

**BASELANG**

Jurnal Ilmu Pertanian, Peternakan, Perikanan dan Lingkungan  
e-journal.faperta.universitasmuarabungo.ac.id

**Preferensi Konsumen dan Faktor Yang Menentukan Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Nanas Madu (*ananas comosus L.merr*) (Studi Kasus Kios Buah Sarlini Sahril di Kelurahan Bukit Merdeka Kecamatan Samboja Barat, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur)**

*Consumer Preferences and Factors Determining Decision Making to Purchase Honey Pineapple Fruit (Ananas comosus L.merr) (Case Study of the Sarlini Sahril Fruit Kiosk in Bukit Merdeka Village, West Samboja District, Kutai Kartanegara Regency, East Kalimantan Province)*

**Firda Juita<sup>1\*</sup>, Hema Tasya Oktapiana<sup>2</sup>, Siti Balkis<sup>3</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman

**Article Info**

**Keywords :** Income, Spice, Production

Email:

firdajuita1280@gmail.com,  
hematasyaoktapiana@gmail.com  
st.balkis1212@gmail.com

Program Studi Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Universitas  
Mulawarman Komplek  
Kampus Gn. Kelua Jl. Paser  
Balengkong. Samarinda 5123  
Kalimantan Timur, Indonesia

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen buah nanas madu, menganalisis atribut preferensi konsumen terhadap buah nanas madu dan mengidentifikasi faktor-faktor yang Menentukan pengambilan keputusan pembelian buah nanas madu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2023 di Kios buah nanas Madu yang terletak di Kelurahan Bukit Merdeka.

Pengambilan sample pada penelitian ini dilakukan secara (*accidental sampling*). Jumlah responden sebanyak 32 orang. Metode analisis data menggunakan metode kualitatif. Analisis tahapan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian buah nanas madu.

Karakteristik konsumen buah nanas madu adalah jenis kelamin laki-laki 68,75%, rentang umur 25-45 tahun sebesar 40,62%, tingkat pendidikan SMA sebesar 46,88%, jumlah pendapatan <Rp3.000.000 sebesar 56,25% dan jenis pekerjaan adalah wirausaha sebesar 31,25%. Atribut preferensi diataranya warna daging buah kuning terang dengan 87,50% warna kulit buah hijau kekuningan sebesar 59,38% ukuran buah yang paling diminati adalah buah yang berukuran sedang (10-13cm) dengan persentase sebesar 68,76%. Jenis packing buah yaitu kulit tidak dikupas sebesar 84,38% aroma yang dimiliki buah adalah aroma harum manis 62,50%. Pengambilan keputusan pembelian adalah karena rasa manis 40,63% motivasi membeli nanas madu untuk dijadikan sebagai oleh-oleh 34,38%. mencari informasi sendiri dalam persentase sebesar 53,12%. Pada tahap evaluasi alternatif 81,25% konsumen membeli buah nanas madu karena kualitas, 71,88% konsumen membeli buah nanas madu karena kebiasaan yang telah dilakukan. Sebanyak 78,12% Pembelian terencana ada sebesar 84,38 % keadaan buah segar atau baru Evaluasi pasca

pembelian konsumen 100% puas dan jika harga naik sebesar 71,88% konsumen tetap membeli, dan jika buah tidak tersedia di kios 84,38% pembeli akan mencari buah nanas madu di tempat lain.

Hasil dari penelitian ini digunakan oleh penjual untuk memperbaiki strategi pemasaran dan meningkatkan pemahaman terkait tentang preferensi konsumen serta faktor yang dapat Menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, Keputusan pembelian, Buah nanas mad

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the characteristics of honey pineapple consumers, analyze consumer preference attributes for nanas madu and identify factors that influence decision making to purchase honey pineapple. This research was carried out in March-May 2023 at the Madu pineapple fruit kiosk located on the Bukit Merdeka sub-district.*

*Sampling in this research was carried out by chance (accidental sampling), The number of respondents was 32 people. The data analysis method uses qualitative methods. Analysis of the stages of the consumer purchasing decision making process in purchasing honey pineapple.*

