

Karakteristik dan Preferensi Konsumen Buah Pisang Kepok di Kota Medan



Characteristics and Preferences of Kepok Banana Consumers In Medan City

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (c) 2020 Jurnal Agribest

Sri Ariani Safitri¹, Faiz Ahmad Sibuea¹, Febry Pebryani Saragih¹
¹Universitas Medan Area



Corresponding Author: Sri Ariani Safitri, Program Studi Agribisnis/Universitas Medan Area, sriariani@staff.uma.ac.id

ABSTRAK

Kota medan merupakan daerah dengan jumlah penduduk terbesar di Sumatera Utara. Pada tahun 2021-2022, Konsumsi buah pisang perkapita di kota medan diketahui bahwa jenis pisang kepok, pisang ambon dan pisang raja merupakan jenis pisang yang paling banyak di konsumsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen buah pisang kepok dan menganalisis preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok di Kota Medan. Penelitian menggunakan metode survei dengan jumlah sampel ditentukan secara quota sebanyak 42 responden konsumen pisang kepok di Kota Medan yang dipilih menggunakan metode pengambilan sampel purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis deskriptif dan Conjoint. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden pisang kepok yakni Jenis kelamin Perempuan (83%), usia 41-50 (45%), Pendapatan Rp.2.500.000-Rp.5.000.000 (62%), tingkat Pendidikan S1 (48%), jumlah anggota keluarga 1-4 orang (81 %) dan pekerjaan ibu rumah tangga (48%). Selanjutnya hasil analisis menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok adalah buah pisang kepok dengan harga < Rp10.000, memiliki warna kulit kuning dengan bercak hitam, rasa yang manis, tidak berbiji dan memiliki jumlah buah tiap sisir sebanyak (>18 buah).

Kata kunci: *Conjoint, Karakteristik Konsumen, Pisang Kepok, Preferensi Konsumen.*

ABSTRACT

Medan city is the area with the largest population in North Sumatra. In 2021-2022, per capita consumption of bananas in the city of Medan, it is known that Kepok bananas, Ambon bananas and king bananas are the types of bananas most consumed. The aim of this research is to determine the characteristics of consumers of Kepok bananas and analyze consumer preferences for Kepok bananas in Medan City. The research used a survey method with a quota-determined sample size of 42 respondents who were consumers of Kepok bananas in Medan City who were selected using a purposive sampling method. The data analysis used in this research is descriptive and conjoint analysis. The results of the research show that the characteristics of banana kepok respondents are gender female (83%), age 41-50 (45%), income Rp. 2,500,000-Rp. 5,000,000 (62%), education level S1 (48%), the number of family members is 1-4 people (81%) and the work of a housewife (48%). Furthermore, the results of the analysis show that consumer preferences for kepok bananas are kepok bananas with a price of <Rp. 10,000, have yellow skin with black spots, a sweet taste, have no seeds and have as many fruit per comb (>18 pieces).

Keywords: *Consumer Characteristics, Consumer Preferences, Conjoint, Kepok Banana.*

PENDAHULUAN

Pisang merupakan buah tropis yang populer dan merupakan salah satu sumber makanan yang penting di Indonesia. Pisang sangat disukai karena rasanya yang manis, kaya nutrisi, dan mudah diolah menjadi berbagai jenis makanan dan camilan. Selain itu, pisang juga merupakan sumber energi yang baik karena mengandung karbohidrat yang tinggi. Selain sebagai sumber makanan, tanaman pisang juga memiliki peran

penting dalam aspek budaya di Indonesia, digunakan dalam berbagai upacara adat dan ritual. Jadi, tidak heran bahwa pisang merupakan salah satu jenis hortikultura yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

Ketersediaan pisang selalu ada karena hampir di seluruh wilayah Indonesia merupakan tempat produksi pisang dan dapat dipanen sepanjang tahun. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), Indonesia memproduksi 9,24 juta ton pisang pada 2022. Angka tersebut naik 5,72% dari tahun sebelumnya yang mencapai 8,74 ton. Terdapat nilai ekonomi buah pisang yang signifikan di Indonesia, baik dalam perdagangan domestik maupun ekspor. Beberapa daerah di Indonesia dikenal sebagai produsen pisang terkemuka, seperti Jawa, Bali serta Sumatera.

