

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian mencakup bagian-bagian seperti tanaman pangan, hortikultura, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Pertanian adalah salah satu sektor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di Indonesia karena sebagian besar penduduk Indonesia berprofesi sebagai petani (Prang *et al.*, 2023). Indonesia terkenal sebagai salah satu negara penghasil tanaman hortikultura yang signifikan. Hal tersebut disebabkan oleh iklim tropis yang dimiliki Indonesia, yang idealnya untuk pertumbuhan tanaman jenis hortikultura. Hortikultura mencakup budidaya sayuran, buah-buahan, dan berbagai tanaman hias. Saat ini, hortikultura menjadi sektor yang menguntungkan karena pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan juga berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat (Sidik, 2023). Subsektor hortikultura memainkan peran penting dalam pengembangan pertanian yang terus mengalami kemajuan. Pasar untuk produk-produk komoditas ini tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan domestik saja, tetapi juga sebagai barang ekspor yang mampu mendatangkan devisa bagi negara (Prang *et al.*, 2023).

Tanaman hortikultura adalah jenis tanaman pertanian yang memiliki kemungkinan serta kesempatan untuk dikembangkan menjadi produk unggulan, termasuk sayuran, buah-buahan, biofarmaka, dan tanaman hias (Pitaloka, 2020). Sub sektor hortikultura memiliki peran penting dalam mendorong kemajuan ekonomi Indonesia. Bidang hortikultura adalah komoditas yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan dalam sektor agribisnis, karena memiliki keunggulan yang lebih besar dibandingkan produk lainnya, seperti nilai ekonomi dan nilai tambah

yang cukup tinggi (Prang *et al.*, 2023). Saat ini produk hortikultura buah-buahan di pasar lokal juga menghadapi banyaknya barang impor. Kegiatan impor dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi buah segar di dalam negeri, ditambah dengan adanya permintaan akan buah-buahan premium yang sejalan dengan gaya hidup dan pola hidup sehat (Sukmaningtyas, 2016). Akibatnya, sebagian besar kebutuhan masyarakat terhadap buah sebagian besar dipenuhi melalui impor. Adapun data impor buah-buahan menurut negara asal pada tahun 2020-2024.

Tabel 1. 1 Nilai CIF (Cost, Insurance, Freight) Impor Buah-Buahan 2020-2024

Negara Asal	Nilai CIF (Cost, Insurance, Freight) impor buah-buahan				
	2020	2021	2022	2023	2024
Tiongkok	823,705,8	915.397,0	906.263,5	919.409,4	1.105.755,3
Australia	97.807,6	124.521,7	125.935,1	135.196,1	151.824,5
Thailand	63.145,7	109.805,3	134.763,5	92.006,1	114.478,1
Amerika Serikat	102.098,3	94.250,3	88.923,0	69.574,6	62.773,3
Peru	5.388,4	10.989,5	10.840,7	19.956,2	11.596,5
Lainnya	82.648,8	107.218,8	108.026,6	100.747,4	99.907,1
Jumlah	1.174.794,6	1.362.182,6	1.374.752,4	1.336.889,8	1.546.307,8

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2025

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2025 perkembangan nilai impor buah-buahan di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Pengaruh ini berasal dari preferensi konsumen terkait rasa, aroma, warna, dan penampilan buah-buahan yang diimpor. Tiongkok sebagai negara asal terbesar yang berperan sebagai penyumbang utama dalam pengiriman buah ke Indonesia. Pertumbuhan pasar buah impor di Indonesia juga dipicu oleh kualitas produk buah lokal yang belum bisa bersaing dengan baik melawan buah-buahan dari luar negeri (Kotler dan Armstrong, 2018). Di antara semua jenis buah yang diimpor, anggur sebagai salah satu buah yang paling dicari dan paling disukai oleh konsumen. Menurut informasi dari Pusat Data dan Sistem Informasi Barantin, total sertifikasi untuk pengimporan anggur ke

Indonesia pada tahun 2024 mencapai 78.538 ton dari berbagai negara-negara seperti dari China, Australia, Peru, Chile, dan India.