*The characteristics of honey pineapple consumers at the honey pineapple kiosk at the research location are 68.75% male, 40.62% age range 25-45 years with 46.88% high school education level, total income < IDR 3,000,000 is 56.25% and the type of work is self-employment at 31.25%. Preference attributes include bright yellow flesh color with 87.50% yellowish green skin color at 59.38%. The most popular fruit size is medium sized fruit (10-13cm) with a percentage of 68.76%. The type of fruit packing is that the skin is not peeled, 84.38% of the fruit has a sweet fragrant aroma, 62.50%. The purchasing decision was made because of the sweet taste. 40.63% of the motivation was to buy honey pineapple to make it as a souvenir. 34.38%. looking for information on their own in a percentage of 53.12%. At the alternative evaluation stage, 81.25% of consumers bought honey pineapple because of the quality, 71.88% of consumers bought honey pineapple because of their habit. As many as 78.12% of the planned purchases were 84.38% of the fruit was fresh or new Post-purchase evaluation of consumers was 100% satisfied and if the price rose by 71.88% of consumers continued to buy, and if the fruit was not available at the kiosk 84.38% of buyers will look for honey pineapple elsewhere.*

*The results of this research are used by sellers to improve marketing strategies and increase related understanding of consumer preferences and factors that can influence purchasing decisions.*

*Keywords: Consumer preferences, purchasing decisions, NanasMadu*

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang berdasarkan letak astronomisnya terletak pada garis khatulistiwa, sehingga Negara Indonesia beriklim tropis dengan sumberdaya alam yang melimpah dan kaya akan keanekaragaman hayati flora maupun fauna.

Potensi buah-buahan di Indonesia sangat beragam, salah satunya adalah buah nanas. Buah nanas (*Ananas comosus* L Merr) secara umum dapat tumbuh dan berkembang dengan baik di iklim Indonesia. Tanaman nanas cocok tumbuh di berbagai daerah tropis di Indonesia sehingga dapat dibudidayakan secara massal. Buah nanas juga salah satu jenis buah unggulan yang memiliki nilai ekonomis dan potensi pasar yang tinggi. Buah nanas digemari oleh masyarakat karena rasanya yang asam, manis dan aromanya harum. Kandungan zat gizi pada buah nanas juga penting bagi kesehatan. Buah nanas mengandung vitamin C dan A yang diperlukan oleh tubuh manusia. Selain pemanfaatan bagi kesehatan, pengembangan budidaya buah nanas merupakan upaya peningkatan pendapatan petani, pengatasan kemiskinan dan peningkatan ekspor non migas.

Produksi buah nanas di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga mampu menyediakan bahan pangan yang aman dan penghidupan secara berkelanjutan. Produksi tertinggi buah nanas di Indonesia terjadi pada tahun 2018 sebesar 2.003.037/ton, sedangkan tahun 2015 sebesar 1.729.063/ton yang disebabkan karena luas lahan tanaman.

Adanya kenaikan tingkat konsumsi buah mengindikasikan bahwa masyarakat mulai gemar untuk mengkonsumsi buah-buahan lokal khususnya nanas. Perbedaan jumlah konsumsi buah nanas dibandingkan buah dengan lokal lain salah satunya dapat disebabkan karena adanya preferensi konsumen yang berbeda-beda dimana masih adanya anggapan masyarakat mengenai rasa buah nanas lokal yang masam dan terkadang gatal. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu

penelitian mengenai preferensi konsumen buah nanas madu agar nanas madu yang dihasilkan dapat memenuhi keinginan konsumen

Preferensi konsumen menggambarkan kesukaan konsumen dari pilihan-pilihan produk. Faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap preferensi konsumen adalah karakteristik individu konsumen dan karakteristik produk sebagai atribut preferensi. Adanya preferensi konsumen terhadap suatu produk terutama buah nanas madu dapat memberikan informasi kepada produsen dan pemasar buah nanas madu yaitu berupa informasi yang didapat meliputi selera konsumen dalam membeli buah nanas madu.

Produksi nanas di Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2021 yaitu 55 171,00 ton. Kabupaten Kutai Kartanegara menyumbang 20.399 ton dan 18.989 ton produksi nanas dihasilkan oleh Kecamatan Semboja. Dengan tingkat produksi nanas yang sangat tinggi menyebabkan perlu adanya pihak yang dapat menyalurkan nanas madu dari tingkat petani hingga sampai ke tangan konsumen dalam hal ini adalah pedagang nanas madu lokal.

