

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Buah Mangga (*Mangifera indica*) merupakan buah tropis yang banyak dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat karena rasanya yang nikmat dan harganya yang terjangkau. Selain itu, buah Mangga juga merupakan buah unggulan dari Indonesia karena di Indonesia dapat menghasilkan buah Mangga dengan kualitas terbaik.

Produksi buah mangga dalam negeri nampak fluktuatif dalam satu dekade terakhir. Menurut data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2011-2021, tercatat produksi mangga di Indonesia sebanyak 2,84 juta ton pada 2021. Jumlah itu menurun 2,07% dibandingkan pada tahun 2020 yang sebesar 2,9 juta ton. Pada tahun 2011, produksi mangga di Indonesia sebesar 2,13 juta ton. Jumlahnya naik 11,74% menjadi 2,38 juta ton pada 2012. Produksi mangga domestik turun 7,98% menjadi 2,19 juta ton pada 2013. Namun, produksinya meningkat lagi sebesar 10,96% menjadi 2,43 juta ton pada 2014. Kemudian, produksi mangga menurun selama dua tahun berturut-turut menjadi sebanyak 1,81 juta ton pada 2016. Produksi mangga setelahnya terus meningkat mencapai rekor tertingginya sebanyak 2,9 juta ton pada 2020. Hanya saja, produksi buah mangga kembali menurun pada tahun 2021 yang lalu, yaitu sebesar 2,84 juta ton.

Banyaknya varietas buah mangga menjadikan masyarakat Indonesia lebih leluasa untuk memilih varietas buah mangga yang disukainya, termasuk mangga arum manis. Mangga arum manis awalnya berasal dari Kota Probolinggo, Jawa

Timur. Kemudian seiring banyaknya peminat dari daerah lain akhirnya, dibudidayakan dan menyebar di daerah lain. Daging buah mangga arum manis ini tebal, berwarna kuning, lunak, tidak berserat, dan tidak terlalu berair. Buah mangga arum manis sendiri memiliki rasa yang segar, manis dan masih terdapat sedikit rasa masam. Mangga arum manis memiliki biji buah yang kecil, lonjong pipih, dan memiliki panjang antara 13-14 cm.

Memahami perilaku konsumen buah Mangga Arum manis bukanlah sebuah hal yang mudah, karena konsumen memiliki cara mereka tersendiri untuk menikmati buah Mangga. Apalagi, dengan banyaknya varietas buah mangga yang diperjual-belikan di pasar, membuat konsumen lebih bebas untuk memilih jenis buah mangga yang mereka sukai. Ragam jenis buah mangga yang tersebar di Indonesia, dan mangga arum manis menjadi jenis buah mangga yang paling favorit. Hal ini dapat diamati di lingkungan sekitar kita, banyak pohon mangga yang tumbuh di pekarangan rumah warga. Alasannya, mangga arum manis memiliki karakter daging buah yang lembut, segar, serta manis dan cenderung lebih mudah untuk diolah daripada jenis buah mangga lainnya. Mangga arum manis juga sering dijadikan sebagai kudapan atau sekedar camilan ringan karena harganya terjangkau, nikmat, dan memiliki kandungan gizi yang tinggi.

Kota Semarang memiliki beberapa pasar tradisional yang menjual bermacam-macam jenis buah, termasuk buah mangga. Pasar-pasar tradisional mulai ramai didatangi oleh konsumen yang ingin membeli buah mangga berjenis arum manis seiring dengan mulainya musim panen buah mangga yang biasanya jatuh pada bulan September sampai dengan awal November.

Perilaku konsumen pasti akan berbeda satu dengan yang lainnya, serta konsumen telah memiliki preferensi yang berbeda-beda terhadap jenis buah mangga yang akan dibelinya. Hal ini dilatar belakangi oleh pertimbangan mereka dalam membeli buah mangga yang melihat dari sisi atribut atau keunggulan pada tiap-tiap jenis buah mangga. Atribut yang berpengaruh bagi konsumen adalah rasa, ukuran, serta harga dari buah mangga itu sendiri

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “Analisis preferensi konsumen terhadap minat beli buah mangga arum manis di pasar tradisional Kota Semarang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, rumusan masalah yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Apa saja faktor dari karakteristik konsumen yang dapat mempengaruhi pembelian buah mangga?
2. Apakah ada pengaruh antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pembelian mangga arum manis?
3. Bagaimana atribut buah mangga arum manis dapat mempengaruhi preferensi dari konsumen buah mangga di pasar tradisional Kota Semarang?
4. Apa saja atribut buah mangga arum manis paling yang penting bagi konsumen di pasar tradisional Kota Semarang?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik konsumen dalam pembelian serta konsumsi buah mangga arum manis.
2. Menganalisis pengaruh antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pembelian buah mangga arum manis.
3. Menganalisis atribut dari buah mangga arum manis sebagai dasar untuk menentukan preferensi dari konsumen buah mangga di pasar tradisional Kota Semarang.
4. Menganalisis atribut buah mangga arum manis yang paling penting bagi konsumen di pasar tradisional Kota Semarang.

Manfaat Penelitian ini adalah:

1. Bagi para pelaku usaha, diharapkan mendapat sebuah informasi dan gambaran atas preferensi konsumsi buah mangga arum manis sehingga pedagang dapat menyediakan buah mangga yang diinginkan oleh konsumen yang kemudian akan meningkatkan keuntungan penjualan.
2. Bagi konsumen, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta informasi tentang buah mangga arum manis sehingga konsumen dapat membeli buah mangga arum manis yang berkualitas namun tetap terjangkau.
3. Bagi pemerintah maupun instansi terkait, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi alternatif dan juga pertimbangan dalam melakukan

pengawasan produk buah mangga yang diperjual-belikan di pasar tradisional Kota Semarang.

4. Bagi peneliti, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan serta informasi dari preferensi konsumsi buah mangga arum manis di Kota Semarang serta menjadi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.