Sumatera Utara merupakan salah satu dari sepuluh provinsi penghasil pisang terbesar nasional pada tahun 2022 (BPS, 2023). Jumlah produksi buah pisang di Sumatera Utara pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 17% dari tahun sebelumnya. Hal ini diikuti oleh meningkatnya permintaan konsumen terhadap buah-buahan dampak dari pandemi covid 19 pada tahun 2020-2021. Provinsi Sumatera memiliki jumlah penduduk yang cukup besar yakni 15.115.206 jiwa (BPS, 2023). Kota medan merupakan daerah dengan jumlah penduduk terbesar di Sumatera Utara. Pada tahun 2021-2022, Konsumsi buah pisang perkapita di kota medan diketahui bahwa jenis pisang kepok, pisang ambon dan pisang raja merupakan jenis pisang yang paling banyak di konsumsi.

Terdapat berbagai varietas pisang yang tumbuh di Indonesia, termasuk pisang kepok, pisang raja, pisang ambon, dan banyak lagi. Pisang kepok (*Musa paradisiaca* L) adalah salah satu jenis pisang yang memiliki ciri khas kulit tebal dan bentuk yang lebih besar dibandingkan dengan pisang biasa. Pisang kepok merupakan jenis pisang olahan dengan aneka ragam makanan olahan dari pisang kepok.

Proses budidaya yang relatif cepat berkisar 9-12 bulan dan dapat dipanen sepanjang tahun. Di sisi lain permintaan pisang yang tinggi adalah salah satu faktor penting dari pisang kepok sehingga memberikan pendapatan bagi petani dan pelaku agribisnis. Permintaan pisang yang tinggi adalah salah satu faktor penting yang menjadikan budidaya pisang sangat menarik dari segi potensi ekonomi.

Perilaku pembelian terhadap suatu produk akan dipengaruhi oleh sikap dan preferensi konsumen serta karakteristik konsumen (Rumapea et al, 2021). Semakin banyak jumlah konsumen maka semakin beragam pula preferensi masing-masing konsumen terhadap buah pisang kepok. Preferensi konsumen terhadap buah-buahan dipengaruhi oleh kombinasi atribut dan level yang dihadapkan (Abda'u, 2021).

Pengalisan karakteristik dan preferensi konsumen memberikan wawasan dalam penyusunan strategi pengembangan minat konsumen buah pisang kepok selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi khususnya atribut buah pisang kepok yang sesuai dengan preferensi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah 1) Menganalisis karakteristik konsumen buah pisang kepok di kota Medan. 2) Menganalisis preferensi konsumen buah pisang kepok di kota Medan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober Tahun 2022. Penelitian dilakukan di Pasar Sukaramai yakni salah satu pasar tradisional terbesar di kota Medan. Pasar Sukaramai terletak di Jalan AR. Hakim Kecamatan Medan Area Kota Medan. Selain itu Pasar Sukaramai merupakan pasar dengan jumlah pedagang pisang terbanyak diantara pasar tradisional di Kota Medan yaitu sebanyak 14 pedagang pisang kepok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yakni dilakukan secara sengaja dengan kriteria sample (pembelian lebih dari satu kali, pembelian 1-3 sisir pisang kepok dan tujuan pembelian untuk dikonsumsi sendiri). Jumlah sample di peroleh dari 14 pedagang pisang kepok (total pedagang pisang kepok di pasar Suka Ramai) dengan pembeli yang akan menjadi responden setiap pedagang pisang kepok sebanyak 3 orang secara sengaja (*purposive*). Maka sampel konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 konsumen pisang kepok.

