

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan ekonomi negara lain sehingga akan memunculkan keterbukaan ekonomi seperti perdagangan internasional. Perdagangan internasional bertujuan mempercepat pembangunan negara baik dari segala sisi (Danestio & Waluyo, 2018). Salah satu kegiatan perdagangan internasional yaitu ekspor impor komoditas buah. Kurangnya ketersediaan buah yang berkualitas dan perubahan konsumen yang menikmati buah impor membuat Indonesia mengimpor buah dari berbagai negara (Permana *et al.*, 2016).

Indonesia mengimpor buah-buahan lebih dari 10 negara seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Thailand, Australia, Pakistan, Peru, dan negara lainnya. Sejak 5 tahun terakhir, negara Indonesia mengimpor buah dari negara lain dengan rata-rata buah impor yang didatangkan per tahun sebesar 633 ribu ton buah impor (BPS, 2020). Buah impor yang didatangkan beragam jenisnya karena tidak semua buah dapat ditanam dan diproduksi di Indonesia. Jenis buah impor yang didatangkan di Indonesia didominasi oleh buah jeruk, naga, kelengkeng, apel, anggur, dan pir (Utami, 2015).

Tidak semua konsumen mempunyai pengetahuan apakah buah impor yang tersedia tersebut layak dikonsumsi. Buah impor mempunyai tampilan segar dan menarik sehingga konsumen langsung membelinya (Monalisa, 2015). Salah satu

indikator yang dapat menjadikan buah impor layak dikonsumsi adalah dengan adanya label pada buah. Label yang dilampirkan pada buah dapat bermacam-macam jenisnya, seperti *Price Look Up* (PLU), *country of origin*, *bar code*, dan lainnya (Gorton & Howarth, 2010). Fungsi label buah adalah untuk menyampaikan informasi kepada konsumen terkait potensial buah yaitu tentang kualitas, ketahanan produk, manfaat, dan keamanan produk sehingga layak dikonsumsi (Bowbrick, 1992). Dengan begitu, buah berlabel dapat meningkatkan *trusted value* konsumen akan buah tersebut. Label pada buah juga dapat menaikkan harga buah sehingga bisa mencapai harga *premium* (Batt & Sadler, 1999).

Toko Istana Buah Pandanaran Semarang merupakan toko buah yang sudah ada di Kota Semarang sejak tahun 1997. Toko Istana Buah Pandanaran Semarang menjual lebih dari 15 jenis buah impor seperti buah jeruk, pir, kiwi, anggur, stroberi, dan buah lainnya. Toko Istana Buah sendiri memiliki luas lahan sebesar 480 m² dan ramai dikunjungi terutama pada hari sabtu/minggu. Keistimewaan lain adalah beberapa buah impor yang dijual sudah berlabel sehingga mudah diidentifikasi. Meskipun buah impor berlabel memiliki harga lebih mahal jika dibandingkan dengan buah impor biasanya sehingga perlu diketahui nilai maksimal yang bersedia konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Peneliti menggunakan analisis kesediaan membayar yang dapat menentukan harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen.

Penelitian terdahulu, menemukan bahwa analisis kesediaan membayar dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, gaya hidup, harga produk, motivasi, dan pendapatan.

Faktor-faktor tersebut akan berpengaruh terhadap nilai kesediaan membayar sehingga memberikan manfaat bagi konsumen. Pada penelitian ini ditambahkan faktor kualitas produk dan *country of origin* sebagai pembeda agar memberikan kekayaan hasil analisis seperti informasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen ketika membeli buah impor berlabel yang layak untuk dikonsumsi dan akan memudahkan Istana Buah Pandanaran Semarang dalam memahami karakteristik konsumen dalam pilihannya membeli buah impor berlabel.

1.2 Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen buah impor berlabel di toko Istana Buah Pandanaran Semarang.
2. Menganalisis nilai rata-rata kesediaan membayar maksimum konsumen buah impor berlabel di toko Istana Buah Pandanaran Semarang.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar buah impor berlabel di toko Istana Buah Pandanaran Semarang.

1.3 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti adalah menjadi bahan informasi terkait nilai kesediaan membayar konsumen dan wawasan konsumen terkait buah impor berlabel.
2. Manfaat bagi konsumen adalah sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam mengkonsumsi buah impor berlabel.

3. Manfaat bagi masyarakat umum adalah memberikan info tentang *labelling* buah impor.
4. Manfaat bagi toko adalah memberikan gambaran nilai kesediaan membayar konsumen buah impor berlabel.