

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal akan kekayaan sumber daya alamnya yang tergolong beragam. Keberadaan berbagai buah-buahan yang tumbuh secara alami sangat penting, masing-masing menunjukkan rasa yang unik dan khas. Meningkatnya permintaan akan buah-buahan segar dapat dikaitkan dengan meningkatnya kesadaran di antara individu mengenai pentingnya memasukkan lebih banyak buah ke dalam makanan mereka untuk gaya hidup yang lebih sehat. Menurut Rahmono (2000), pola konsumsi yang awalnya berfokus pada kandungan karbohidrat tinggi cenderung berevolusi ke arah komposisi yang lebih seimbang dengan memasukkan protein, vitamin, dan mineral. Kecenderungan ini terlihat di tingkat nasional.

Perubahan konsumsi ini telah menyebabkan peningkatan permintaan produk hortikultura, terutama buah-buahan. Produsen harus memenuhi kriteria pelanggan.

Indonesia, yang mencakupi angka melampaui dari 17.500 pulau dan populasi 281 juta jiwa, memberikan peluang yang cukup besar, terutama dalam bidang pertanian komersial. Jumlah penduduk yang besar menghadirkan peluang pasar yang cukup besar untuk komoditas buah-buahan. Selain itu, banyak dari pulau yang masing-masing memiliki kondisi geografis yang berbeda, mampu menghasilkan berbagai macam buah-buahan lokal yang menunjukkan asal daerahnya masing-masing (Anarsis, 1999).

Indonesia membudidayakan beragam jenis buah-buahan, salah satunya

adalah jeruk. Tanaman jeruk, yang secara ilmiah dikenal sebagai spesies *Citrus*, adalah organisme penghasil buah tahunan yang berasal dari Asia. Jeruk, baik yang tumbuh secara alami maupun yang dibudidayakan, telah menjadi tanaman penting di Indonesia selama berabad-abad.

Jeruk keprok (*Citrus reticulata*), jeruk manis (*Citrus sinensis*), jeruk siam (*Citrus microcarpa*), yang meliputi jeruk siam Pontianak, jeruk siam Garut, dan jeruk siam Lumajang, serta jeruk raksasa (*Citrus maxima Herr*), yang mencakupi dari jeruk Nambangan-Madium dan jeruk Bali, merupakan beragam jenis dari jeruk yang dilangsungkan pembudidayaannya di Indonesia. (Suwandi, 2015).

Jeruk, baik dalam bentuk segar maupun olahan, merupakan komoditas buah yang sangat penting di pasar global dan lokal. Pemerintah berfokus pada pengelolaan jeruk untuk petani kecil dan mendorong ekspansi yang komprehensif dalam industri jeruk. Hal ini disebabkan oleh nilai ekonomi jeruk yang signifikan. Tanaman jeruk merupakan tanaman tahunan yang berkisar 70-80 persen ditanam di Indonesia. Setiap tahun, ada terobosan di bidang pertanian, termasuk perluasan area lahan, produksi secara keseluruhan, dan permintaan pasar. Tanaman jeruk telah dibudidayakan di Indonesia sejak tahun 1970-an (Suwandi, 2016).

Kotler dan Keller (2007) Kepuasan pelanggan dicirikan sebagai respon emosional, yang mencerminkan kesenangan atau ketidaksenangan, yang muncul setelah seseorang menilai kinerja aktual suatu produk dalam kaitannya dengan kinerja yang diantisipasi. Tjiptono (2012) mengartikulasikan kepuasan pelanggan sebagai sebuah kondisi yang dialami oleh konsumen saat mereka memandang bahwasanya kebutuhan sekaligus apa yang menjadi keinginan mereka telah terpenuhi dengan cara yang selaras dengan harapan mereka dan dianggap dapat

diterima. Kepuasan pelanggan pada dasarnya terkait dengan keselarasan produk atau layanan dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen berusaha keras untuk mendapatkan produk atau layanan dengan kualitas terbaik yang tersedia. Mengonsumsi buah-buahan, salah satu kategori produk hortikultura, dikaitkan dengan beberapa manfaat yang menguntungkan bagi kesehatan individu. Sebagian besar vitamin, mineral, dan serat makanan yang termasuk dalam buah-buahan dan sayuran terkandung di dalam sayuran. Antioksidan terdapat dalam buah-buahan, terutama yang memiliki pigmentasi gelap, termasuk varietas hitam, ungu, dan merah. Buah-buahan menyediakan vitamin, mineral, serat, dan antioksidan. Umumnya, buah-buahan yang berwarna kuning, merah, oranye, biru, ungu, dan warna lainnya mengandung beragam vitamin, termasuk vitamin A, serta antioksidan (Kemenkes RI, 2017).

Perilaku pembelian konsumen untuk jeruk dipengaruhi oleh minat dan keinginan intrinsik mereka. Hal ini sering dikaitkan dengan variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap buah jeruk, termasuk kualitas produk dan harga. Kualitas produk berfungsi sebagai aset strategis yang mampu mengungguli para pesaing di dalam industri. Pelanggan lebih cenderung dalam melakukan pembelian akan satu produk jikalau mereka percaya bahwasanya produk tersebut memiliki kualitas yang tergolong unggul. Harga juga dapat didefinisikan sebagai nilai yang konsumen bersedia untuk melepaskan dalam pertukaran untuk manfaat yang terkait dengan memperoleh dan menggunakan produk atau layanan.