Pedagang nanas madu di Kelurahan Bukit Merdeka merupakan pedagang yang membeli nanas madu dari petani lokal kemudian menjualnya kembali kepada konsumen di kios-kios nanas madu pada jalan poros Samarinda-Balikpapan. Terhitung pedagang yang memiliki kios dalam lokasi penelitian ini sebanyak 25 pedagang nanas madu. Pedagang membeli nanas langsung dari petani dengan harga Rp3.000/buah yang kemudian dijual satuan dengan harga Rp5.000/buah dengan grade b karena buah nanas madu dengan grade a dijual oleh petani kepada pedagang yang akan menjual kembali nanas madu keluar dari Kelurahan Bukit Merdeka, pedagang rata-rata membeli sebanyak 500-700 buah nanas madu perbulannya sebagai barang dagangan dengan tingkat resiko tidak terjual adalah nol, dikarenakan buah dengan tingkat kematangan tinggi akan langsung di bawa kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) lokal untuk bahan baku olahan nanas yang membuat waktu

Baselang, Vol. 4. No. 1

simpan pada buah nanas madu yang dijual menjadi cukup Panjang (Pandu, 2022).

Banyak hal yang masih belum diketahui oleh pedagang lokal tentang berbagai hal yang dapat meningkatkan penjualan dan berbagai faktor yang dapat Memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Dengan mengetahui preferensi konsumen sebagai acuan selera dan faktor yang Memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, maka peluang usaha penjualan nanas madu lokal dapat semakin besar dan berkembang sehingga kerugian yang disebabkan oleh tidak lakunya produk dapat dicegah oleh penjual nanas madu setempat. Adapun tujuan penelitian yaitu mengidentifikasi karakteristik konsumen kios buah nanas madu Kelurahan Bukit Merdeka, menganalisis atribut preferensi konsumen terhadap buah nanas madu dan mengidentifikasi faktor-faktor yang Menentukan keputusan pembelian buah nanas madu.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari hingga April terhitung sejak awal pembuatan skripsi hingga skripsi rampung terselesaikan. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive random sampling*) di Kios Penjualan nanas madu jalan poros Samarinda-Balikpapan. Penentuan lokasi penelitian ini dikarenakan lokasi tersebut merupakan sentra penjualan nanas madu di Jalan Poros Samarinda-Balikpapan.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara secara langsung berdasarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data tahapan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen, sedangkan data sekunder diperoleh dari pihak lain atau dari studi-studi sebelumnya. Untuk data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), bahan pustaka lain seperti internet, hasil-hasil penelitian terdahulu serta berbagai literatur. Analisis tahapan proses pengambilan keputusan

pembelian konsumen digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen. Tahapan dalam proses pengambilan sampel meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Data diperoleh dari daftar pernyataan yang diajukan melalui kuisiner dan disajikan dalam bentuk tabulasi dengan menggunakan analisis deskriptif

### Metode Pengambilan Sampel

Responden penelitian ini ditentukan secara kebetulan (*accidental sampling*) yaitu konsumen yang membeli buah nanas madu pada kios yang terpilih. Adapun Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa dari 25 kios yang terdapat pada lokasi penelitian, pada survei lokasi penelitian terdapat >15 toko yang masih aktif berjualan dari >15 toko tersebut dipilih 1 kios yang dimana kios tersebut sesuai dengan pertimbangan yang telah di tentukan oleh peneliti. Yaitu merupakan kios dengan lama waktu berdagang  $\pm 14$  jam/hari, pengalaman waktu berdagang 3-10 tahun dan bersedia dijadikan lokasi penelitian. Apabila konsumen datang ke lokasi penelitian bersama dengan keluarga, maka pertanyaan kuisiner hanya ditujukan kepada salah satu anggota keluarga yang lebih dewasa dan bersedia untuk diwawancarai. Hal ini dilakukan agar menghindari kesamaan jawaban dari konsumen. Responden yang akan diperoleh pada penelitian ini adalah 32 orang responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Penelitian dilaksanakan pada kios terpilih yang menyediakan berbagai ukuran buah nanas (besar, sedang dan kecil) dan telah membuka lapak usahanya selama 3-10 tahun dan buka selama  $\pm 14$  jam. Pembeli sebagai responden merupakan pembeli yang bersedia untuk diwawancarai atau mengisi kuisiner yang dinilai dapat memberikan jawaban secara objektif.
2. Responden yang datang membeli pada pada jam operasional penjualan atau pada saat penjual membuka lapaknya yaitu