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara kepada konsumen buah pisang kepok dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan penelitian terdahulu.

Metode analisis yang digunakan untuk tujuan penelitian pertama yakni karakteristik konsumen buah pisang kepok di Kota Medan berupa usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pekerjaan dikaji dengan menggunakan analisis deskriptif.

Sedangkan metode analisis yang digunakan untuk tujuan penelitian kedua yakni analisis *conjoint* untuk menganalisis preferensi konsumen pada buah pisang kepok. Analisis *Conjoint* yakni salah satu teknik multivarian yang khusus digunakan untuk mengetahui bagaimana responden mengembangkan preferensinya terhadap semua jenis objek (produk, jasa, atau ide). Preferensi konsumen buah pisang kepok dianalisis

dengan mengukur nilai kegunaan dan nilai relatif penting dari lima atribut buah pisang kepok yang diteliti, meliputi harga buah, rasa buah, warna kulit buah, Biji buah dan jumlah buah tiap sisir.

Pada dasarnya, tujuan analisis *conjoint* adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri atas satu / banyak bagian. Hasil utama *conjoint analysis* adalah suatu bentuk (desain) produk barang / jasa / objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden (Hair *et al.*, 2010). Adapun model dasar analisis *conjoint* dirumuskan secara sistematis sebagai berikut:

$$U(X) = \sum_i^m \sum_j^k a_{ij} X_{ij}$$

Dimana :

- U (X) = keseluruhan utilitas dari alternatif
- a_{ij} = *part worth* atau nilai kegunaan dari atribut ke-I taraf ke-j
- k_j = taraf ke-j dari atribut ke-i
- m_i = jumlah atribut ke-i
- X_{ij} = atribut ke-i taraf ke-j (1=taraf muncul; 0=tidak muncul)

Utilitas menunjukkan kesukaan atau ketidaksukaan konsumen terhadap atribut suatu produk. Utilitas nilai adalah selisih antara nilai rata-rata dan nilai konstan suatu faktor tertentu. Jika utilitas positif menunjukkan bahwa konsumen menyukai stimulus (atribut produk), utilitas negatif berarti konsumen tidak menyukai stimulus (atribut produk) tersebut (Hair *et al.*, 2020).

Langkah-langkah dalam melakukan analisis *conjoint* menurut Hair *et al.* (2010) adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Masalah
2. Pemilihan Metode Analisis *Conjoint*
3. Menentukan dan Mendefinisikan Atribut dan Level
4. Memilih Metode Presentasi
5. Perancangan Stimuli
6. Asumsi Analisis *Conjoint*
7. Memilih Teknik Estimasi
8. Evaluasi Hasil
9. Interpretasi Hasil
10. Validasi Hasil *Conjoint*

Dalam analisis *conjoint*, perancangan atribut yang berpengaruh adalah bagian dari mengenali atau mengidentifikasi atribut menggunakan tingkatan/level, masing – masing dipergunakan untuk membuat suatu stimuli. Pembentukan stimuli atau kombinasi taraf-taraf atribut dilakukan untuk menyusun sebuah hipotek/rancangan terhadap produk. Pembentukan stimuli dapat dibagi menjadi dua metode, yaitu *full profile* dan *pairwise comparasion*. Metode *full profile* semua atribut dinilai secara bersama untuk menyusun stimuli. Konsumen umumnya mempertimbangkan semua atribut produk sekaligus ketika mengevaluasi preferensi mereka, sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan metode *full profile*. Berikut tabel dan uraian atribut dan level pisang kepok pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut Buah Pisang Kepok dan Levelnya

| Atribut | Level |
|---------|----------------------------|
| Harga | 1. < Rp.10.000 |
| | 2. Rp. 10.000 – Rp. 15.000 |
| | 3. Rp. 15.000 - Rp. 20.000 |
| | 4. > Rp. 20.000 |
| Rasa | 1. Manis |
| | 2. Agak manis |
| | 3. Sepat |

| Atribut | Level |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Warna kulit buah | 1. Hijau dengan bercak hitam 2. Hijau kekuningan dengan bercak hitam 3. Kuning dengan bercak hitam 4. Kuning Kehitaman dengan bercak hitam |
| Biji buah | 1. Tidak berbiji 2. Berbiji besar 3. Berbiji Kecil |
| Jumlah buah pisang tiap sisir | 1. sedikit (< 12 buah) 2. sedang (13-18 buah) 3. banyak (> 18 buah) |

