

**PREFERENSI KONSUMEN STROBERI DI “LUMBUNG STROBERI” DESA
PANDANREJO KECAMATAN BUMIAJI KOTA BATU**

***STRAWBERRY CONSUMERS PREFERENCE OF "STRAWBERRY BARN" IN
PANDANREJO VILLAGE, BUMIAJI DISTRICT, BATU CITY***

ERWIN MAOLIDAN¹, ISTIS BAROH^{*2}, M. ZUL MAZWAN³
Fakultas Pertanian-Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang
[*istis@umm.ac.id](mailto:istis@umm.ac.id)

ABSTRAK

Preferensi konsumen merupakan selera konsumen dalam melakukan pembelian produk baik berupa (barang ataupun jasa) dengan cara melakukan pemilihan suka atau tidak sukanya terhadap produk tersebut. Penelitian ini dilakukan di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa (1) Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut buah stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo. (2) Urutan tingkat kepentingan atribut buah stroberi berdasarkan preferensi konsumen di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif dan analisis *conjoint*. Beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain yaitu warna kulit, bentuk buah, rasa buah, ukuran buah, daya tahan dan harga buah. Hasil penelitian berdasarkan nilai *utility* adalah yang memiliki warna kulit merah cerah, ukuran buah besar (28-32), rasa manis, bentuk buah kerucut, daya tahan lebih dari dua hari dan harga yang terjangkau atau kurang dari Rp. 60.000. Atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli buah stroberi adalah atribut rasa buah stroberi (29,752), kemudian harga buah stroberi (24,55), ukuran buah (16,73), daya tahan buah (13,29), warna kulit buah (9,88) dan pertimbangan konsumen yang paling terakhir dalam membeli buah stroberi adalah bentuk buah (5,77). Bentuk buah memiliki tingkat kepentingan relatif yang paling kecil diantara atribut lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bentuk buah stroberi akan dievaluasi terakhir oleh konsumen.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Atribut, Stroberi.

ABSTRACT

Consumer preference is the consumer desires in purchasing products in the form of (commodities or services) by choosing whether they like or dislike the product. This research was conducted in the Strawberry Barn, Pandanrejo Village, Bumiaji District, Batu City. The purpose of this study is to analyze (1) The consumer preferences of the strawberry attributes in the Strawberry Barn, Pandanrejo Village. (2) The importance standard of the strawberry attributes based on consumer preferences in the Strawberry Barn, Pandanrejo Village. This research used descriptive and conjoint method in analyzing the data. Some of the attributes that are considered by consumers are based on the skin color, shape, taste, size, durability and the price of the fruit. The results of the study based on the utility value were those with bright red skin color, large fruit size (28-32), sweet taste, cone shape, durability of more than two days and affordable price or less than Rp.60.000,00. Attributes that are considered by consumers in buying strawberries are the taste of strawberries (29.752), price of strawberries (24.55), size of strawberries (16.73), fruit durability (13.29), fruit skin color (9.88) and the last consumer consideration in buying strawberries is the shape of the fruit (5.77). The shape of the fruit has the smallest relative importance among the other attributes. Thus, it can be concluded that the shape of the strawberry will be last evaluated by the consumers.

Keywords : Consumer preference, Attributes, strawberry

PENDAHULUAN

Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor yaitu subsektor pangan, peternakan, perikanan, hortikultura, perkebunan dan kehutanan serta jasa pertanian. Menurut Amilia et al (2016) menyatakan bahwa produk pertanian berperan strategis dalam meningkatkan pendapatan devisa negara, terutama di era perdagangan bebas komoditas antar negara, termasuk barang-barang perkebunan atau komoditi hortikultura.

Stroberi (*Fragaria sp.*) merupakan salah satu komoditas buah-buahan musiman, terutama untuk negara-negara yang beriklim subtropis. Menurut Oktarina et al (2017) budidaya stroberi telah dicoba oleh beberapa petani Indonesia di beberapa daerah seperti Sumatra Utara, Sumatra Barat, Jawa Barat, Malang, Bali dan Sulawesi.

Kota Batu merupakan sentra penghasil stroberi terbesar di Jawa Timur. Wilayah Kota Batu yang terletak di dataran tinggi dan sangat cocok untuk pengembangan komoditas pertanian maupun perkebunan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Aditias et al (2014) mengemukakan bahwa Kota Batu merupakan daerah pertanian dan perkebunan yang sangat subur, sehingga dapat membudidayakan berbagai jenis

tanaman.