Baselang, Vol. 4. No. 1

sekitar pukul 07.30 hingga pukul 22.00 wita. Pelaksanaan penelitian dilakukan 4 kali dalam sebulan 2 kali dilakukan pada hari kerri kerja, dan 2 kali pada akhir pekan.

3. Responden yang datang berkunjung di lokasi penelitian pada saat penelitian berlangsung.

### Analisis Data

Penelitian ini membutuhkan pendekatan metode kualitatif. Data yang terhimpun diolah dan dianalisis secara deskriptif dan kualitatif.

1. Identifikasi Karakteristik Konsumen

Identifikasi karakteristik konsumen dilakukan dengan analisis deskriptif. Data yang diperoleh berasal dari hasil survei langsung yaitu wawancara pada responden. Data tersebut kemudian dirangkum dengan teratur dalam bentuk tabel. Karakteristik responden terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan rumah tangga.

2. Pengukuran Preferensi Konsumen

Pengukuran preferensi konsumen terhadap buah nanas madu menggunakan analisis data kualitatif. Pada saat penyajian data ditabulasi berdasarkan pilihan responden agar memudahkan peneliti untuk kemudian dianalisis. Tahap pengolahan data meliputi *editing*, tabulasi dan analisis. Setelah tahapan editing dan tabulasi selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah analisis. Tahap analisis data dilakukan dengan menggunakan metode persentase pilihan terbanyak dari responden. Dalam penelitian ini atribut preferensi sendiri terdiri dari atribut warna buah, warna kulit, ukuran buah, packing dan aroma. Dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Pengukuran Preferensi Konsumen

No	Atribut	Atribut Preferensi
1	Warna Buah	Dominan Warna Kuning terang Dominan Warna Kuning Gelap
2	Warna Kulit	Hijau Hijau kekuningan Kuning
3	Ukuran	Besar (diameter >13 cm) Sedang (diameter 10 – 13 cm) Kecil (diameter ≤ 9 cm)
4	Packing	Dikupas Tidak Dikupas
5	Aroma	Aroma harum manis Aroma harum cenderung asam Tidak beraroma

Sumber: Data Primer diolah (2023)

3. Analisis tahapan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan pembelian buah nanas madu. Tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam memilih komoditas meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Data diperoleh dari daftar pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner dan disajikan dalam bentuk tabulasi dengan menggunakan analisis deskriptif. Dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

**Tabel 2.** Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

No	Atribut	Atribut Preferensi
1	Pengenalan Masalah	Motivasi Mengonsumsi Motivasi Membeli
2	Pencarian Informasi	Diri sendiri Media Elektronik Teman/Keluarga
3	Evaluasi Alternatif	Infomasi Penting Pertimbangan Mmeilih
4	Keputusan Pembelian	Jenis Keputusan Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian
5	Evaluasi Pasca Pembelian	Tingkat Kepuasan Jika Harga Buah Naik Jika Buah Tidak Tersedia di Kios

Sumber: Data Primer diolah (2023)

## PEMBAHASAN

### Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen pembeli nanas madu berdasarkan jenis kelamin, responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang, sedangkan 10 orang berjenis kelamin perempuan. Dari penelitian yang telah dilakukan, lebih banyak laki-laki yang membeli buah nanas madu. Hal tersebut sangat berkaitan dengan lokasi penelitian yang terletak pada jalan poros, dimana lokasi tersebut cukup ramai dilintasi oleh kendaraan-kendaraan antar kota yang memiliki tingkat kecepatan cenderung lebih laju, sehingga laki-laki umumnya lebih berani untuk mengunjungi lokasi kios buah nanas madu.

