

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang bermusim tropis yang memiliki potensi dalam menghasilkan berbagai macam buah-buahan, sayur-sayuran, serta tumbuhan lainnya. Salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional yaitu sektor pertanian, dan yang memegang peranan penting adalah sektor hortikultura. Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan memegang peranan penting bagi pembagunan pertanian. Hal ini dapat dilihat dari beraneka ragamnya buah dan sayur yang mampu tumbuh di indonesia.

Salak Gula Pasir yang mempunyai nama latin *Salacca Edulis* memiliki kandungan vitamin C yang lebih tinggi, dan Salak Gula Pasir juga sangatlah bermanfaat bagi kesehatan. Salak Gula Pasir ini memiliki daging buah yang berwarna putih dan kulit berwarna hitam kecoklatan dan kulit yang merupai sisik. Salak Gula Pasir merupakan salah satu komoditas buah lokal yang memiliki peluang pasar yang sangat tinggi. Salak Gula Pasir merupakan salah satu komoditas buah-buahan asal indonesia yang berpotensi menjadi primadona komoditas ekspor buah asal indonesia, yaitu ke negara singapura dan cina. Permintaan Salak Gula Pasir di dalam negeri sangat baik dilihat dari peningkatan jumlah konsumsi buah nasional, yaitu 331,200.000.000 ton pada tahun 2015 menjadi 436.930.000.000 ton pada tahun 2016, peningkatan permintaan Salak Gula Pasir menjadi karena mengingat harga Salak Gula Pasir yang relatif terjangkau yaitu Rp 20.000,-s/d Rp30.000,-/kg sesuai dengan varian rasa dan jenis Salak Gula Pasir yang diminati, sehingga banyak masyarakat mengkonsumsi

Salak Gula Pasir untuk memenuhi kebutuhan Salak Gula Pasir sehari-hari (BPS, 2016).

Permintaan terhadap Salak Gula Pasir juga dipengaruhi oleh kasiat Salak Gula Pasir bagi kesehatan konsumen. Produsen dan pemasaran Salak Gula Pasir harus mampu produksi dan memasarkan Salak Gula Pasir yang kualitasnya bagus dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Seiring dengan meningkatnya permintaan, maka penawaran akan suatu produk juga meningkat. Meningkatnya permintaan Salak Gula Pasir, menyebabkan semakin banyaknya produsen dan pemasaran Salak Gula Pasir. Pemasaran terlebih harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap Salak Gula Pasir untuk menjaga agar permintaan Salak Gula Pasir tetap stabil. Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu komoditas tertentu secara umum dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu : harga, pendapatan, selera, ekspektasi, dan banyaknya konsumen pembeli. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah salak gula pasir terdiri dari pendapatan, harga Salak Gula Pasir itu sendiri, jumlah tanggungan keluarga, umur dan jenis kelamin (Hikmah, 2017).

Menurut Hanafiah dan saefuddin (2015). Salak Gula Pasir memiliki beberapa keunggulan, antara lain memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap, sumber serat yang baik, mengandung karbohidrat yang cukup tinggi, dapat menurunkan kolesterol dalam tubuh, menurunkan kadar gula dalam darah, mempertahankan kelembaban kulit, mempertahankan struktur tulang, dan meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit (antibodi). Salak Gula Pasir tersebut semakin banyak memasuki pasar lokal dan modern karena digemari oleh konsumen, akan tetapi permintaan dari jenis salak tersebut berbeda-beda karena rasa dan kualitas

buahnya juga berbeda sesuai dengan jenis varian salak yang mempunyai ciri khas tersendiri. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut serta jenis varian salak yang akan menentukan seberapa besar salak tersebut dapat diterima dan diminati oleh konsumen. Atribut produk merupakan karakteristik suatu produk yang berfungsi sebagai atribut evaluative selama pengambilan keputusan dimana atribut tersebut tergantung pada jenis produk dan tujuannya.