Preferensi konsumen merupakan suatu kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen untuk dikonsumsi (Ramadhani et al., 2020). Penelitian terdahulu yang dilakukan Widiyanto (2019) menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap apel lokal ini memiliki atribut harga dari Rp. 26.000 – Rp. 34.000, warna buah kuning kehijauan, tekstur daging buah yang renyah, ukuran buah yang kecil, dan kulit buah yang mudah ternoda dan rasanya manis. Menurut Su'udi (2016) penelitian preferensi konsumen terhadap belimbing berdasarkan atribut tertentu adalah konsumen berdasarkan rasa manis, dari segi aroma dan rasa, warna segar, ukuran sedang (5-7/kg), dan harga yang terjangkau.

Produsen perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak sukanya seorang konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini dikarenakan, sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian suatu produk, mereka terlebih dahulu memperhatikan dan mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) dari produk tersebut. Begitu juga dalam pembelian buah stroberi di Lumbung Stroberi, beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen

antara lain yaitu warna kulit, bentuk buah, rasa buah, ukuran buah, daya tahan dan harga buah. Inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah preferensi konsumen terhadap atribut-atribut buah stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu?
2. Bagaimanakah urutan tingkat kepentingan atribut buah stroberi berdasarkan preferensi konsumen di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka rumusan, maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis :

1. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut buah stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu
2. Urutan tingkat kepentingan atribut buah stroberi berdasarkan preferensi konsumen di Lumbung Stroberi Desa

Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah jenis dan sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik secara individu maupun kelompok. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sebuah media perantara.

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Lumbung Stroberi Kota Batu yang terletak di Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji pada bulan Mei-Juni 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Kuesioner
4. Studi Literatur

Teknik Pengambilan Sampling

penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *non probability*

sampling yakni dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental Sampling* merupakan teknik dalam pengambilan responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, artinya konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka konsumen tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2017).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 60 sampel yang dianggap telah mewakili populasi konsumen buah stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu yang di dapatkan dengan formula menurut Orme (2010) sebaga berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel Minimum} &= [(\text{jumlah} \\ &\text{level} - \text{jumlah atribut}) + 1] \times 5 \\ &= [(17-6) + 1] \times 5 \\ &= 60 \text{ Sampel} \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang telah peneliti tetapkan tersebut sudah cukup dengan syarat minimum sampel. Pernyataan ini sesuai dengan Sugiyono (2017) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dan tepat dalam kebanyakan penelitian minimal atau lebih dari 30 orang/responden.

Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis karakteristik konsumen

dilakukan menggunakan statistik deskriptif dimana menggambarkan ciri individu yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk yaitu diantaranya: jenis kelamin, usia, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan.

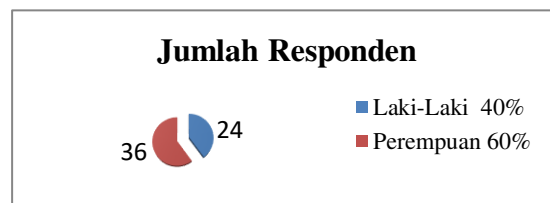
2. Analisis Konjoin

Analisis preferensi konsumen dilakukan menggunakan analisis konjoin untuk mengidentifikasi kombinasi atribut buah stroberi yang paling disukai konsumen dan kepentingan relatif dari setiap atribut tersebut. Atribut yang dinilai menggunakan analisis konjoin meliputi warna, ukuran, rasa, bentuk, daya tahan, dan harga untuk buah stroberi. Hasil analisis konjoin akan digunakan untuk mengukur nilai kegunaan dan nilai kepentingan dari tiap-tiap atribut tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden Buah Stroberi di Lumbung Stroberi