Buah anggur kini menjadi salah satu jenis buah yang berkualitas yang semakin digemari di Indonesia, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan. Pasar anggur sendiri merupakan sektor yang sangat kompetitif, di mana berbagai perusahaan yang saling berlomba-lomba untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Tanaman anggur termasuk dalam kategori tanaman buah tahunan dengan umur yang dapat mencapai 20 tahun atau lebih. Menurut Dewi, (2021) anggur adalah salah satu buah impor dengan harga tinggi yang sudah lama dibudidayakan di Indonesia dan saat ini sudah tersebar di seluruh penjuru dunia. Terdapat varietas anggur, antara lain Black Alicante, Golden Champion, Muscat Van Alexandrie (Probolinggo Putih), Isabella, Frankenthaler (Probolinggo Biru), Shine Muscat. Salah satu jenis unggulan yang semakin populer adalah anggur shine muscat, meskipun belum banyak dikembangkan secara luas di dalam negeri, permintaan akan anggur shine muscat sebagian besar dipenuhi melalui impor, sehingga menjadikannya sebagai produk premium yang dijual di berbagai ritel modern.

Asal negara (*Country of Origin*) adalah isyarat dalam atribut produk yang mempengaruhi evaluasi konsumen dalam mengidentifikasi asal negara suatu produk. Menurut Permana dan Nabihah, (2024) menjelaskan bahwa adanya isu pada 24 Oktober 2024, jaringan Peringatan Pestisida Thailand (Thai-PAN) mengeluarkan peringatan mengenai kontaminasi residu kimia pada anggur shine muscat yang melebihi batas aman. Dewan Konsumen Thailand (TCC) mengambil 24 sampel anggur shine muscat dan menemukan bahwa 23 sampel mengandung residu pestisida. Dari 23 sampel yang terkontaminasi, 9 sampel diidentifikasi

sebagai barang impor dari China, sedangkan 15 sampel lainnya tidak dapat diidentifikasi asal negaranya. Kadar residu pestisida yang melebihi batas yang diizinkan pada anggur shine muscat dapat berakibat buruk bagi kesehatan dalam jangka panjang, seperti gangguan saraf dan masalah perkembangan pada anak-anak. Badan Pangan Nasional (Bapanas) juga menanggapi peringatan ini dengan melakukan pengujian cepat (*rapid test*) residu pestisida pada anggur shine muscat di hampir 100 lokasi di berbagai kabupaten/kota di Indonesia. Hasil dari pengujian cepat tersebut menunjukkan bahwa 90 persen tidak terdeteksi residu pestisida dan 10 persen lainnya mengandung pestisida dalam tingkat yang aman untuk dikonsumsi.

Temuan mengenai adanya sisa pestisida pada anggur shine muscat dapat berpengaruh pada sikap konsumen, khususnya terkait kepercayaan mereka terhadap keamanan produk ini Athennia dan Suparman, (2019). Konsumen yang sebelumnya memiliki pandangan positif terhadap anggur shine muscat karena kualitasnya yang tinggi dan rasa manisnya bisa menjadi lebih selektif dalam memilih tempat pembelian. Kekhawatiran mengenai efek kesehatan jangka panjang akibat residu kimia dapat mendorong sebagian konsumen untuk mencari pilihan lain, seperti produk dengan sertifikasi keamanan pangan atau beralih ke anggur dari sumber yang lebih terpercaya. Namun, hasil uji cepat yang dilakukan oleh Badan Pangan Nasional (Bapanas), yang mengonfirmasi bahwa sebagian besar anggur shine muscat di Indonesia aman untuk dikonsumsi, dapat membantu meredakan kekhawatiran dan mempertahankan permintaan di pasar.

Varietas anggur shine muscat yang beragam memberikan peluang pasar yang signifikan. Selera atau preferensi konsumen terhadap anggur shine muscat penting untuk memahami apa yang disukai atau tidak disukai oleh konsumen terhadap suatu produk. Hal ini dikarenakan, sebelum memilih untuk membeli sebuah produk, konsumen biasanya akan mengamati dan menilai karakteristik fisik atau atribut yang ada pada produk tersebut sesuai dengan preferensi mereka untuk mencapai kepuasan (Edrichadijah *et al.*, 2022). Beragamnya preferensi konsumen dipengaruhi oleh perbedaan selera yang menjadi dasar keputusan mereka dalam menentukan pilihan atau pembelian suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian umumnya mencakup evaluasi terhadap berbagai atribut yang mencolok dari produk tersebut, seperti kualitas, harga, atau fitur lainnya. Konsumen mendapatkan kebebasan untuk memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan mereka berdasarkan aspek yang dianggap paling signifikan (Marpaung *et al.*, 2024).