Pelaku pemasaran perlu mengerti alasan pada sikap ini, terutama pada atribut yang diinginkan konsumen seperti pada tipe ciri dan tipe manfaat. Atribut pada tipe atau ciri dapat berupa ukuran, atau karakteristik suatu produk (harga, rasa, ukuran dan warna). Sementara atribut manfaat dapat berupa kesenangan yang berhubungan dengan panca indra atau manfaat non material seperti kesehatan. Oleh sebab itu, preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relative penting setiap atribut yang terdapat dalam suatu produk. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu produk dapat menimbulkan daya tarik pertama untuk mempengaruhi konsumen.

Penilaian terhadap produk menggambarkan sikap konsumen dan mencerminkan perilaku konsumen dalam membelanjakan atau mengkonsumsi produk. Pengetahuan akan preferensi konsumen terhadap buah salak dapat dijadikan bahan pertimbangan atau acuan bagi peneliti-peneliti untuk mengembangkan tanaman buah sesuai dengan harapan konsumen. Perilaku dan preferensi konsumen akan suatu produk akan terus berubah dari waktu ke waktu, dan pertumbuhan industri makanan dan minuman dipengaruhi oleh perubahan preferensi pelanggan yang cepat (Abdullah, 2014). Perubahan perilaku dan preferensi konsumen menyebabkan strategi yang telah ada tidak dapat bekerja

secara optimal, oleh karena itu penelitian mengenai perilaku konsumen menjadi penting dalam semua merek produk di seluruh dunia (Nisar, 2014)

Produsen dan pemasaran Salak Gula Pasir harus mampu memproduksi dan memasarkan Salak Gula Pasir yang kualitasnya dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Produsen dan pemasaran, perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka seseorang konsumen terhadap suatu produk, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, terlebih dahulu mereka mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut. Begitu juga dalam pembelian Salak Gula Pasir, beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain adalah harga, rasa, warna dan ukuran. Besar kecilnya komoditi salak umumnya dipengaruhi oleh harga Salak Gula Pasir, harga buah lain atau harga komplemennya, selera dan keinginan, jumlah konsumen dan pendapatan konsumen yang bersangkutan. Sedangkan permintaan pedagang pengecer dalam hal ini Salak Gula Pasir merupakan permintaan turunan (Hanafiah dan Saefuddin, 2015).

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat menuntut pelayanan yang serba cepat, efektif, efisien, dan praktis sebagai mana yang di tawarkan oleh pasar swalayan. Meskipun demikian, dengan melihat kondisi sebagian besar masyarakat indonesia sekarang peneliti lebih memfokuskan penelitian di pasar. Penelitian mengenai perilaku konsumen dapat menunjukkan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan, bagaimana konsumen berpikir, bagaimana konsumen merasakan dan memilih suatu merek produk (Nisar, 2014). Produk Salak Gula Pasir menurut kabupaten dapat dilihat di tabel 1.1, sebagai berikut

Table 1.1. Produk Salak Gula Pasir Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota

Kabupaten/ Kota	Tahun 2020 (Ton)	Tahun 2019 (Ton)	Tahun 2018 (Ton)
Jemberana	130	45	22
Tabanan	180	189	352
Badung	331	146	10
Giayar	474	127	14
Klungkung	16	28	26
Bangli	2107	4205	2097
Karangasem	22194	18622	19955
Buleleng	208	241	125
Provinsi Bali	25640	23603	22602

Sumber. Statistik Pertanian Hortikultura SPH-BPS, BPS Provinsi Bali (2021)

Dari Tabel.1.1 Menunjukkan produksi tertinggi Salak Gula Pasir di Provinsi Bali menurut Kabupaten yaitu Kabupaten Karangasem dibandingkan dengan produksi Salak Gula Pasir Kabupaten lainnya, yaitu produksi Salak Gula Pasir pada tahun 2018 sebesar 19955 ton, produksi pada tahun 2019 sebesar 18622 ton, pada tahun 2020 sebesar 22194 ton. Sedangkan kabupaten Denpasar tidak mempunyai produksi Salak Gula Pasir maupun salak lainnya, sehingga menjadi produksi terendah buah salak (SPH-BST, BPS Provinsi Bali, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan?
2. Atribut manakah yang paling dominan menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan
2. Menganalisis atribut yang paling dominan menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen Salak Gula Pasir untuk menghasilkan varietas salak baru sesuai keinginan konsumen.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi instansi pemerintah yang terkait untuk merumuskan kebijakan Salak Gula Pasir yang perlu dikembangkan.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya berhubungan dengan Salak Gula Pasir.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, dan wawasan peneliti serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana di Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Preferensi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia preferensi adalah pilihan, kesukaan, kecenderungan atau hal yang didahulukan, diprioritaskan dan diutamakan dari pada yang lain, jadi preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih pengguna barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dapat dinikmati sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaian produk tersebut, dan akhirnya konsumen tersebut loyal terhadap merek tertentu dari pada bermacam-macam produk sejenis.