1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

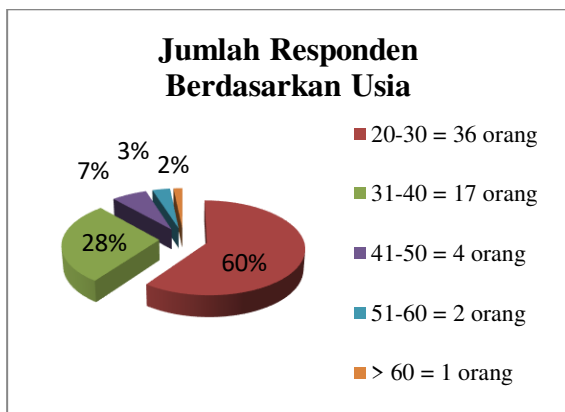


Gambar 1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan diagram diatas terdapat 24 (40%) responden yang berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden perempuan terdapat 36 orang atau 60% dari jumlah sampel yang digunakan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan menurut Naja & Aulia (2021) menyatakan bahwa ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam hal berwisata, dimana perempuan lebih menyukai jalan-jalan karena ingin melihat pemandangan yang indah dan mengabadikan momen, dibandingkan dengan laki-laki.

1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil penelitian karakteristik konsumen yang dilihat berdasarkan usia ini menunjukkan bahwa konsumen terdiri atas 20 hingga 60 tahun dengan proporsi seperti tampak pada diagram di bawah ini.



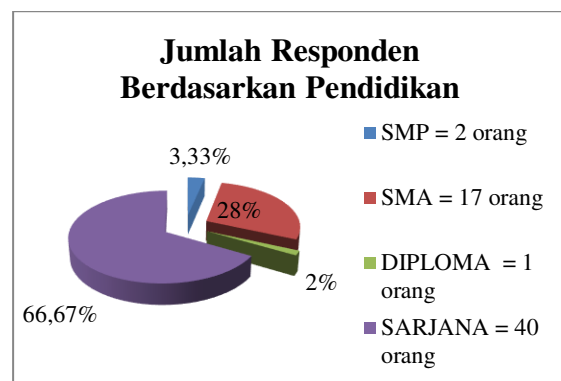
Gambar 2: Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan diagram 2 diketahui bahwa yang membeli stroberi di Lumbung

Stroberi yang berusia 20-30 tahun merupakan mayoritas, yaitu sebanyak 36 orang. Usia 31-40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 17 orang, usia 41-50 tahun sebanyak 4 orang dan yang terendah di usia lebih 60 tahun sebanyak 1 orang. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Octaviani et al (2014) menyatakan bahwa konsumen produk buah-buahan didominasi oleh perempuan dengan usia 21 tahun.

1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Hasil penelitian karakteristik konsumen yang dilihat berdasarkan pendidikan ini menunjukkan bahwa konsumen terdiri atas SMP, SMA, DIPLOMA, dan SARJANA dengan proporsi seperti pada diagram di bawah ini.



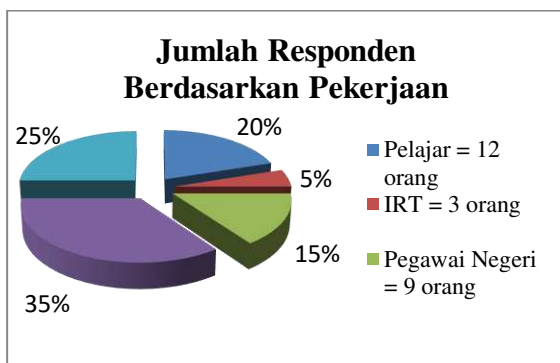
Gambar 3: Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan diagram 3 diketahui bahwa pembelian buah stroberi berdasarkan pendidikan yang paling banyak ditingkat Sarjana dengan jumlah

responden sebanyak 40 orang atau 66,67%, dan yang paling rendah sebanyak 1 orang atau 2% ditingkat DIPLOMA. Menurut Isen et al (2016) menyatakan bahwa tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap perilaku serta selera konsumen dalam mengambil keputusan melakukan pembelian suatu produk. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin tinggi informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang tersebut dalam hal mempertimbangkan segala sesuatu yang menjadi keputusannya.

1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penelitian karakteristik konsumen yang dilihat berdasarkan pekerjaan ini menunjukkan bahwa konsumen terdiri atas Pelajar, IRT, Pegawai Negeri, Pegawai Swasta, dan Wiraswasta dengan proporsi seperti pada diagram di bawah ini.