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Hasil stimulasi ortogonal itulah yang dimasukkan dalam kuesioner yang dinilai oleh responden. Responden diminta untuk menentukan nilai/peringkat terhadap stimuli tersebut. Dengan angka 1 adalah model stimuli yang paling tidak disukai, dan angka 4 adalah model stimuli yang paling disukai.

Pada penilaian/pemberian rating oleh responden diolah dengan analisis *conjoint* dengan bantuan perangkat lunak (*software*) SPSS. Hasil analisis *conjoint* secara keseluruhan dilihat dari *overall statistics* pada SPSS *subfile summary*. Hasil analisis ini diperoleh untuk memperkirakan atribut pisang kepok yang diinginkan oleh responden berdasarkan penilaian terhadap stimuli tersebut yang disertakan dalam kuesioner sebelumnya.

Output yang dihasilkan dari proses analisis *conjoint* berupa nilai *utility* yaitu suatu perbandingan antara nilai kegunaan dengan tiap-tiap taraf atributnya, *importance values* yaitu suatu nilai perbandingan antara nilai kepentingan dengan tiap-tiap atribut pisang kepok. Interpretasi hasilnya adalah untuk nilai *utility*, yaitu nilai yang paling besar menjadi kombinasi stimuli yang disukai oleh konsumen. Untuk nilai kepentingan (*importance values*) yaitu nilai yang terbesar menunjukkan atribut pisang kepok yang paling penting.

Dalam analisis *conjoint*, pengujian validitas (signifikansi) dilakukan dengan melihat nilai korelasi Pearson's R atau Kendall's. Tujuan keduanya adalah memastikan seberapa konsisten model memprediksi preferensi yang diberikan responden. Semakin tinggi nilai korelasinya semakin cocok atau semakin baik modelnya. Landasan untuk uji signifikansi adalah :

H₀ : Tidak ada korelasi yang kuat antara *estimates* dan *actual* atau tingkat ketepatan prediksi yang rendah

H₁ : Terdapat korelasi yang kuat antara *estimates* dan *actual* atau tingkat ketepatan prediksi yang tinggi.

Jika angka signifikansi $\geq 0,05$ maka H₀ diterima. Sebaliknya jika angka signifikansi $\leq 0,05$ maka H₀ ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Buah Pisang Kepok

Hasil penelitian untuk tujuan penelitian pertama terkait karakteristik konsumen buah pisang kepok. Karakteristik responden meliputi berupa usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pekerjaan. Secara rinci karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Buah Pisang Kepok di Kota Medan

| No. | Perilaku | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|-----|-----------------------------|------------------|----------------|
| 1 | Jenis Kelamin | | |
| | ▪ Laki-laki | 7 | 17 |
| | ▪ Perempuan | 35 | 83 |
| 2 | Usia | | |
| | ▪ 21-30 | 4 | 10 |
| | ▪ 31-40 | 5 | 12 |
| | ▪ 41-50 | 19 | 45 |
| | ▪ >50 | 14 | 33 |
| 3 | Pendapatan | | |
| | ▪ < Rp.1.000.000 | 1 | 2 |
| | ▪ Rp.1.000.000-Rp.2.500.000 | 6 | 14 |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------|-----------|
| | ▪ Rp.2.500.000-Rp.5.000.000 | 26 | 62 |
| | ▪ > Rp.5.000.000 | 9 | 21 |
| 4 | Tingkat Pendidikan | | |
| | ▪ SD/SMP/SMA | 19 | 45 |
| | ▪ D3 | 3 | 7 |
| | ▪ S1 | 20 | 48 |
| 5 | Jumlah anggota keluarga | | |
| | ▪ 1-4 orang | 34 | 81 |
| | ▪ 5-7 orang | 8 | 19 |
| 6 | Pekerjaan | | |
| | ▪ Ibu Rumah Tangga | 20 | 48 |
| | ▪ Wiraswasta | 9 | 21 |
| | ▪ Mahasiswa | 1 | 2 |
| | ▪ PNS | 3 | 7 |
| | ▪ Pegawai Swasta | 9 | 21 |