Penentuan sikap dan preferensi konsumen dilihat dari atribut-atribut yang mempengaruhi pembelian. Menurut pendapat Hawkins dan Mothersbaugh, (2010), atribut memiliki dampak yang signifikan pada masyarakat dalam memilih produk. Saat membeli buah anggur shine muscat konsumen mempertimbangkan berbagai aspek salah satunya adalah atribut yang dimiliki buah anggur itu sendiri. Atribut tersebut antara lain meliputi rasa, ukuran, warna kulit, dan harga.

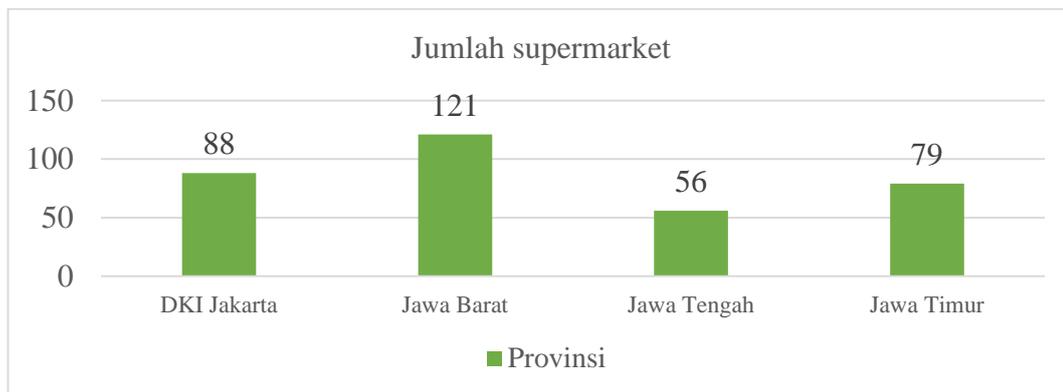
Menurut Sungkawa (2015) Pentingnya bagi perusahaan untuk memahami atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih buah anggur shine muscat. Setiap individu memiliki preferensi dan kebutuhan yang berbeda, sehingga mengetahui faktor-faktor yang mereka anggap penting, seperti kualitas, rasa,

tekstur, dan teknik budidaya. Dengan menyesuaikan produk dengan preferensi dan permintaan pasar, perusahaan mampu meningkatkan daya tarik produknya. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai atribut produk menjadi kunci bagi perusahaan dalam memperkuat daya saing serta menarik minat dan loyalitas konsumen terhadap buah anggur shine muscat.

Tanggapan konsumen terhadap produk atau merek yang ada di supermarket dipengaruhi oleh berbagai sikap dan preferensi yang berbeda-beda pada setiap individu. Sikap adalah salah satu faktor yang berperan dalam keputusan pemilihan pribadi, sedangkan preferensi konsumen menjadi elemen penting dalam menentukan konsumsi dan perilaku pembelian. Penelitian Samoggia dan Riedel, (2018) mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa salah satu aspek yang berpengaruh pada pelanggan ritel modern dan perilaku pembeliannya adalah preferensi yang dimiliki konsumen. Dalam konteks ini, Preferensi berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen, terutama ketika mereka dihadapkan pada pilihan produk yang serupa. Oleh karena itu, memahami preferensi konsumen menjadi sangat krusial bagi perusahaan. Para pengusaha bisa memanfaatkan informasi tentang preferensi ini untuk memahami kebutuhan konsumen, menciptakan produk dengan fokus pada preferensi terhadap atribut tertentu, dan mengenali berbagai segmen preferensi (Wardhana, 2024).

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan untuk memahami sikap dan preferensi konsumen, sektor ritel di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang sangat cepat setiap tahunnya. Salah satu indikasi pertumbuhan ini dapat dilihat dari meluasnya keberadaan minimarket atau toko modern yang kini telah menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah-daerah serta desa. Ritel modern

berfungsi sebagai tempat berbelanja yang menyajikan berbagai kebutuhan sehari-hari termasuk buah-buahan yang di mana produk dijual dengan harga tetap tanpa adanya proses negosiasi antara penjual dan pembeli. situasi ini mengindikasikan bahwa strategi penjualan di ritel modern sangat memerlukan pemahaman mengenai preferensi konsumen agar produk yang tersedia benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasar (Sidik *et al.*, 2023).