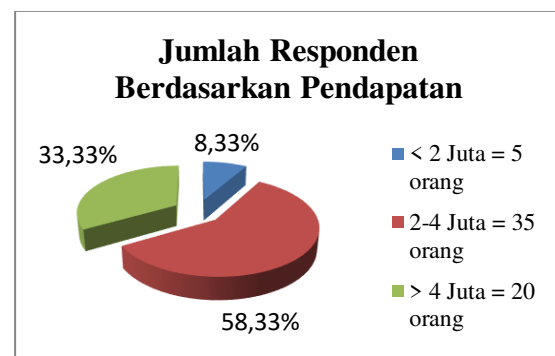
Gambar 4: Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan digram 4 diketahui

bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak yaitu Pegawai Swasta dengan jumlah 21 orang dengan persentasi 35%, dan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan paling rendah yaitu IRT sebanyak 3 orang atau 5%. Menurut Mulyasari et al (2020) menyatakan bahwa pembeli buah terbanyak diantara ibu rumah tangga, wiraswasta, PNS, mahasiswa dan pegawai swasta yaitu pegawai swasta.

1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Hasil penelitian karakteristik konsumen yang dilihat berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa pendapatan konsumen terdiri dari < 2 juta, 2-4 juta, dan > 4 juta, dengan proporsi seperti pada diagram di bawah ini.



Gambar 5: Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan diagram 5 diketahui bahwa pendapatan setiap bulan yang diterima oleh responden. Responden dengan pendapatan yang paling tinggi Rp

2.000.000 – Rp 4.000.000 sebanyak 35 orang, sehingga persentasinya sebesar 58,33%, dan karakteristik responden berdasarkan pendapatan yang terendah yaitu kurang dari Rp 2.000.000 sebanyak 5 orang, sehingga persentasinya sebesar 8,33%. Menurut Rochaeni et al (2013) menyatakan bahwa adanya kesenjangan tingkat penghasilan menunjukkan variasi yang sangat tinggi di antara penduduk perkotaan, akibat perbedaan jenis profesi.

2. Preferensi Konsumen Stroberi

2.1. Kombinasi Level Atribut Buah Stroberi Berdasarkan Preferensi Konsumen

Penelitian ini memperoleh preferensi konsumen terhadap buah stroberi dengan menggunakan enam atribut dan tujuh belas subatribut yaitu atribut warna kulit buah dengan subatribut (hijau kemerah-merahan, merah cerah, dan merah gelap), atribut ukuran buah dengan subatribut (besar 28-32 mm, sedang 23-27, dan kecil 18-22 mm), atribut rasa dengan subatribut (manis segar, asam manis, asam/kecut), atribut bentuk buah dengan subatribut (oval dan kerucut), atribut daya tahan dengan subatribut (> 2 hari, 2 hari, < 2 hari), atribut harga dengan subatribut (> Rp. 60.000/kg, Rp. 60.000, < Rp. 60.000). Preferensi konsumen terhadap buah

stroberi dianalisis dengan menggunakan alat analisis konjoin untuk mengetahui tingkat kepentingan relatif dan nilai kegunaan dari atribut buah stroberi. Hasil analisis konjoin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai Utility Pada Buah Stroberi Berdasarkan Hasil Conjoint

Atribut	Utilities	
	Level	Utility Estimate
Warna kulit buah	Hijau kemerah-merahan	0,016
	Merah Cerah	0,020
	Merah Gelap	-0,031
Ukuran Buah	Besar	0,307
	Sedang	0,066
	Kecil	-0,373
Rasa Buah	Manis	0,388
	Asam Manis	0,271
	Asam/Kecut	-0,659
Bentuk Buah	Kerucut	0,015
	Oval	-0,015
Daya Tahan	> 2 Hari	0,191
	2 Hari	-0,023
	< 2 Hari	-0,168
Harga Buah	> Rp. 60.000/kg	-0,556
	Rp. 60.000/kg	0,102
	< Rp. 60.000/kg	0,455

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 buah stroberi yang menjadi preferensi konsumen ditinjau dari masing-masing level atribut sebagai berikut :