Menurut (Kotler, 2017) preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Aktifitas atau sesuatu yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas. Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu prangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, penderian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada pilihan suatu tertentu.

Dengan demikian teori preferensi dapat di gunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk barang atau jasa dengan sumber daya terbatas, maka iya harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang di peroleh mencapai

optimal. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kesukaan, pilihan atau suatu yang lebih disukai oleh konsumen yang dalam hal ini adalah konsumen Salak Gula Pasir Desa Sibetan.

2.1.2 Atribut Produk

Atribut produk adalah sifat-sifat atau aspek-aspek yang terkandung dalam suatu produk dan yang nantinya akan menjadi penentu serta pertimbangan konsumen untuk menyanangi dan kemudian membeli produk tersebut. Atribut produk bisa dibagi menjadi dua yaitu atribut teknis dan atribut non teknis. Atribut teknis pada suatu produk hanya menampilkan daya guna produk tersebut, sedangkan atribut non teknis, bukan hanya menampilkan daya guna saja tetapi juga daya beda dan daya tarik pada suatu produk (Anonim, 2015).

Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut para pemasar perlu memahami apa yang diketahui oleh konsumen, atribut apa saja yang dikenal dari suatu produk, atribut mana yang di anggap paling penting oleh konsumen pengetahuan mengenai atribut tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Pengetahuan yang lebih banyak mengenai atribut suatu produk akan memudahkan. Konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya (Sumarwan 2012).

2.1.3 Pengertian Salak Gula Pasir

Salak Gula Pasir (*Salacca edulis*) merupakan tanaman asli Daerah Bali yang sangat populer di Indonesia dan mempunyai prospek yang baik untuk pasaran dalam negeri maupun luar negeri. Salak Gula Pasir harus dipetik pada

tingkat ketuaan yang optimum, sebab Salak Gula Pasir yang masih muda umumnya mempunyai rasa manis yang menonjol sekali. Pada tingkat ketuaan optimum rasa manis serta mengeluarkan aroma yang harum. Namun ada pengecualian khusus untuk Salak Gula Pasir bahwa walaupun masih muda rasanya tetap manis.

Salak Gula Pasir (*Salacca edulis*) merupakan salah satu tanaman buah yang disukai dan mempunyai prospek yang baik untuk diusahakan. Salak Gula Pasir merupakan salah satu buah tropis yang saat ini banyak diminati oleh orang. Keunggulan Salak Gula Pasir yakni memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi.

Menurut Soetomo (2016), Salak Gula Pasir mengandung nilai gizi tinggi. Dalam setiap 100 gram nilai gizinya terdiri dari: Kandungan Zat Nilai Rata-Rata Salak Gula Pasir Kalori 77 kal, Protein 0,4 g, Lemak 0 g, Karbohidrat 20,9 g, Kalsium 28, Fosfor 18 mg, Besi 4,2 mg, Air 78,0 mg. Berat bahan yang dapat dimakan 50%.

Tanaman salak dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Divisi : Spermatophyta
 Sub divisi : Angiospermae
 Klas : Monocotyledoneae
 Ordo : Principes
 Familia : Palmae
 Genus : *Salacca*
 Spesies : *Salacca zalacca* (Gaert.) Voss.
 Sinonim : *Salacca edulis* Reinw

Varietas Salak Gula Pasir dibedakan berdasarkan tekstur daging buah, warna kulit buah, besar buah, aroma dan rasa daging buah, serta habitus. Perbedaan ini tidak hanya terjadi pada tanaman salak dari sentra produksi yang berbeda, tetapi juga antar tanaman dalam satu daerah.