Usia responden didominasi kelompok usia 25-45 tahun atau sebesar 40,62%, dikarenakan pada kelompok usia tersebut termasuk dalam kategori produktif yang dapat

menilai suatu prooduk lebih baik ketimbang kelompok usia <25 dan >45. Pengelompokan umur responden ini diambil sesuai dengan kategori umur menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009 yang dalam penelitian dirangkum menjadi 3 golongan yaitu <25 tahun adalah akhir dari usia remaja, 25-45 tahun adalah fase dewasa, dan >45 tahun sudah memasuki fase lansia.

Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan terakhir menunjukkan bahwa konsumen dengan pendidikan setara SMA adalah yang paling banyak membeli yaitu sebesar 46,88%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan terakhir konsumen maka akan semakin luas pengetahuan yang dimiliki konsumen secara teori mengenai manfaat buah nanas. Konsumen yang memiliki pengetahuan luas akan lebih memperhatikan kualitas buah nanas madu yang baik, konsumen akan lebih teliti memilih nanas madu, sehingga sangat penting bagi produsen maupun pedagang untuk memperhatikan apa yang menjadi kesukaan konsumen dalam membeli nanas madu berkaitan dengan pengetahuan yang dimiliki konsumen.

Karakteristik berdasarkan penghasilan responden yang berperan sebagai konsumen pada penelitian ini yang terbesar adalah kategori <Rp3.000.000 yaitu sebesar 56,25%. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penghasilan seseorang berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian pada penelitian ini karena seseorang dengan penghasilan yang lebih tinggi akan cenderung membeli buah nanas di lokasi tertentu lainnya seperti, toko buah yang lebih modern, supermarket ataupun pasar yang dimana pada lokasi-lokasi tersebut buah nanas cenderung memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan yang di jual dipinggir jalan, karena penjual nanas madu yang berada di Jalan Poros Samarinda-Balikpapan dapat berperan sebagai tengkulak bagi lokasi yang telah disebutkan sehingga harganya cenderung lebih murah.

## Preferensi Konsumen Terhadap Buah Nanas Madu

Preferensi konsumen terhadap buah nanas madu merupakan pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap buah nanas madu berdasarkan atribut-atributnya, dalam penelitian ini yaitu, warna buah, warna kulit, ukuran buah, packing, dan aroma. Pilihan tersebut berbeda-beda sesuai dengan selera pada setiap konsumen.

Preferensi konsumen terhadap Buah Nanas Madu di Kios Nanas Madu Jalan Poros Samarinda Balikpapan, yaitu:

**Tabel 3.** Warna Buah

No	Warna Buah	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Kuning Terang	28	87,50
2	Kuning Gelap	4	12,50
Total		32	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada atribut warna buah yang paling disukai konsumen yaitu adalah buah dengan warna kuning terang dengan persentase sebesar 87,50%, berdasarkan pengamatan langsung di lapangan konsumen lebih tertarik kepada buah yang cenderung masih terlihat segar yaitu buah nanas yang daging buahnya memiliki warna kuning terang. Walaupun tetap ada konsumen yang memilih buah nanas dengan warna daging buah yang cenderung lebih gelap dengan alasan buah yang warnanya cenderung lebih gelap terkesan lebih manis daripada yang berwarna kuning terang. Hal ini berkaitan dengan pilihan konsumen pada warna kulit buah, karena buah nanas dengan warna daging buah yang cenderung lebih terang dimiliki oleh buah dengan warna kulit hijau, atau hijau kekuningan.

**Tabel 4.** Warna Kulit

No	Warna Kulit	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Hijau	6	18,75
2	Hijau Kekuningan	19	59,38
3	Kuning	7	21,87

Total	32	100
-------	----	-----

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Warna kulit buah nanas madu yang paling banyak adalah buah nanas madu dengan warna kulit hijau kekuningan dengan persentase sebesar 59,38%, karena berdasarkan pengamatan langsung di lapangan buah nanas dengan warna kulit seperti itu dianggap tingkat kematangan yang paling ideal dan sudah sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga banyak responden yang memilih buah dengan kategori kulit tersebut. Hal ini sesuai dengan artikel yang menyatakan bahwa kematangan ideal pada buah nanas adalah buah yang memiliki kulit berwarna hijau kekuningan [33].