1. Warna Kulit

Warna stroberi yang disukai konsumen adalah merah cerah. Warna

merah cerahnya sendiri langsung menarik perhatian para responden yang ingin memetik atau langsung membeli buah stroberi. Responden lebih menyukai warna merah cerah dibandingkan dengan warna lainnya, dikarenakan warna merah cerah merupakan warna buah yang sudah matang. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 1, dimana atribut warna kulit, atribut level warna merah cerah memiliki nilai utilitas tertinggi diantara level lainnya sebesar 0,020. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu menurut Falah et al (2018) menyatakan bahwa stroberi yang sudah siap dipanen atau dipetik dapat dilihat berdasarkan karakteristik kematangan berdasarkan warna merah cerah yang dominan. Menurut Hidayat et al (2017) menyatakan hal yang berbeda bahwa stroberi pada tingkat kematangan (black-red) memiliki nilai desimal yang lebih tinggi artinya tingkat kematangan merah gelap lebih optimal dibandingkan stroberi pada light-red dan fresh-red.

2. Ukuran Buah

Ukuran buah stroberi beraneka ragam mulai dari ukuran besar, sedang dan kecil. Ukuran besar buah stroberi rata-rata memiliki diameter sebesar 28-32 mm, untuk ukuran sedang buah stroberi rata-rata memiliki diameter sebesar 23-27 mm, dan ukuran kecil buah stroberi rata-rata

memiliki diameter dari 18-22 mm. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 1, dimana pada atribut ukuran buah, ukuran buah yang paling disukai oleh konsumen yaitu ukuran buah yang besar (28-32 mm) dengan nilai kegunaan (*utility values*) sebesar 0,307. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Masi et al (2015) bahwa buah stroberi memiliki ukuran 27,79 mm dan masih bisa meningkat dengan makin tingginya dosis konsentrasi *bio-slurry cair* maka makin baik pengaruh terhadap diameter buah. Menurut Bunda (2016) mengemukakan bahwa buah kualitas baik di *grading* berdasarkan ukuran buah, buah stroberi yang cacat atau ukurannya yang kecil tidak sesuai kedalam kelas *grading* sehingga memiliki nilai jual yang lebih rendah apabila dalam bentuk buah segar.

3. Rasa Buah

Rasa buah stroberi sangat khas dengan rasa yang segar, buah stroberi sendiri memiliki beberapa rasa mulai dari rasa asam, asam manis dan manis. Hasil penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1, dimana pada atribut rasa buah, rasa buah yang paling disukai oleh konsumen adalah rasa buah yang manis dengan nilai kegunaan (*utility values*) sebesar 0,388. Sesuai dengan penelitian terdahulu menurut Utari et al (2018) menyatakan

bahwa buah stroberi memiliki rasa yang manis segar dengan warna merah yang mencolok, sehingga menjadi daya tarik untuk konsumen. Menurut Priyambodo et al (2019) yang menyatakan bahwa buah yang memiliki rasa manis jauh lebih disukai daripada buah dengan rasa asam. Menurut Dwiastari et al (2019) menyatakan bahwa rasa buah merupakan indikator pertama yang dapat mengungkapkan kualitas citarasa buah. Bagi sebagian besar masyarakat, rasa merupakan atribut yang paling penting dan mempengaruhi mereka dalam mengkonsumsi produk pangan dibandingkan dengan atribut lainnya.

4. Bentuk Buah

Bentuk buah stroberi yang ada di Lumbung Stroberi, rata-rata bentuk buahnya adalah bentuk oval dan kerucut. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 1, dimana atribut bentuk buah, level atribut yang paling disukai oleh konsumen yaitu bentuk yang kerucut dengan nilai kegunaan (*utility values*) sebesar 0,015. Responden lebih menyukai buah stroberi dengan bentuk yang kerucut dikarenakan responden lebih sering melihat bentuk buah stroberi yang kerucut, buah yang berbentuk kerucut adalah buah yang unik dan hanya buah stroberi yang memiliki bentuk seperti itu. Menurut Isworowati (2011) menyatakan bahwa buah stroberi memiliki ciri-ciri

bentuk kerucut hingga oval.