Fenomena ini menyebabkan tanaman Salak Gula Pasir yang sudah dikelompokkan atas dasar sistem klasifikasi/taksonomi, masih menunjukkan keanekaragaman di antara anggota setiap populasi.

Varietas baru dapat muncul karena faktor lingkungan dan variasi genetik, misalnya akibat penyerbukan silang. Perbedaan dan persamaan kemunculan morfologi luar spesies suatu tanaman dapat digunakan untuk mengetahui jauh dekatnya hubungan kekerabatan. Tanaman Salak Gula Pasir memerlukan curah hujan rata-rata 200-400 mm per bulan. Tanaman ini tidak menyukai penyinaran penuh, intensitas sinar yang dibutuhkan berkisar 50-70%, sehingga perlu tumbuhan penayang.

2.1.4 Salak Gula Pasir (*Salacca Zlacca* Var. *Ambonensi*)

Keberadaan Salak Gula Pasir ditetapkan berdasarkan SK Mentan No. 585/Kpts/TP.240/7/94. Dalam buku ini, pengertian Salak Gula Pasir meliputi seluruh jenis atau kultivar. Tanaman salak (*Salacca edulis* Reinw) sinonim *Salacca salacca* (Gaertner) Voss (Schuiling and Moge, 1991) yang telah lama dibudidayakan di Bali, terutama di Kabupaten Karangasem adalah varietas *ambonensis* (*Salacca-Salanca* var. *Ambonensis*) yang dikenal sebagai Salak Gula Pasir.

Khusus di Kota Denpasar, Salak Gula Pasir dapat diperoleh di Pasar Tradisional sebagai konsumen atau pedagang sebagai konsumen pada umumnya lebih dominan belanja Desa Sibetan yang memiliki rasa khas dan buah salak lokal asli bali.

Perkembangan harga Salak Gula Pasir di pasar tradisional terkadang tidak menentu. Melihat Salak Gula Pasir merupakan tanaman musiman, penurunan harga biasanya terjadi pada saat musiman buah tersebut karena pasokan buah meningkat sehingga menyebabkan harga turun, dan sebaliknya. Jumlah kebutuhan pedagang Desa Sibetan. Terhadap Salak Gula Pasir juga tidak menentu. Hal demikian membuat perkebunan Salak Gula Pasir jarang di tumbuhkan pohon Salak jantan yang mampu menyimpan air tetapi tidak mudah tergenang.

Tanaman Salak Gula Pasir tumbuh secara berumpu dan tinggi tanaman dapat mencapai 7 m, tetapi rata-rata yang tumbuh tidak lebih dari 4,5 m. Tanaman ini merupakan tanaman berumah dua yang dapat menghasilkan bunga jantan terpisah dengan tanaman yang menghasilkan bunga betina. Batang berduri hampir tidak terlihat karena tertutup oleh pelepah daun yang tumbuh rapat. Daun tersusun berbentuk roset seperti pedang dengan panjang antara 2,5 m s.d. 7 m. Bunga jantan dan bunga betina merupakan bunga majemuk yang masing-masing tersusun dalam bunga tongkol. Buahnya tersusun dalam tandan yang masing-masing muncul dari ketiak daun. Buah yang di hasilkan biasanya berbentuk bulat atau bulat telur terbalik dengan bagian pangkal beruncing. Kulit buah salak ini mempunyai sisik dan tersusun rapih seperti genteng. Warna Salak Gula Pasir ini beragam dari kuning sampai hitam kecoklatan tiap buah salak terdiri dari tiga septa daging buah. Rasanya bervariasi, rasanya manis.

Tanaman Salak Gula Pasir yang sudah mencapai umur enam bulan s.d. tujuh bulan pada umumnya sudah dapat di panen sejak hari menyerbukan. Buah yang dipetik pada umur tersebut sudah matang, rasanya manis beraroma salak dan masir. Cara pemanenan Salak Gula Pasir biasanya di lakukan dengan memotong tangkai tandanya menggunakan sabit. Buah salak dalam suatu tandan memiliki kematangan yang tidak seragam. Oleh sebab itu, di lakukan petik pilih dari tandannya. Buah salak yang sudah matang di tandai dengan sisik yang jarang, warna kulit buah merah kehitaman atau kuning tua dan bulu-bulunya telah hilang. Ujung kulit buah (Bagian buah yang meruncing) bila ditekan tersa lunak, warnanya mengkilat, dan mudah terlepas bila dipetik dari tandannya.

