

# **Analisis Preferensi Konsumen Buah Belimbing Di Kota Bojonegoro**

## **Studi Kasus di Pasar Buah Desa Banjarrejo, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Propinsi Jawa Timur**

*Djalal Su'udi*

*Fakultas Pertanian Universitas Bojonegoro*

*Jl. Lettu Suyitno No.2, Bojonegoro, 62119*

*E-mail: [suudidjalal@yahoo.com](mailto:suudidjalal@yahoo.com)*

### *Abstrak*

Potensi yang besar pada buah belimbing menjadikan komoditas ini mendapat perhatian besar dari pemerintah dan pelaku usaha. Segmen pasar buah belimbing di dalam kota berasal dari semua golongan. Untuk mutu buah yang baik, mendapat harga yang lebih baik. Namun permintaan konsumen terhadap buah belimbing berbeda-beda dalam selera memilih buah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui atribut yang paling di pertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli buah belimbing yang ada di kota Bojonegoro. 2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli buah belimbing di kota Bojonegoro. Manfaat penelitian adalah agar bagi pihak-pihak yang terlibat dalam sistem distribusi dan sistem agribisnis buah belimbing, dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga pada nantinya dapat dilakukan serangkaian perbaikan pemasaran buah belimbing. Hipotesis dari penelitian ini adalah diduga atribut rasa manis yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen dalam membeli buah belimbing di kota Bojonegoro. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai bulan Mei 2015 di kota Bojonegoro tepatnya di pasar buah desa Banjarrejo kecamatan Bojonegoro kabupaten Bojonegoro. Konsumen yang dipilih sebagai responden berjumlah 30 orang (Suharsimi Arikonto 2004). Metode analisis data dengan menggunakan analisis fishbein, dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui sikap seseorang terhadap sebuah objek yang dikenali lewat atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut. Hasil penelitian preferensi konsumen buah belimbing berdasarkan atribut-atribut yang sudah ditentukan menunjukkan bahwa konsumen memilih atribut buah belimbing berdasarkan rasa, konsumen lebih memilih buah belimbing yang rasanya manis, dan dari segi aroma dan warna konsumen lebih memilih buah belimbing yang aroma dan warna yang segar, dari segi ukuran konsumen lebih memilih ukuran yang sedang (5-7/kg). dari segi harga konsumen lebih memilih harga yang terjangkau karena menurut mereka jika harga terlalu murah akan berpengaruh pada kualitas buah.

### **PENDAHULUAN**

Buah-buahan merupakan salah satu komoditi hortikultura dari sektor agribisnis yang bisa diunggulkan oleh Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas pada nantinya. Buah-buahan tersebut bila tidak ditangani secara serius dan kontinyu bisa menyebabkan buah-buahan Indonesia tidak dapat bersaing lagi dengan buah-buahan luar yang pada akhirnya nanti bangsa Indonesia tidak mempunyai rasa bangga lagi terhadap buah-buahan asli sendiri.

Prospek pengembangan buah-buahan di Indonesia ditunjukkan dengan jumlah produksi dan potensi pasar yang besar dan terus meningkat. Data tahun 2000 hingga 2006 menunjukkan bahwa produksi buah-buahan terus meningkat dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 14,8 persen per tahun.

Peningkatan produksi ini terjadi sebagai akibat adanya perkembangan dalam segi teknis maupun non teknis. Pertambahan luas areal tanam, semakin banyaknya tanaman yang berproduksi, serta berkembangnya teknologi produksi yang diterapkan petani merupakan perkembangan dari segi teknis. Perkembangan dari segi non teknis adalah semakin intensifnya bimbingan dan fasilitas yang diberikan kepada petani dan pelaku usaha, semakin baiknya manajemen usaha yang diterapkan pelaku usaha, dan adanya penguatan kelembagaan agribisnis petani. ([www.deptan.go.id](http://www.deptan.go.id))

Selain jumlah produksi yang besar, prospek buah-buahan juga ditunjukkan dengan potensi pasar yang terus berkembang. peningkatan jumlah permintaan terhadap komoditi buah-buahan disebabkan oleh pertambahan jumlah penduduk dan kesadaran