Gambar 1. 1 Jumlah Supermarket yang Ada di Pulau Jawa Tahun 2020
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan informasi pada gambar 1.1 jumlah supermarket di pulau Jawa pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Jawa Timur merupakan provinsi dengan jumlah supermarket terbanyak ketiga di pulau Jawa. Kota Surabaya, yang merupakan salah satu ibu kota provinsi Jawa Timur yang memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia dan dilengkapi dengan berbagai infrastruktur untuk mendukung kegiatan ekonomi termasuk aktivitas perdagangan. Pertumbuhan ritel modern yang pesat perlu diimbangi dengan tindakan pengendalian agar pasar tradisional dan usaha kecil/toko kelontong tetap dapat bertahan. Salah satu tujuan utama dari pengembangan pasar modern adalah untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam proses jual beli serta kehadiran pasar modern diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan daya saing UMK (Usaha Mikro Kecil) melalui adaptasi teknologi, peningkatan pelayanan, dan inovasi usaha.

Seiring kemajuan atau perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat, konsumen kini cenderung mengharapkan layanan yang cepat, nyaman, efektif dan efisien yang langsung mempengaruhi sikap dan preferensi mereka dalam memilih tempat berbelanja. Pasar modern seperti supermarket dan minimarket dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen karena menawarkan beberapa fasilitas. Hal ini penting bagi ritel modern untuk melihat perkembangan ekonomi dan melihat perubahan sosial yang membentuk perdagangan masa kini. Konsumen masa kini tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kenyamanan, kecepatan layanan, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Oleh karena itu, pasar modern harus mampu menyesuaikan diri dengan ekspektasi konsumen yang terus berkembang, baik dari segi fasilitas fisik maupun pelayanan.

Tabel 1. 2 Jumlah Retail Modern di Kota Surabaya 2025

Nomor	Jenis kategori ritel	
	Supermarket	Minimarket
1	Bilka Supermarket	Barata Pasaraya
2	Bonnet Supermarket	Indomart
3	Carrefour Indonesia	Karina Swalayan
4	Casa Supermarket	Karunia Minimarket
5	Colombo Supermarket	Minimarket Pelangi
6	Giant Hypermarket	Minimarket Rajawali Mas
7	Hero Supermarket	Minimarket Tara
8	Hokky Fruit Supermarket	Minimarket Sakinah Jaya
9	Hypermarket	Talia Swalayan
10	Ken 88 Supermarket	Toko Anugerah
11	Marina Supermarket	Toko ADC Karunia
12	Papaya Supermarket	Toko Duta Jaya
13	President Supermarket	Toko Hasana Huda
14	Redo Supermarket	Toko Hosana
15	Superindo Supermarket	Toko Jaya
16	Takashimura Supermarket	Toko Semangat Baru
17		Toko Sembilan Baru
18		Toko Trijaya
19		Toko Waserda Teratai

Sumber: Database Toko Modern di Kota Surabaya, 2025

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jenis retail modern yang beroperasi di Kota Surabaya tahun 2025 terdapat 2 macam, yaitu supermarket dan minimarket. Kedua jenis retail ini merupakan bagian dari sistem perdagangan ritel modern yang berkembang pesat di kawasan perkotaan khususnya di Kota Surabaya. Supermarket yang sedang beroperasi di Kota Surabaya diidentifikasi sebanyak 16 unit sedangkan minimarket yang sedang beroperasi di Kota Surabaya diidentifikasi sebanyak 19 unit, penyebaran lokasi supermarket dan minimarket tersebut tidak terpusat di satu area saja, melainkan tersebar diberbagai wilayah Kota Surabaya mencakup wilayah Surabaya Timur, Barat, Selatan, Utara. Adapun layanan produk yang ditawarkan oleh supermarket dan minimarket sangat beragam dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan harian, salah satu diantaranya produk segar, mencakup buah-buahan, sayur-sayuran, daging dan ikan yang disajikan dengan dengan standar kualitas dan kebersihan yang tinggi guna menjamin kepuasan dan kesehatan konsumen.

Dalam konteks perkembangan retail modern di Surabaya, tidak hanya supermarket dan minimarket secara umum yang bersaing untuk menarik perhatian para konsumen, tetapi juga segmen khusus seperti supermarket buah modern yang mulai menunjukkan daya saing yang kuat. Persaingan ini mencerminkan dinamika pasar ritel yang semakin kompleks dan variatif, di mana pelaku usaha tidak hanya menawarkan produk yang beragam, tetapi juga berusaha memberikan nilai tambah melalui kualitas produk segar serta pelayanan yang lebih personal

Situasi saat ini, terjadi persaingan antar ritel modern untuk menarik konsumen khususnya supermarket Hokky Fruit dan Papaya Fresh Gallery yang berlokasi di Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel modern.