Produsen dan pemasar harus memahami preferensi konsumen untuk menentukan apakah pembeli menyukai atau tidak menyukai produk tertentu, seperti yang dikemukakan oleh Fitriana (2009). Ketika konsumen mengevaluasi suatu

produk untuk pembelian potensial, perhatian pertama mereka adalah karakteristik fisik barang tersebut, yang juga disebut sebagai fitur. Dalam konteks ini, ciri-ciri digambarkan sebagai karakteristik atau kualitas yang melekat pada berbagai jenis buah jeruk. Konsumen mempertimbangkan beberapa atribut, termasuk rasa, ukuran, aroma, dan warna buah.

Ada hubungan yang erat antara kondisi pemasaran buah jeruk dan meningkatnya permintaan buah jeruk di Indonesia. Hubungan ini tidak dapat dipisahkan. Di era globalisasi saat ini, pemasaran buah jeruk asli Indonesia memiliki beberapa tantangan yang harus dihadapi. Konsumen melihat buah asli Indonesia menjadi kurang menarik karena munculnya pasar bebas yang ditandai dengan masuknya buah asing. Selain itu, anggapan yang berlaku di kalangan masyarakat umum bahwa buah jeruk standar memiliki rasa yang sebagian besar asam, dengan nuansa rasa manis, harus disadari oleh produsen beserta pemasar buah jeruk. Produsen buah jeruk diharuskan agar mampu membudidayakan sekaligus memasarkan buah jeruk yang memenuhi standar kualitas konsumen (Fitriana, 2009).

Tabel 1.1 Data Produksi Jeruk di Jawa Timur 2021 - 2023

Data Produksi Jeruk di Jawa Timur 2021 - 2023			
Jenis Jeruk	2021 (Ton)	2022 (Ton)	2023 (Ton)
Jeruk Siam/Jeruk Keprak	822.260	1.076.813	1.406.415
Jeruk Besar	29.177	57.257	29.867
Total	851.437	1.134.070	1.436.282

Melalui data diatas Produksi Jeruk di Jawa Timur selama periode 2021 – 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terdapat dua jenis jeruk yakni Jeruk Siam atau yang biasa masyarakat sebut dengan Jeruk Keprak dan Jeruk Besar. Produksi Jeruk Siam atau Jeruk Keprak di Jawa Timur pada tahun 2021 sebanyak

822.260 Ton di tahun berikutnya meningkat menjadi 1.076.813 Ton kemudian di tahun 2023 mengalami peningkatan menjadi 1.406.415 Ton. Produksi Jeruk Besar di tahun 2021 sebanyak 29.177 Ton di tahun berikutnya sebanyak 57.257 Ton dan di Tahun 2023 menurun menjadi 29.867.

Pasar tradisional dalam peranannya sebagai pasar rakyat menjadi sebuah wujud nyata kegiatan ekonomi masyarakat di satu wilayah. Hingga sekarang ini pasar tradisional dinilai menjadi pondasi dasar perekonomian di sebuah wilayah dan termasuk cerminan aras ekonomi kerakyatan. Keberadaan pasar tradisional di Indonesia sampai dengan sekarang ini masih tergolong banyak sekaligus mendominasi.

Tjiptono dan Anastasia (2019) menegaskan bahwasanya kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah strategi jangka panjang yang dirancang untuk membina hubungan dengan konsumen dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan yang berkelanjutan. Tingkat kepuasan klien dapat menjadi kriteria untuk tindakan dan keputusan perusahaan di masa depan. Sangat penting untuk menerapkan modifikasi dan peningkatan untuk mengupayakan kualitas yang optimal bagi klien. Jika pelanggan tidak puas dengan atribut tertentu, peningkatan diperlukan. Jika klien puas dengan kualitas tertentu, kinerjanya harus dipertahankan.

Oleh sebab itu peneliti mempunyai ketertarikan untuk menjalankan penelitian secara ilmiah dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Di Pasar Wadung Asri, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, menjadikan permasalahan yang mampu dirumuskan pada penelitian ini mencakupi berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam pembelian buah jeruk di pasar Wadung Asri?
2. Atribut apa yang berpengaruh dalam pembelian buah jeruk di pasar Wadung Asri?
3. Bagaimana kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk di pasar Wadung Asri?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian akan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis karakteristik konsumen pembelian buah jeruk di pasar Wadung Asri.
2. Untuk menganalisis atribut apa saja yang memengaruhi konsumen dalam membeli buah jeruk di pasar Wadung Asri.
3. Untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam membeli buah jeruk di pasar Wadung Asri.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui tujuan penelitian diatas, adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini yakni berikut :

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu dipergunakan menjadi sumbangan yang bermanfaat teruntuk pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan, khususnya mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk di Pasar Wadung Asri, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo” yang mampu

dipergunakan mahasiswa yang mempelajari studi ilmu agribisnis di dalam penelitian lebih lanjut.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan tambahan informasi dan dapat digunakan sebagai dasar masukan bagi pihak yang berkepentingan, masyarakat, dan pemerintah untuk dijadikan perhatian agar lebih maksimal dalam menerapkan dan mengembangkan bisnis komoditi pertanian agar dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengelolaan perusahaan yang baik.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah adalah strategi yang digunakan untuk mencegah agar pokok bahasan tidak menyimpang atau meluas. Hal ini memudahkan penyelidikan yang lebih terfokus, sehingga memungkinkan tercapainya tujuan penelitian. Penelitian ini hanya membahas preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk di pasar Wadung Asri.