**Tabel 5.** Ukuran Buah

No	Ukuran Buah	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Besar	5	15,62
2	Sedang	22	68,76
3	Kecil	5	15,62
Total		32	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Ukuran buah nanas madu yang paling diminati oleh konsumen adalah ukuran sedang yaitu dengan diameter sekitar 10 – 13 cm, berdasarkan hasil wawancara langsung yang telah dilakukan hal ini dikarenakan ukuran buah tersebut di anggap konsumen paling ideal yakni tidak terlalu besar ataupun sangat kecil. Alasan lainnya ialah buah dengan ukuran tersebut merupakan ukuran yang paling ideal dan mudah untuk digunakan dalam berbagai kondisi baik untuk konsumsi sehari, untuk dijual kembali, atau menjadi hiasan pada jenis makanan tertentu. Untuk buah ukuran kecil, biasa digunakan oleh petugas pengurus kebun binatang yang kemudian diberikan kepada hewan-hewan yang ada dilokasi kebun Binatang. Buah dengan ukuran besar biasa di beli untuk konsumsi sehari-hari bersama keluarga

### 1. Packing

Pada kategori kios buah nanas madu dilokasi penelitian terdapat menyediakan buah nanas yang terjual dengan kulit dan dapat juga di beli tanpa kulit atau dikupas kulitnya

Baselang, Vol. 4. No. 1

oleh penjual. Pilihan terbanyak responden dalam penelitian ini adalah memilih membeli buah nanas madu dengan kulit yang tidak dikupas yaitu sebanyak 84,38%. Hal ini tentu sangat berkaitan dengan lokasi kios yang berada jauh dari keramaian dan berada di jalan poros antara dua kota, sehingga pembeli lebih memilih kulit buah nanas yang dibeli tidak dikupas agar kesegaran pada buah nanas lebih terjaga hingga pembeli sampai di tujuan. Namun tetap ada pembeli yang memilih buah nanas yang dibeli langsung dikupas karena menganggap mengupas buah nanas cukup sulit untuk dilakukan sendiri.

**Tabel 6. Aroma**

No	Aroma	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Manis	20	62,50
2	Asam	3	9,38
3	Tidak ada aroma	9	28.12
Total		32	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Kategori aroma pada penelitian ini terbagi menjadi 3 yaitu aroma harum manis, harum cenderung asam, ataupun tidak beraroma. Hal ini berdasarkan preferensi dari masing-masing responden terkait selera terhadap aroma buah nanas yang dipilih untuk dibeli yang juga tidak terlepas dari budaya membeli buah di Indonesia sebelum membeli buah, yaitu dengan mencium aromanya terlebih dahulu.

## **Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian**

### **1. Pengenalan Masalah/Kebutuhan**

Proses pengambilan keputusan pembelian pada pada konsumen dalam memilih buah nanas madu diawali ketika konsumen mulai memiliki keinginan untuk mengenali adanya kebutuhan akan konsumsi buah nanas madu dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tersebut.

Pengenalan kebutuhan konsumen dalam pembelian buah nanas madu sangat beragam, berdasarkan hasil penelitian pada konsumen

yang mengonsumsi buah nanas madu. Sebagian besar atau sekitar 40,63% adalah konsumen yang menyukai buah nanas madu karena rasa manis yang terdapat pada buah nanas madu. Konsumen menganggap bahwa buah nanas madu memiliki rasa yang lebih manis dan cenderung lebih lezat dibandingkan dengan buah nanas jenis lain.

### **2. Pencarian Informasi**

Pada tahap ini konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai keunggulan atau kelemahan buah nanas madu, dan termasuk didalamnya lokasi penjualan juga. Berdasarkan hasil penelitian, sumber informasi dari buah nanas madu itu sendiri termasuk dengan lokasi penjualannya yang paling berpengaruh bagi konsumen buah nanas madu yaitu diri sendiri atau individu konsumen yang akan membeli yaitu sebesar 53,12%.