5. Daya Tahan

Daya tahan buah stroberi kurang atau lebih dari 2 hari tergantung dengan penyimpanan dari konsumen, jika penyimpanan diruang terbuka maka daya tahan buah stroberi lebih mudah busuk/rusak, sedangkan jika disimpan ditempat pendingin maka daya tahan buah stroberi bisa lebih dari 2 hari. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 1, dimana atribut daya tahan buah stroberi, level atributnya yang paling disukai oleh konsumen yaitu dengan daya tahan lebih dari 2 hari dengan nilai kegunaan (*utility values*) sebesar 0,191. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu menurut Utari et al (2018) menyatakan bahwa pemetikan buah stroberi dilakukan 14 hari setelah berbunga sehingga memiliki daya simpan lebih dari 2 hari, jika buah dipetik lebih dari itu, maka akan mengakibatkan buah tersebut cepat mengerut atau busuk. Menurut Bunda (2016) menyatakan bahwa buah stroberi termasuk buah yang sensitif dan cepat rusak, hanya mampu bertahan empat hari jika dilakukan penyimpanan dilemari pendingin 0-1°C.

6. Harga Buah

Harga buah stroberi di Lumbung Stroberi saat ini adalah Rp. 60.000 per kg. Harga buah stroberi bagi sebagian

kalangan dari responden menyatakan bahwa harga buah tersebut termasuk mahal, ada juga yang menyatakan untuk harga buah Rp. 60.000 per kg sudah sesuai dikarenakan dapat melakukan pemetikan serta pemilihan buah sendiri dan dapat menggunakan fasilitas yang ada di Lumbung Stroberi. Pada tabel 1, dapat dilihat bahwa level atribut harga yang paling disukai atau yang paling diinginkan yaitu buah stroberi dengan harga kurang dari Rp. 60.000 per kg dengan nilai kegunaan (*utility values*) sebesar 0,455. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu menurut Rahayu, (2018) menyatakan bahwa responden atau konsumen akan cenderung memilih produk yang disajikan dengan harga yang murah atau terjangkau, meski ada pula konsumen yang lebih menyukai produk dengan harga yang tinggi.

2.2. Urutan Tingkat Kepentingan Atribut Buah Stroberi Berdasarkan Preferensi Konsumen

Tabel 2. Nilai Kepentingan Atribut Buah Stroberi

	Importance Values
Rasa Buah	29,75
Harga Buah	24,55
Ukuran Buah	16,73
Daya Tahan	13,29
Warna Kulit Buah	9,88
Bentuk Buah	5,77

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa nilai tingkat kepentingan atribut (*Importance Values*) yang menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian buah stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo yaitu rasa buah, harga buah, ukuran buah, daya tahan buah, warna kulit buah dan bentuk buah.

Berdasarkan hasil analisis *conjoint* berupa tingkat kepentingan atribut (*Importance Values*) atribut rasa buah menempati peringkat pertama dengan nilai *importance values* sebesar 29,75. Rasa merupakan sensasi yang didapatkan oleh indera pengecap ketika mengonsumsi produk, sehingga konsumen dapat langsung memberikan penilaian terhadap produk tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan menurut Priyambodo et al (2019) yang menyatakan bahwa buah yang memiliki rasa manis jauh lebih disukai konsumen daripada buah dengan rasa asam. Menurut Salsabila et al (2019) menyatakan bahwa atribut rasa merupakan atribut yang menjadi pertimbangan dalam pembelian buah dengan nilai skor tertinggi yaitu sebesar 29,75 dengan nilai kategori tinggi dan berada pada urutan pertama. Atribut harga buah merupakan atribut kedua yang menjadi pertimbangan responden dengan nilai kepentingan

sebesar 24,55. Hal ini menggambarkan bahwa harga buah stroberi yang dikonsumsi oleh konsumen sangat penting untuk dipertimbangkan. Menurut (Agnesia, 2019) Harga merupakan nilai yang harus diberikan oleh konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa yang ingin digunakan, selain itu harga menjadi salah satu atribut penting yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi produk. Menurut Rahayu (2018) menyatakan bahwa responden atau konsumen akan cenderung memilih produk yang disajikan dengan harga yang murah atau terjangkau, meski ada pula konsumen yang lebih menyukai produk dengan harga yang tinggi.