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk jenis kelamin sebagian besar pembelian pisang dilakukan oleh perempuan yakni sebesar 83% dan hanya 17% oleh laki-laki. Artinya dalam pembelian buah pisang kepek di pasar tradisional peran perempuan yang cukup mendominasi. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan pada umumnya berperan dalam pengambilan keputusan pembelian serta melakukan kegiatan pembelanjaan dalam pemenuhan kebutuhan dan konsumsi rumah tangga (Firmansyah, 2021).

Berdasarkan usia, Responden terbanyak berusia 41-50 tahun yaitu sebesar 45% disusul usia responden > 50 sebesar 33 %. Dari data tersebut menunjukkan bahwa kalangan generasi X (41-50) lebih banyak mengkonsumsi jenis pisang kepek. Pisang kepek memiliki kandungan yang baik untuk penderita diabetes dan hipertensi, sehingga pisang kepek lebih banyak diminati oleh konsumen dari generasi X. Artinya perbedaan usia akan mempengaruhi sikap dan preferensi konsumen dalam pembelian suatu produk.

Untuk tingkat pendapatan sebesar 62% responden berada pada kisaran pendapatan Rp 2.500.000- Rp 5.000.000. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka kesempatan konsumen membeli buah pisang kepek dengan atribut yang baik sesuai dengan preferensinya akan semakin besar. Hal ini sesuai dengan (Firmansyah, 2021) bahwa pendapatan merupakan salah satu penentu dari besarnya daya beli dan pengeluaran konsumen.

Responden terbanyak adalah lulusan S1 dengan persentase 48%. Perbedaan dalam tingkat pendidikan berpengaruh terhadap konsumsi pisang dan preferensi konsumen. Semakin tinggi Pendidikan seseorang maka semakin sadar akan manfaat nutrisi dari buah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pola pikir seseorang dalam menerima informasi, membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Hal ini sesuai dengan Marinda (2022) Semakin tinggi Pendidikan seseorang maka akan semakin selektif dalam pemilihan produk yang akan di beli dan kesadaran akan pentingnya kesehatan.

Selain itu, untuk jumlah anggota keluarga terbanyak berjumlah satu sampai empat orang, dan persentasenya sebesar 81%. Jumlah keluarga anggota menentukan berapa banyak pisang yang dibeli konsumen. Komposisi dan ukuran keluarga mempengaruhi konsumsi rumah tangga (Damayanti *et al*, 2023). Kemudian untuk jenis pekerjaan, sebesar 48 % merupakan ibu rumah tangga. Sebab, ibu rumah tangga mengatur kebutuhan dan pengeluaran untuk memenuhi konsumsi rumah tangga.

Preferensi Konsumen Buah Pisang Kepok

Preferensi konsumen terhadap buah pisang kepek di Kota Medan ditentukan dengan mengevaluasi kombinasi karakteristik pisang yang dipilih konsumen. Analisis *Conjoint* digunakan untuk menentukan preferensi konsumen berdasarkan tingkat atau nilai kepentingan relatif dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut-atribut yang ada pada buah pisang kepek yakni meliputi harga buah, rasa buah, warna kulit buah, biji buah, jumlah buah pisang tiap sisir.