2.1.5 Kaitan Preferensi Dengan Daya Jual Pedagang Salak Gula Pasir

Tempat venomena yang dapat diamati Desa Sibetan, yaitu dari sisi pedagang mereka menawarkan berbagai jenis komoditi buah buahan, sedangkan konsumen sebagai pembeli menemukan berbagai jenis komoditi buah buahan yang di jual oleh pedagang. Keputusan masing-masing konsumen dalam membeli buah berbeda-beda. Ada beberapa konsumen yang hanya membeli Salak Gula Pasir, namun ada pula konsumen yang membeli kombinasi berbagai jenis buah buahan termasuk di dalamnya Salak Gula Pasir. Pedagang tentunya memahami keinginan dari konsumennya, baik itu jenis komiditi yang di sukai konsumen maupun atribut-atribut yang menjadi daya tarik konsumen dalam membeli, oleh karena itu pedagang memasarkan komoditi sesuai yang diinginkan oleh konsumen.

2.1.6 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen terbagi dua bagian, perilaku yang tampak dan perilaku dan tidak tampak. Variabel -variabel perilaku yang tampak antara lain jumlah pembelian, waktu pembelian, karena siapa, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkomsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini (Engel,2014). Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu: (1) proses pengambilan keputusan, (2) kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa ekonomis. Pemahaman akan perilaku konsumen cerdas dapat diaplikasikan untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli, perilaku konsumen dapat membantu pembuatan keputusan membuat kebijakan publik.

2.2 Faktor Harga

Harga adalah jumlah yang ditagikan atas suatu produk atau jasa. Secara umum harga adalah jumlah semua nilai yang di berikan oleh pelanggan untuk

mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2016). Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal. Harga Salak Gula Pasir merupakan salah satu yang menunjukkan bahwa atribut-atribut pasti diperhatikan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian Salak Gula Pasir Desa Sibetan menunjukkan bahwa urutan kepentingan atribut-atribut yang telah ditentukan adalah rasa manis, warna salak, ukuran besar 11-14 per Kg serta harga Rp.20.000-30.000, ukuran sedang 15-19 per Kg serta harga Rp.15-25 dan ukuran kecil 20-25 per Kg serta harga Rp.10-15 Artinya Pedagang/ konsumen lebih mengutamakan Salak yang rasanya manis dalam membeli/mengonsumsi.

2.2.1 Faktor Selera Konsumen

Selera merupakan kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah dari waktu ke waktu, meningkatnya selera seseorang terhadap suatu barang tertentu yang berakibat pada naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Selera dan kesukaan konsumen terhadap suatu produk, juga dipengaruhi oleh adanya perbedaan usia (Sumarwan, 2016). Konsumen membeli buah berdasarkan atas selera dan kebutuhan mereka selera sangat berperan penting dalam membeli Salak Gula Pasir Selera merupakan suatu keputusan di mana konsumen ingin mengonsumsi buah karena sangat suka (SS), suka (S), netral (N). Selera setiap orang berbeda-beda, selera akan berubah pada waktu serta kebutuhan tertentu. Konsumen akan mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya, hingga menimbulkan rasa puas.

2.2.2 Pengertian Pasar

Dalam arti ekonomi, pasar seringkali diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli (permintaan dan penawaran) untuk melakukan transaksi jual beli. Konsep tradisional, pasar diartikan sebagai “tempat” bertemunya kekuatan penjual (*supply*) dan kekuatan pembeli (*demand*) sehingga menimbulkan transaksi.

Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Barang yang ditransaksikan bisa berupa barang apapun, mulai dari beras, buah-buahan dan sayur-sayuran sampai jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri. Sedangkan menurut peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga tertentu. Untuk mengetahui definisi pasar lebih lanjut dan bisa menyimpulkan apa yang dimaksud dengan pasar, terlebih dahulu harus tau bagaimana pasar itu terbentuk. Karena untuk mengetahui definisi pasar juga harus bisa mengetahui persyaratan agar terciptanya sebuah pasar. Disamping itu juga harus mengetahui poin penting agar terjadinya suatu perdagangan atau transaksi jual beli.