Atribut ukuran buah merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan responden dengan nilai kepentingan sebesar 16,73. Ukuran buah sangat penting bagi konsumen dalam memilih buah stroberi karena ukuran buah adalah salah satu untuk melihat apakah buah stroberi itu berkualitas baik atau tidak. Menurut Abda'u et al (2021) menyatakan bahwa ukuran buah dapat menentukan jumlah buah yang diperoleh. Menurut Bunda (2016) mengemukakan bahwa buah kualitas baik di *grading* berdasarkan ukuran buah, buah stroberi yang cacat atau ukurannya yang kecil tidak sesuai kedalam

kelas *grading* sehingga memiliki nilai jual yang lebih rendah apabila dalam bentuk buah segar. Menurut (Otang & Noni, 2021) Konsumen lebih menyukai buah yang berukuran sedang karena tidak terlalu banyak, juga tidak terlalu sedikit. Selain itu juga karena buah yang berukuran sedang lebih merata apabila dibagikan kepada seluruh anggota keluarga.

Atribut daya tahan buah stroberi merupakan atribut keempat yang dipertimbangkan responden dengan nilai kepentingan sebesar 13,29. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa atribut daya tahan buah penting bagi konsumen dalam masa simpannya. Konsumen menginginkan buah stroberi dengan daya simpan yang lebih lama, namun karena buah stroberi banyak mengandung air sehingga buah stroberi cepat busuk, oleh karena itu daya tahan atau daya simpan buah stroberi tidak lebih dari 1 minggu.

Menurut Utari et al (2018) menyatakan bahwa pemetikan buah stroberi dilakukan 14 hari setelah berbunga sehingga memiliki daya simpan lebih dari 2 hari, jika buah dipetik lebih dari itu, maka akan mengakibatkan buah tersebut cepat mengerut atau busuk.

Atribut warna kulit buah stroberi merupakan atribut kelima yang dipertimbangkan oleh responden dengan

nilai kepentingan sebesar 9,88. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa warna kulit buah penting bagi konsumen karena dari warna buah stroberi dapat dilihat bahwa buah stroberi tersebut masih segar atau tidak. Utari et al (2018) menyatakan bahwa buah stroberi memiliki warna merah yang mencolok, sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli buah stroberi tersebut.

Bentuk buah stroberi merupakan atribut terakhir yang dipertimbangkan oleh responden dengan nilai kepentingan sebesar 5,77. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak begitu mementingkan bentuk dari buah stroberi, walaupun bentuk buah stroberi seperti kerucut maupun oval konsumen tidak mementingkan hal tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Alham & Saragih (2021) bahwa konsumen tidak terlalu mementingkan bentuk ketika membeli buah

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Buah stroberi yang menjadi preferensi konsumen di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo berdasarkan nilai kegunaan (*utility*) yakni : buah stroberi

yang memiliki warna kulit merah cerah, dengan ukuran buah yang besar (28-32 mm), rasa yang manis, dengan bentuk buah yang kerucut, memiliki daya tahan lebih dari 2 hari dan harga yang terjangkau atau kurang dari Rp. 60.000.

2. Urutan tingkat kepentingan (*Importance Values*) yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian buah stroberi di Lumbung Stroberi Desa Pandanrejo yaitu yang pertama pada atribut rasa buah stroberi (29,75), kemudian harga buah stroberi (24,55), ukuran buah (16,73), daya tahan buah (13,29), warna kulit buah (9,88) dan pertimbangan konsumen yang paling terakhir dalam membeli buah stroberi adalah bentuk buah (5,77).

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Kepada Produsen

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Lumbung Stroberi diharapkan kepada produsen untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas rasa buah stroberi yang dihasilkan, karena atribut rasa buah yang menjadi pertimbangan paling utama konsumen dalam membeli buah stroberi.