Perusahaan ini berfokus pada penjualan buah dan sayur segar tetapi juga menjual produk lain seperti makanan ringan, produk kebutuhan rumah tangga serta produk mentah seperti daging, ikan laut, udang, dan lain sebagainya. Supermarket Hokky ini memiliki enam cabang di Surabaya yang berada di Jl. Ir. Soekarno, Panglima Sudirman, Graha Family, Darmo Harapan, Citraland, dan Pakuwon City sedangkan supermarket Papaya memiliki tiga cabang di Surabaya yaitu di Jl. Margorejo Indah, Pakuwon City, dan Darmo Permai. Pemilihan lokasi penelitian di supermarket Hokky Merr sebagai mewakili ritel modern yang berada di Surabaya Timur, Hokky Darmo Harapan sebagai mewakili ritel modern yang berada di Surabaya Barat, Papaya Margorejo sebagai mewakili ritel modern yang berada di Surabaya Selatan dan Hokky Panglima Sudirman sebagai mewakili ritel modern yang berada di Surabaya Pusat.

1.2 Rumusan Masalah

Isu mengenai adanya bahan kimia dalam anggur shine muscat telah menciptakan kekhawatiran di kalangan para konsumen, yang semakin memperhatikan terhadap kesehatan serta keamanan produk yang mereka pilih. Penggunaan pestisida dan bahan pengawet dalam proses pertanian dan produksi anggur, walaupun telah diatur oleh kebijakan, dapat menimbulkan potensi risiko bagi kesehatan jika tidak mendapatkan pengawasan yang ketat. Dari sisi lain, keberadaan bahan kimia ini juga dapat berdampak pada nilai merek dan preferensi konsumen, khususnya dalam pasar retail modern.

Supermarket Hokky Fruit dan Papaya Fresh Gallery berupaya mempertahankan kepercayaan pelanggan dengan memastikan bahwa produk anggur shine muscat yang mereka tawarkan telah melalui proses seleksi dan

pemeriksaan kualitas yang ketat, termasuk uji residu pestisida. Dengan cara ini, supermarket Hokky Fruit dan Papaya tidak hanya menjamin bahwa produk yang mereka jual sesuai dengan standar kualitas, tetapi juga berusaha untuk menciptakan citra merek yang kuat dan dapat dipercaya di mata konsumen. Preferensi konsumen mencerminkan suatu pilihan individu atau kelompok terhadap suatu produk atau layanan dibandingkan dengan pilihan yang lain yang menunjukkan tingkat keinginan atau kesukaan terhadap produk atau layanan tertentu, seperti kualitas, harga, merek, atau fitur lainnya.

Berikut adalah rumusan masalah untuk penelitian yang terkait dengan Preferensi konsumen buah anggur shine muscat pada retail modern di Surabaya:

1. Bagaimana pengaruh asal negara dan sikap konsumen terhadap preferensi konsumen buah anggur shine muscat pada retail modern di Kota Surabaya?
2. Bagaimana upaya penyediaan buah anggur shine muscat pada retail modern berdasarkan pengaruh asal negara, sikap konsumen, dan preferensi konsumen di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis pengaruh asal negara dan sikap konsumen terhadap preferensi konsumen buah anggur shine muscat pada retail modern di Kota Surabaya.
2. Merekomendasikan kepada para pelaku usaha retail modern dalam penyediaan buah anggur shine muscat berdasarkan asal negara, sikap konsumen, dan preferensi konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai wadah untuk menambah wawasan serta pengalaman dalam proses bisnis yang dijalankan dalam suatu perusahaan dengan mengetahui dan sebagai sarana untuk pengaplikasian berbagai teori yang telah didapatkan selama duduk di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai wadah kerjasama yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan perusahaan sebagai penyempurna dalam dunia bisnis nyata. Perusahaan juga dapat memperoleh masukan-masukan ataupun sumbangan pikiran hasil dari analisa para calon sarjana Agribisnis yang tentunya akan sangat bermanfaat bagi perusahaan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai sarana pengenalan instansi pendidikan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengangkat konsep dan dasar penelitian yang serupa. Penulis juga berharap agar hasil dari penelitian ini mampu mendorong berkembangnya penelitian selanjutnya di bidang Agribisnis.