2.3 Kerangka Pemikiran

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan, dan tumbuhnya kesadaran akan nilai gizi bagi tubuh, maka permintaan akan buah-buahan di dalam negeri semakin meningkat. Termasuk juga permintaan akan

Salak Gula Pasir yang merupakan buah asli Indonesia yang cukup diminati oleh masyarakat.

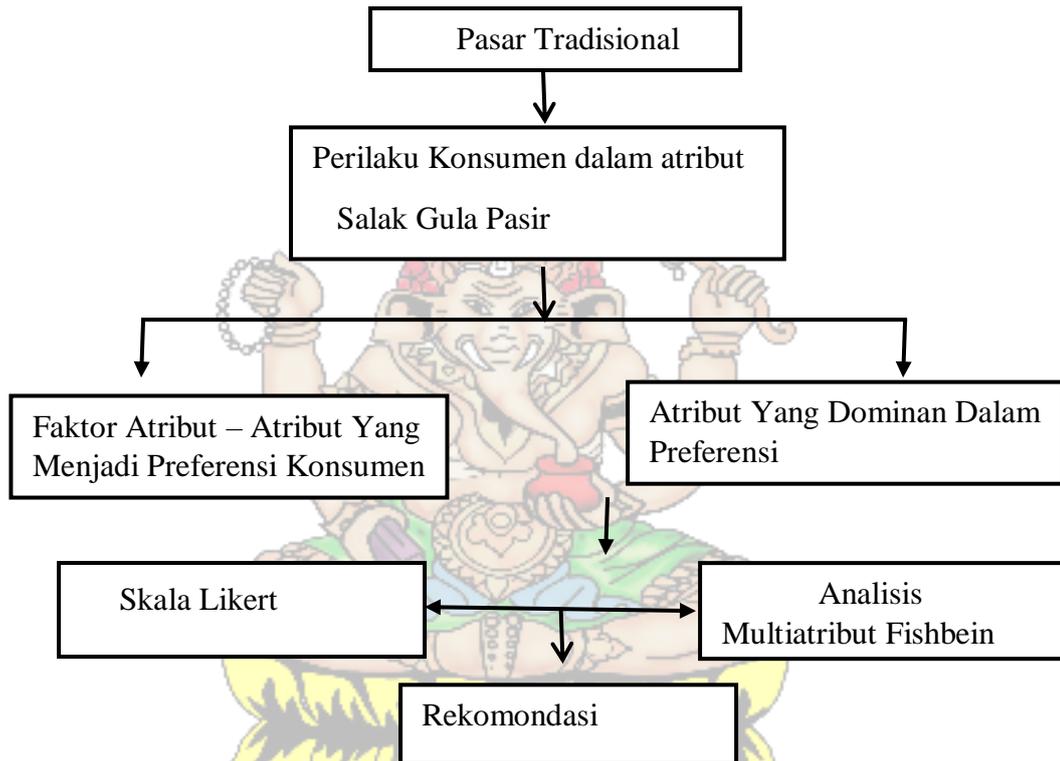
Peningkatan permintaan Salak Gula Pasir ini mendorong produsen dan pemasar buah-buahan untuk selalu berusaha memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Untuk menghasilkan Salak Gula Pasir bermutu baik, maka dalam mengusahakan tanaman Salak Gula Pasir sangat diperlukan ketekunan, karena memerlukan beberapa pemeliharaan khusus. Melihat kenyataan sekarang bahwa konsumen mandiri dalam mengambil keputusan, bukan karena pengaruh orang lain maupun promosi, maka konsumen akan memilih produk yang paling sesuai (best fit) bagi mereka. Dengan kata lain, konsumen akan memilih produk yang memberikan nilai tertinggi bagi mereka.