Pada tabel 2 menunjukkan hasil dari analisis *conjoint*. Kolom pertama menunjukkan lima atribut dari buah pisang kepek yang dievaluasi oleh responden. Kolom kedua menunjukkan taraf/level dari setiap atribut. Kolom ketiga menunjukkan *utility* yaitu menggambarkan preferensi responden terhadap sebuah level dari setiap atribut buah pisang kepek yang dinilai. Nilai *utility* atau *utility estimate* diperoleh dengan mengurangi rata-rata nilai preferensi terhadap sebuah level dari setiap atribut dengan nilai preferensi

keseluruhan. Nilai *utility* positif menunjukkan bahwa nilai preferensi terhadap sebuah level dari atribut adalah lebih besar dari nilai preferensi keseluruhan. Nilai *utility* negatif menunjukkan bahwa nilai preferensi terhadap sebuah level dari atribut memperlihatkan nilai preferensi keseluruhan. Hasil analisis *conjoint* pada buah pisang kepok dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis *Conjoint* Pada Buah Pisang Kepok

| NO | Atribut | Taraf/level | <i>Utility Estimate</i> |
|-------------------------|---------|--------------------------------------|-------------------------|
| 1 | HARGA | < Rp10.000 | 2,402 |
| | | Rp 10.000 – Rp 15.000 | 2,390 |
| | | Rp 15.000 - Rp 20.000 | -1,318 |
| | | > Rp 20.000 | -3,479 |
| 2 | RASA | Manis | ,921 |
| | | Agak manis | ,608 |
| | | Sepat | -1,529 |
| 3 | WARNA | Kuning Kehitaman dengan bercak hitam | -307 |
| | | Kuning dengan bercak hitam | ,991 |
| | | Hijau kekuningan dengan bercak hitam | ,318 |
| | | Hijau dengan bercak hitam | -1,003 |
| 4 | BIJI | Tidak berbiji | 1,667 |
| | | Berbiji kecil | -,342 |
| | | Berbiji besar | -,1324 |
| 5 | JUMLAH | Banyak (> 18 buah) | 1,179 |
| | | Sedang (13-18 buah) | -,238 |
| | | Sedikit (< 12 buah) | -,940 |
| <i>(Sum of Utility)</i> | | | 7,508 |

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 3. nilai kegunaan berdasarkan preferensi konsumen dapat dilihat yang paling disukai oleh konsumen adalah harga < Rp10.000. Atribut harga adalah atribut yang paling dipertimbangkan konsumen saat membeli buah pisang kepok di Kota Medan. Harga di pasar tradisional yang lebih murah menjadi alasan utama mengapa konsumen lebih memilih membeli buah pisang kepok pada pasar konvensional/tradisional dibandingkan supermarket yang harganya tidak bisa ditawar. Selain itu produk buah pisang kepok lebih banyak didapatkan di pasar tradisional dibandingkan di supermarket/swalayan dan kondisinya masih segar. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Marinda (2022) bahwa atribut harga menjadi atribut produk yang paling mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Atribut warna kulit buah berada pada urutan kedua dengan level atribut yang disukai oleh konsumen buah pisang kepok adalah warna kulit yang kuning dengan bercak hitam yang memiliki nilai kegunaan 0,991. Hal tersebut berarti atribut warna kulit buah adalah atribut kedua yang paling dipertimbangkan konsumen setelah harga buah saat membeli buah pisang kepok di Kota Medan. Hal itu disebabkan warna kulit buah dapat menampilkan kesegaran dan kematangan buah pisang kepok. Perihal itu sejalan dengan penelitian Widodo (2019) yang menyebutkan jikalau buah pisang bisa yang matang dapat diketahui dari warna kulitnya, saat buah mempunyai warna kulit kuning dapat menunjukkan buah sudah matang dengan sempurna.