2. Kepada Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan

penelitian ini dilanjutkan dengan cakupan wilayah yang lebih luas serta dapat menggunakan atribut lain sebagai suatu pengembangan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, R. T., Arifin, B., & Ibnu, M. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(2), 301. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5103>
- Aditiyas, W., Rahadi, At. S., & Bambang, J. (2014). Analisis Spasial Untuk Evaluasi Kesesuaian Lahan Tanaman Apel Di Kota Batu-Jawa Timur. *Jurnal Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 13(2), 1–7.
- Agnesia, N. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel (Studi Kasus Kota Malang dan Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 1(1), 22–32.
- Alham, F., & Saragih, F. H. (2021). Analisis Preferensi Konsumen Buah Pisang Sebagai Komoditi Unggulan Di Kota Langsa. *Jurnal Agrica*, 14(1), 48–57. <https://doi.org/10.31289/agrica.v14i1.4259>
- Amilia, E., Joy, B., & Sunardi, S. (2016). Residu Pestisida pada Tanaman Hortikultura (Studi Kasus di Desa Cihanjuang Rahayu Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Agrikultura*, 27(1), 23–29.
- Bunda, C. (2016). Strategi Pengembangan Agroindustri Stroberi. *Mimbar Agribisnis*, 1(2), 95–106. <https://doi.org/10.25157/ma.v1i2.50>
- Dwiastari, K. Y., Susrusa, K. B., & Artini, W. P. (2019). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Jeruk Impor dan Buah Jeruk Lokal di Kota Denpasar , Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 8(3), 391–400.
- Falah, M. A. F., Yuliasuti, P., Hanifah, R., Saroyo, P., & Jumeri, J. (2018). Kualitas Buah Stroberi (*Fragaria sp cv Holibert*) Segar dan Penyimpanannya dalam Lingkungan Tropis dari Kebun Ketep Magelang Jawa Tengah. *Jurnal Agro Industri*, 8(1), 1–10.
- Hidayat, D., Wibawa, B. M., Setianto, S., Syafei, N. S., & Suanda, A. C. (2017). Sistem Sensor Estimasi Tingkat Kematangan Buah Stroberi Berdasarkan Kecerahan Warna Merah. *Jurnal Teknologi Rekayasa*, 2(2), 83–90. <https://doi.org/10.31544/jtera.v2.i2.2017.83-90>
- Isen, Lamusa, A., & Effendy. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk (Sunkis) Impor Kota Palu. *J. Agrotekbis*, 4(4), 479–484.
- Isworowati, P. (2011). Aplikasi Fishbone Analisis dalam Meningkatkan Kuantitas Buah Strawberry pada Kelompok Tani Sun-Sun Strawberry Desa Kalisoro Kabupaten Karanganyar [Universitas Sebelas Maret].
- Masi, R., Eny Dunga, N., Wahyuni Brahmi Yanti, C. (2015). Peningkatan Kualitas Produksi Stroberi Melalui Pemanfaatan Bio-Slurry Cair. *J. Agrotan*, 1(1), 45–56.
- Mulyasari, V. K., Prasetyo, E. P., & Sumarjono, D. S. (2020). Analisis Preferensi Konsumen terhadap

- Pembelian Durian Lokal di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 87–96. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.01.9>
- Naja, C. R. A., & Aulia, F. (2021). Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perjalanan Wisatawan Menuju Lokasi Objek Wisata Pantai: Dalam Perspektif Gender (Studi Kasus: KSPK Pantai Lhoknga. *Jurnal Raut*, 10(2), 31–39.
- Octaviani, M. F., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung. *Jiia*, 2(2), 133–141.
- Oktarina, D. O., Armaini, & Ardian. (2017). Pertumbuhan Dan Produksi Stroberi (*Fragaria Sp*) Dengan Pemberian Berbagai Konsentrasi Pupuk Organik Cair (POC) Secara Hidroponik Substrat. *Jom Faperta*, 4(1), 1–12.
- Orme, B. K. (2010). Sample Size Issues for Conjoint Analysis. *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research*, 57–66. <https://www.sawtoothsoftware.com/download/techpap/samplesz.pdf>
- Otang, M., & Noni, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Semangka (*Citrullus Vugaris*) di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 391–402. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4736475>
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 19(1), 85–103.
- Rahayu, D. W. S. (2018). Analisis Faktor Pendorong Perilaku Pembeli Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian. *Journal agri*, 11, 49–57.
- Ramadhani, F., Barokah, U., & Sutrisno, J. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Teh Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.838>
- Salsabila, Luthfi, & Septiana, N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Impor Apel Fuji Dan Pir Di Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 3(4), 217–223.
- Su'udi, D. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Buah Belimbing di Kota Bojonegoro. *Jurnal Unigoro*, 1(2), 1–7.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utari, R. R. D., Soediby, D. W., & Purbasari, D. (2018). Kajian Sifat Fisik Dan Kimia Buah Stroberi Berdasarkan Masa Simpan Dengan Pengolahan Citra. *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 138–148. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v12i02.9279>