana responden mengambil keputusan untuk membeli buah durian. Memahami responden akan

menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Perilaku pembelian dalam penelitian ini meliputi tempat pembelian dan frekuensi pembelian buah durian yang dibeli.

a. Tempat Pembelian dan Frekuensi Penjualan

Tempat pembelian buah durian oleh responden disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Responden pada Setiap Lokasi Penelitian

No	Lokasi	Responden	Persentase
1	Jl. Raya Ponorogo-Ngebel	20	20%
2	Jl. Raya Madiun-Ngebel	13	13%
3	Wisata Kampung Durian	25	25%
4	Obyek Wisata Telaga Ngebel	42	42%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dari Survey Lokasi Penelitian

Frekuensi pembelian buah durian oleh responden disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Frekuensi Pembelian Buah Durian

No	Frekuensi	Jumlah	Persentase
1	Harian	30	30%
2	Mingguan	46	46%
3	Tidak menentu	24	24%
Total		100	100%

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

4. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Buah Durian

Preferensi konsumen terhadap buah durian dapat diketahui dari banyaknya konsumen yang memilih atribut-atribut yang dimiliki buah durian. Atribut buah durian yang diteliti pada penelitian ini ada 6 yaitu harga buah, warna buah, aroma buah, rasa buah, tekstur buah, dan ukuran buah. Dari hasil analisis Chi Square dapat diketahui bahwa preferensi konsumen buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo menunjukkan hasil seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Chi Square Preferensi Konsumen Terhadap Buah Durian.

No	Atribut Buah	X ² hitung	Df	X ² tabel	Keterangan
1	Harga	113.493	4	9,487	Berbeda nyata
2	Warna	61.974	4	9,487	Berbeda nyata
3	Aroma	36.190	4	9,487	Berbeda nyata
4	Rasa	51.828	4	9,487	Berbeda nyata
5	Tekstur	29.227	4	9,487	Berbeda nyata
6	Ukuran	38.343	4	9,487	Berbeda nyata

*) Siginifikan pada taraf nyata $\alpha = 5\%$

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa dari 6 atribut buah durian mempunyai hasil χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel yang menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif

(H1) diterima. Hasil tersebut mempunyai arti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo. Responden mempunyai kesukaan masing-masing dari setiap atribut yang melekat pada buah durian.

Preferensi konsumen terhadap buah durian di Kecamatan Ngebel dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen, seperti yang disajikan tabel berikut:

Tabel 5. Preferensi Konsumen Terhadap Buah Durian di Kecamatan Ngebel.

No	Atribut Buah	Preferensi Konsumen
1	Harga	Harga Sedang
2	Warna	Warna Kuning
3	Aroma	Aroma Sangat Kuat
4	Rasa	Rasa Manis/Pahit
5	Tekstur	Tekstur Lembut/Berserat
6	Ukuran	Ukuran Besar (3,1 - 4,0 kg)

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui preferensi buah durian yang disukai oleh konsumen di Kecamatan Ngebel adalah buah durian yang mempunyai harga buah sedang, warna buah kuning, aroma buah sangat kuat, rasa buah manis/pahit, tekstur buah lembut/berserat, dan ukuran buah besar. Perbedaan preferensi atau selera konsumen terhadap buah durian dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut para responden kualitas buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo memiliki rasa yang khas dan sangat enak sehingga banyak diminati para konsumen buah durian di Kabupaten Ponorogo.

5. Atribut yang Paling dipertimbangkan Konsumen Buah Durian

Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo dapat diketahui dengan menggunakan analisis multiatribut Fishbein. Analisis multiatribut Fishbein pada prinsipnya adalah menghitung nilai Ao (Attitude toward the object). Ao adalah sikap seseorang terhadap sebuah objek yang dikenali melalui atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut. Sikap dibentuk oleh dua variabel yaitu keyakinan/ belief (bi) dan evaluasi/ evaluation (ei) terhadap atribut-atribut buah durian. Nilai keyakinan (bi) adalah kepercayaan konsumen terhadap suatu atribut. Nilai evaluasi (ei) adalah penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan atribut.

a. Nilai Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Buah Durian

Tabel 6. Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Buah Durian

No	Atribut Buah Durian	Nilai					Nilai Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
1	Harga	19	22	40	19	0	100	3,41
		95	88	120	36	0	341	
2	Warna	21	19	39	11	0	100	3,60
		105	76	117	22	0	360	
3	Aroma	25	30	37	8	0	100	3,72
		125	120	111	16	0	372	
4	Rasa	22	42	35	1	0	100	3,85
		110	168	105	2	0	385	
5	Tekstur	13	40	45	0	0	100	3,60
		65	160	135	0	0	360	
6	Ukuran	17	34	36	13	0	100	3,55
		85	136	108	26	0	355	

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa atribut yang diyakini paling baik oleh konsumen adalah rasa buah dengan skor keyakinan sebesar 3,85. Konsumen mempunyai keyakinan bahwa rasa buah adalah atribut yang paling disukai para konsumen buah durian. Artinya konsumen percaya bahwa rasa buah yang dipilih sesuai dengan keinginannya. Atribut kedua yang dinilai baik oleh konsumen adalah atribut aroma buah dengan skor sebesar 3,72. Atribut ketiga dan empat dari buah durian yang dinilai baik oleh konsumen adalah atribut warna dan tekstur dengan masing-masing skor sebesar 3,60.