Untuk itu, produsen dan pemasar harus memperhatikan atribut-atribut fisik yang melekat pada Salak Gula Pasir tersebut. Atribut fisik Salak Gula Pasir merupakan preferensi konsumen yang akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Dengan mengetahui preferensi konsumen, maka diharapkan Salak Gula Pasir yang dipasarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen karena sesuai dengan kesukaan dan keinginan mereka.

Analisis preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui atribut apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen, juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk maupun urutan kepentingan karakteristik produk seperti apa yang paling penting atau yang paling disukai.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas maka dapat dibuat gambar kerangka pemikiran

Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran



Gambar. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Peneliti Terdahulu

Penelitian oleh Khusna ddk (2016) berjudul Analisis Preferensi Konsumen Buah Semangka di Kota Surakarta. Terdapat perbedaan preferensi konsumen buah semangka, berdasarkan atribut harga, warna, ukuran, berbiji atau tidaknya buah semangka dan buah semangka yang di beli secara utuh atau potongan.

Atribut buah semangka yang lebih disukai konsumen di Kota Surakarta adalah harga yang sangat murah, warna semangka merah, ukuran sedang, buah semangka yang tidak berbiji, serta dibeli dalam keadaan utuh. Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah semangka di Kota Surakarta berturut-turut adalah atribut buah yang dibeli dalam keadaan utuh/potongan, ukuran buah, berbiji atau tidaknya buah semangka, warna buah dan harga buah

Menurut penelitian Asmarani (2015) yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Apel Lokal di Surakarta, dengan menggunakan analisis chi-square dan analisis multi atribut fishbein, diperoleh hasil yaitu buah apel yang disukai konsumen di Surakarta adalah buah apel lokal dengan atribut warna kulit buah hijau sebanyak 48 % dari jumlah konsumen, rasa buah yang manis sebanyak 63 % dari jumlah konsumen. Sementara atribut buah apel lokal yang dipertimbangkan konsumen dalam hal kepentingan pembelian apel lokal secara berturut-turut adalah warna kulit buah, rasa buah, ukuran buah, dan yang terakhir aroma buah.

Menurut penelitian Anas Tain (2016) yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Pada Komoditas Unggulan Salak di Kabupaten Malang, dengan menggunakan analisis faktor diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian antara lain: berukuran besar (dipertimbangkan konsumen dengan daya menjelaskan 17,49 %), beraroma kuat (11,19 %), warna kulit buah coklat kehitaman (9,24 %), bentuk buah sedikit lonjong (6,78 %), dan rasanya manis (6,405 %).

Penelitian Maskuri (2015) berjudul Analisis Preferensi Konsumen Buah Belimbing di Kota Bojonegoro. Berdasarkan hasil penelitian di pasar Banjarejo Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro mengenai preferensi konsumen buah belimbing di Kota Bojonegoro menunjukkan bahwa urutan kepentingan atribut-atribut yang telah ditentukan adalah rasa manis, aroma, kesegaran buah, ukuran 5-7/kg serta harga Rp11.000-Rp.12000. Artinya konsumen lebih mengutamakan buah yang rasanya manis dalam membeli/mengonsumsi buah belimbing. Karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, anggota keluarga, mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian.

Setyaningsih -2019 Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (Salacca Edulis) Di Pasar Tradisional Kota Surakarta. Rasa, Ukuran, Tekstur, Warna Metode yang digunakan adalah analisis Skala Likert Buah salak yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kota Surakarta adalah buah salak yang mempunyai atribut; rasa manis, ukuran sedang, tekstur daging halus, dan warna kulit coklat kehitaman.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian “preferensi konsumen buah salak gula pasir Desa Sibetan”. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan skala likert dan analisis multiatribut fishbein. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen sangat setuju jika dilihat dari atribut harga dengan rata-rata pencapaian skor sebesar 99,11%, jika dilihat dari atribut rasa responden sangat setuju, dengan rata-rata pencapaian skor sebesar 97,78% jika dilihat atribut ukuran responden setuju dengan rata-rata pencapaian skor sebesar 65,33%, dan jika dilihat dari atribut-atribut warna responden sangat setuju dengan rata-rata pencapaian skor sebesar 98,22% sedangkan atribut yang

menjadi preferensi dominan konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan yaitu atribut harga dengan jumlah indeks Ao sebesar 24,01.