### **3. Evaluasi Alternatif**

Pada tahap ini konsumen membuat pertimbangan terbaik yang harus diambil dalam memenuhi kebutuhannya dengan cara memilih kriteria-kriteria tertentu yang tentunya relevan dengan keinginan dan kebutuhan untuk membuat keputusan pembelian pada buah nanas madu. Berdasarkan hasil penelitian informasi penting yang dicari oleh konsumen dalam pembelian buah nanas madu di kios buah nanas madu jalan poros Samarinda-Balikpapan sebagian besar adalah karena kualitas yang dimiliki buah nanas madu yang dijual di kios tersebut, yaitu sebesar 81,25%.

### **4. Keputusan pembelian**

Pada tahap ini konsumen mengambil keputusan mengenai buah nanas madu yang akan dibeli yang pada umumnya didasari dengan niat membeli terlebih dahulu. Pada dasarnya niat pembelian terbagi menjadi 2 golongan yaitu, pembelian terencana dan tidak terencana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen buah nanas madu di kios buah nanas madu jalan poros Samarinda-Balikpapan yang melakukan pembelian secara terencana terdapat sebesar 78,12%. Konsumen

Baselang, Vol. 4. No. 1

yang melakukan pembelian terhadap buah nanas madu secara terencana biasanya karena sudah mempunyai informasi terkait dengan atribut-atribut preferensi yang sesuai dengan keinginan konsumen pada kios tersebut.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelan konsumen menetapkan pilihan dan telah membeli buah nanas madu, maka timbul suatu perubahan dalam menilai buah nanas madu yang dibeli dengan berdasarkan pada hasil penilitan yang telah terjadi dilapangan. Seluruh konsumen yang membeli buah nanas madu di kios buah nanas madu jalan poros Samarinda - Balikpapan menyatakan puas dengan buah nanas yang dibeli yaitu sebesar 100% dari seluruh responden yang telah diwawancara. Berdasarkan hasil penelitian konsumen merasa puas karena buah nansa madu yang ditawarkan masih baru dan segar, memiliki rasa manis, dan tersedia dalam beberapa pilihan, baik itu warna ukuran dll. Konsumem juga merasa puas dengan harga yang didapatkan sangat sesuai dengan kualitas bahkan lebih murah dari pada pasar lain.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karakteristik konsumen yang mendominasi dalam penelitian ini yaitu responden yang menjadi pembeli dengan jenis kelamin Laki-laki yaitu sebesar 68,75%, dengan rentang usia yang dimiliki konsumen mayoritas pada kategori umur 25-45 tahun yaitu sebesar 40,62%, tingkat pendidikan responden yang terbanyak adalah SMA/Sederajat yaitu sebesar 46,88%, untuk penghasilan matoritas responden adalah yang berpenghasilan <Rp3.000.000 yaitu sekitar sebesar 56,25% dan selanjutnya adalah pekerjaan responden, mayoritas responden yang membeli buah nanas madu pada penelitian ini berprofesi sebagai Wirausaha sekitar 31,25%, dan atribut preferensi konsumen terhadap buah nanas madu yaitu buah nanas madu yang memiliki warna buah kuning terang 87,50%, buah nanas madu dengan warna kulit yang hijau kekuningan 59,38% dengan ukuran buah yang masuk dalam kategori sedang sebesar 68,76%, buah di beli dalam keadaan buah tidak dikupas

lebih diminati yaitu sekitar 84,38% dengan aroma buah yang beraroma harum cenderung manis lebih diminati setara dengan 62,50%, serta faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian buah nanas madu yaitu pada tahap pengenalan masalah sebesar 40,63% motivasi mengonsumsi buah nanas madu oleh responden adalah karena rasa manis yang dimiliki nanas madu, pada kategori selanjutnya yaitu motivasi yang dimiliki responden untuk membeli buah nanas madu adalah untuk dijadikan sebagai oleh-oleh dalam persentase hal ini sebesar 34,38%. Pada tahap pencarian informasi responden mengetahui sendiri atau mencari tahu sendiri informasi seputar buah nanas madu dalam penelitian ini sebesar 53,12%. Pada tahap evaluasi alternatif, informasi penting yang diketahui oleh responden sebelum membeli buah nanas madu adalah kualitas dari buah yang dijual di kios nanas madu jalan poros Samarinda-Balikpapan hal ini sebesar 81,25%. Hal yang dipertimbangkan oleh responden adalah karena kebiasaan yang telah dilakukan yaitu sebesar 71,88%. Pada tahap pengambilan keputusan pembelian jenis putusan yang mendominasi adalah keputusan yang terencana dalam penelitian ini sebesar 78,12%. Pada tahap faktor yang paling Memengaruhi keputusan pembelian pada penelitian ini adalah produk yang terlihat segar atau baru sebesar 84,38%. Pada tahap evaluasi pasca pembelian, mendapatkan 100% responden menyatakan puas dengan tindakan pembelian yang dilakukan, pertimbangan jika harga buah naik responden akan tetap membeli dengan persentase sebesar 71,88% dan jika buah nanas madu tidak tersedia responden akan mencari buah tersebut di tempat lain dalam persentase penilitian hal ini sebesar 84,38%.