Atribut ukuran buah berada di posisi kelima dalam tingkat kepercayaan pada konsumen dengan skor sebesar 3,55. Atribut keenam yang menduduki tingkat kepercayaan konsumen buah durian adalah atribut harga buah dengan skor sebesar 3,41.

b. Nilai Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Buah Durian

Tabel 7. Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Buah Durian

No	Atribut Buah Durian	Nilai					Nilai Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
1	Harga	14	34	36	16	0	100	3,46
		70	136	108	32	0	346	
2	Warna	12	45	43	0	0	100	3,69
		60	180	129	0	0	369	
3	Aroma	29	31	37	3	0	100	3,86
		145	124	111	6	0	386	
4	Rasa	16	51	33	0	0	100	3,83
		80	204	99	0	0	383	
5	Tekstur	10	46	42	2	0	100	3,64
		50	184	126	4	0	364	

6	Ukuran	19	32	40	14	0	100	3,71
		95	128	120	28	0	371	

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa atribut aroma buah merupakan atribut yang mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi dalam keputusan pembelian buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo dengan skor 3,86. Artinya konsumen menganggap bahwa atribut aroma buah adalah atribut yang paling utama atau paling penting untuk diperhatikan dalam menentukan keputusan pembelian buah durian. Atribut kedua dalam keputusan pembelian buah durian adalah rasa buah dengan memiliki skor kepentingan sebesar 3,83. Serta di urutan atribut ketiga dan seterusnya adalah atribut ukuran buah dengan skor 3,71 atribut warna buah dengan skor 3,69, atribut tekstur buah dengan skor 3,64 dan terakhir atribut harga buah dengan skor 3,46.

c. Sikap Konsumen (ao) terhadap Buah Durian

Ao (*attitude toward the object*) adalah sikap seseorang terhadap sebuah objek yang dikenali melalui atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut. Nilai dari indeks sikap konsumen (Ao) diperoleh dari perkalian angka penilaian keyakinan (bi) dengan penilaian evaluasi konsumen (ei). Nilai sikap masing-masing atribut menunjukkan prioritas pertimbangan konsumen rumah tangga terhadap atribut yang melekat pada buah durian dalam melakukan pembelian buah durian di Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo. Semakin tinggi nilai indeks atau peringkat berarti atribut tersebut semakin dipertimbangkan dalam proses pembelian. Nilai dari indeks sikap konsumen (Ao) terhadap buah durian dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Sikap Konsumen Terhadap Buah Durian di Kecamatan Ngebel

No	Atribut Buah	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (ao)	Peringkat
1	Harga	3,41	3,46	11,79	VI
2	Warna	3,60	3,69	13,28	III
3	Aroma	3,72	3,86	14,35	II
4	Rasa	3,85	3,83	14,74	I
5	Tekstur	3,60	3,64	13,10	V
6	Ukuran	3,55	3,71	13,17	IV

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 8. dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah durian berturut-turut dari yang paling tinggi sampai yang terendah yaitu rasa buah, aroma buah, warna buah, harga buah, tekstur buah dan ukuran buah. Atribut yang dipertimbangkan konsumen pada buah durian adalah atribut rasa

buah dengan indek sikap sebesar 14.74. Rasa merupakan atribut pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah durian di Kabupaten Ponorogo. Konsumen cenderung memilih rasa sebagai pertimbangan pertama karena tujuan konsumen dalam membeli buah durian adalah untuk dikonsumsi atau dinikmati rasanya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sayidah (2017) bahwa atribut rasa merupakan atribut yang paling dipertimbangkan saat pembelian buah durian. Sehingga dapat dikatakan, bahwa atribut rasa buah dan aroma buah, merupakan dua atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah durian.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu Buah durian yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Ngebel adalah buah durian yang memiliki harga buah sedang (Rp.30.001-Rp.40.000), warna buah kuning, aroma buah sangat kuat, rasa buah manis/pahit, tekstur buah lembut/berserat, dan ukuran buah besar (3,1-4,0 kg), Atribut buah durian yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah durian berturut-turut di Kecamatan Ngebel adalah atribut rasa buah (3,85) aroma buah (3,72) tekstur buah (3,60) warna buah (3,60) ukuran buah (3,55) dan dan harga buah (3,41). Untuk saran sebaiknya produsen buah durian lebih memperhatikan rasa buah karena atribut tersebut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.

Daftar Pustaka

- Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Ngebel. (2019). *Data luas panen dan produksi Buah Durian di Kecamatan Ngebel*.
- Balya Elok Sayyidah, Soetriono, R. S. (2017). Kabupaten Jember Characteristics and Preferences of Local Durian Consumers in Jember Regency. *Agribest, 01(02)*, 125–135.
- Herista, M. I. S. (2019). Analisis Multiatribut Model Fishbein terhadap Buah Jeruk (Studi Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 4(2)*, 32–44.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management* (15). Global Edition, USA : Pearson Education.
- Kotler, Philip, Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Naibaho, T. T. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Lokal Sumatera Di Kota

Medan. *Thesis. Universitas Sumatera Utara Medan, May, 31–48.*

Probowati, D. D., Supardi, S., & Marwanti, S. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Dan Strategi Pemasaran Buah Jeruk Keprok Di Kabupaten Bojonegoro. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 12(2)*, 120.

Riska, Isni Yuniar. 2012. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Kudus. *e-Jurnal Agrista Vol 1 No.2 Tahun 2012.*

Simamora, B. (2012). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen.* Gramedia Pustaka. Jakarta.

Sobir Dan Rodame M. N. (2010). *Bertanam Durian Unggul.* Penebar Swadaya. Jakarta.

Soekartawi. (2002). *Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian (3 ed.).* PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Tomy Prasetia, P. P. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah Di Kecamatan Tembilahan. *Jurnal Agribisnis Unisi Vol.8 No.1 Tahun 2019, 8(1).*