Pada urutan ketiga atribut dengan level atribut yang paling disukai pada atribut rasa adalah rasa manis dengan nilai kegunaan 0,921. Menurut konsumen, rasa juga penting dalam merangsang minat konsumsi buah. Hal ini dapat diartikan bahwa penilaian rasa terhadap suatu produk dapat menjadi tanda suka atau tidaknya seseorang terhadap produk tersebut. Konsumen buah pisang di Kota Medan lebih gemar rasa manis. Buah pisang kepok yang memiliki rasa manis disukai oleh konsumen sebab pada biasanya rasa manis ialah rasa yang sangat lezat untuk dinikmati. Tidak hanya itu buah pisang kepok lebih banyak dinikmati dengan dilakukan pengolahan lebih lanjut menjadi makanan cemilan sehingga lebih nikmat apabila rasanya manis. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2022) yang menyatakan bahwa bagi sebagian besar orang rasa merupakan atribut yang cukup penting dan mampu mempengaruhi dibandingkan dengan atribut lain saat mengkonsumsi makanan.

Kemudian atribut biji buah yang level atribut yang disukai oleh konsumen pada buah pisang kepok adalah buah yang tidak berbiji dengan nilai kegunaan 1.667. Atribut biji buah ini memiliki nilai kegunaan yang terkecil kedua setelah atribut jumlah buah pisang tiap sisir. Hal ini berarti atribut biji buah kurang diperhatikan saat membeli buah pisang kepok. Umumnya buah pisang kepok tidak memiliki biji, akan tetapi ada juga buah pisang kepok yang pada dagingnya terdapat biji buah berwarna hitam dan memiliki wujud yang keras dan berukuran besar serta kecil. Buah pisang kepok yang memiliki biji buah baik berukuran sedang maupun kecil mampu mengganggu saat konsumen akan menikmati buah pisang kepok tersebut.

Selanjutnya atribut terakhir adalah atribut jumlah buah tiap sisir untuk level atribut disukai pada atribut ini adalah buah pisang kepok dengan jumlah banyak (> 18 buah) tiap sisirnya dengan nilai kegunaan 1.179. Nilai kegunaan yang dimiliki paling kecil dibanding nilai kegunaan dari atribut yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih mencermati atau memperhatikan harga dan warna kulit serta rasa buah pada pisang kepok dibandingkan dengan jumlah buah tiap sisirnya.

Tabel 4. *Importance Value* dari Atribut Buah Pisang Kepok

| Atribut | <i>Importance Value</i> |
|---------|-------------------------|
| Harga | 34,238 |
| Rasa | 16,501 |
| Warna | 18,398 |
| Biji | 15,790 |
| Jumlah | 15,072 |

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4. *Importance Value* merupakan indikasi nilai yang menunjukkan karakteristik sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. *Importance value* dari atribut harga pisang kepok adalah 34,238 %, sebesar 18,398 % untuk *importance value* dari atribut warna buah pisang kepok, kemudian 16,501 % untuk *importance value* dari atribut rasa buah pisang kepok, dan *importance value* dari atribut biji buah pisang kepok sebesar 15,790 % serta *importance value* dari jumlah buah pisang kepok sebesar 15,072 %. *Importance value* dari atribut memiliki arti bahwa semakin besar nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut tersebut dinilai lebih penting dari atribut lainnya (Sumarwan, 2017). Berdasarkan nilai kepentingan yang paling tinggi, atribut harga adalah atribut yang paling penting/dipertimbangkan konsumen saat membeli buah pisang kepok selanjutnya atribut warna buah, atribut rasa, atribut biji serta atribut jumlah buah pada tiap sisirnya.