### Saran

Adapun saran dari penelitian ini bahwa penjual sebaiknya membuat tamplate untuk promosi secara online seperti menggunakan facebook, yang dimana media tersebut sangat umum digunakan untuk berjualan. Sehingga calon konsumen dapat menjadi lebih banyak dengan luasnya penyebaran informasi, karakteristik dari konsumen-konsumen baru

Baselang, Vol. 4. No. 1

pun dapat menjadi lebih beragam atau penjual dapat memasang spanduk informasi usahanya di tempat-tempat yang dapat terlihat dengan jelas oleh calon pembeli. Dan penjual sebaiknya menyediakan buah nanas madu lebih banyak pada kategori-kategori atribut preferensi yang dominasi dengan kesukaan konsumen. Seperti nanas yang memiliki warna buah kuning terang, warna kulit hijau kekuningan, ukuran yang sedang.

## DAFTAR PUSTAKA

Adam Suduri.2017. Pengaruh Perasan Kulit Buah Nanas (*Ananas comosus.L*) Terhadap Bakteri *Staphylococcus aureus* Dan *Escherichia coli*. Skripsi Pendidikan Biologi, Universitas Negeri Gorontalo.

Amanda.A.,dkk. 2022. Faktor-faktor yang Menentukan Permintaan Buah Nanas di Pasar Tradisional Inpres Manonda Kota Palu. *Jurnal Pembangunan Agribisnis*. Vol.1 No.2.

Andini.N.P.,dkk. 2014. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 11 (1) : 2.

Arif.F.,dkk.2021. Analisis Preferensi Konsumen Buah Nanas Madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pematang Jaya. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*.Vol.5. No.4.

BPS.2022. Kalimantan Timur Dalam Angka 2022.

Catur.S.P.,dkk. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio, Agribisnis*.

Eva Ryza sativa.2019. Analisis Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian Tanaman Hias Anggrek di Kota Samarinda. Skripsi Agribisnis. Universitas Mulawarman.

Fridayani Nine. 2020. 5 Cara Pilih Nanas Matang Tidak Hanya dari Warnanya, Bekal Bikin Selai. *Kompas.com*.

Harahap.F.A.,dkk. 2019. Kultur Jaringan Nanas. *Media Sahabat*. Cendekia, Surabaya.

Heryana Harta Utami.2021. Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Membeli Nanas (*Ananas Comosus L.*) di Pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.

Mareta.,dkk. 2017. Analisis Rantai Nilai Komoditas Nanas Madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pematang Jaya. *Jurnal UNSPECIFIED*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Digital Library, Universitas Diponegoro.

Pandu Risvino Adji. 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Pendapatan Pedagang Nanas Madu Kelurahan Bukit Merdeka Kecamatan Samboja Kabupaten Kutai Kartanegara. Skripsi Agribisnis, Universitas Mulawarman.

Paul A., Samuelson, Wiliam D. Nordhaus. 1992.Economics. McGraw-Hill Kogakusha.New York.

Schiffman I, dan Kanuk, Lazar L. 2008. Perilaku Konsumen Edisi ketujuh. Jakarta. indeks

Simamora, Bilson. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2013. <https://pusdatin.deptan.go.id//.Outlook> Komoditi Nanas.15 Maret 2015.

Zulkarnain.,dkk. 2020. Efisiensi Pemasaran Nanas Dengan Berbasis Grade Nanas di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol.17. No.2.