Nilai korelasi merupakan nilai korelasi antara klasifikasi sebenarnya dengan klasifikasi sebenarnya klasifikasi berdasarkan hasil evaluasi. Nilai korelasi digunakan untuk mengukur keakuratan dari prediksi tersebut. Hasil pengukuran nilai korelasi tersebut ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Korelasi Hasil Proses *Conjoint*

| | Value | Sig. |
|---------------|-------|------|
| Pearson's R | ,998 | .000 |
| Kendall's Tau | ,967 | .000 |

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Pada Tabel 5. menunjukkan nilai korelasi Pearson's R (0,998) artinya kombinasi kuesioner atribut mempengaruhi preferensi konsumen serta nilai analisis Kendall's Tau (0,967) yang menunjukkan bahwa keakuratan proses *conjoint* pada preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok. Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk kedua korelasi tersebut adalah 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 5% (nilai $P < 0,05$) berarti hipotesis H_0 ditolak atau penelitian tersebut valid yang berarti terdapat perbedaan konsumen preferensi mengenai karakteristik pisang kepo. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari analisis *conjoint* adalah *valid*.

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen buah pisang kepok di Kota Medan yakni Perempuan dengan rentang usia 41-50 tahun, pendapatan pendapatan Rp 2.500.000-Rp.5.000.000, tingkat Pendidikan S1 dan jumlah anggota keluarga 1-4 orang, serta pekerjaan ibu rumah tangga. Sedangkan analisis preferensi konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang kepok di Kota medan yakni harga < Rp 10.000, memiliki warna kulit kuning dengan bercak hitam, rasa yang manis, tidak berbiji dan memiliki jumlah buah tiap sisirnya sebanyak (>18 buah).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Medan Area yang telah memberikan dukungan bagi para dosen untuk senantiasa menulis artikel ilmiah yang dipublikasikan. Selain itu terimakasih kepada Faiz Ahmad Sibuea, SP., M.Si dan Febry Pebryani Saragih, SP yang telah memberikan kontribusinya dalam penulisan artikel ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, Arifin & Ibnu. 2021. Preferensi Konsumen Terhadap Buah-buahan di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science* : 9(2):301-308.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2023. *Statistik Pertanian Hortikultura*. BPS Indonesia
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2023. *Statistik Pertanian Hortikultura*. BPS Provinsi Sumatera Utara
- Badan Pusat Statistik. 2023. Medan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara
- Damayanti, Karsiningsih & Muntoro. 2023. The Analysis of Attitude And Consumer Preferences To Purchase Decisions Of Banana Fruit In Traditional Markets Pangkalpinang City. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* 2023:8(1):65-72. doi: <http://doi.org/10.37149/JIA.v8i1.428>
- Firmansyah, Nugroho & Indah. 2021. Analisis Preferensi Konsumen Pada Atribut Buah Pisang Kepok di Pasar Tradisional Kota Surabaya. *Berkala Ilmiah Agribisnis : Agridevina* : 10 (2): 143-151.
- Hair, J.K., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. 2010. *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Marinda, Harisudin & Antriyandarti. 2022. Analisis Keputusan Pembelian Buah Segar di Kota Surakarta. *AGRISTA* :10(4): 48-59.
- Rumapea, Roessali, Ewin, Wiludjeng, & Prasetyo. 2021. *Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang Di Pasar Tradisional Kota Semarang*. <http://eprints.undip.ac.id/81970/>
- Sumarwan, Ujang & Palupi, E. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Lokal dan Organik Serta Implikasinya Terhadap Pendidikan Konsumen Cinta Produk Nasional. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen* : 10 (2): 157-168. DOI: <http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2017.10.2.157>
- Wahyuni, N. L. P. O., Noer, I., & Trisnanto, T. B. 2022. Sikap Konsumen Dalam Pembelian Buah Pisang Cavendish Di Pasar Modern Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*, 6(2), 201–207. <https://jurnal.polinela.ac.id/JFA/article/view/2455>
- Widodo, W. D., Suketi, K., & Rahardjo, R. (2019). Evaluasi Kematangan Pascapanen Pisang Barangan untuk Menentukan Waktu Panen Terbaik Berdasarkan Akumulasi Satuan Panas. *Buletin Agrohorti*: 7(2): 162–171. <https://doi.org/10.29244/agrob.7.2.162-171>