

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas penting yang sangat dibutuhkan dalam menu makanan sebagai sumber utama vitamin, mineral dan serat gizi. Kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat menyebabkan permintaan terhadap buah-buahan juga meningkat. Salah satu buah asli Indonesia yang banyak digemari yaitu buah salak. Salak termasuk jenis buah tropis asli Indonesia yang menjadi komoditas unggulan dan salah satu tanaman yang cocok untuk dikembangkan. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (2023), produksi buah salak di Indonesia mencapai 1.147.473 ton pada tahun 2022.

Buah salak memiliki karakteristik dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan buah-buahan lain, diantaranya yaitu kulit luarnya berbentuk sisik, rasa yang khas, dan bentuk buahnya bulat seperti telur dengan ujung yang runcing. Harganya yang terjangkau dan kandungan gizinya yang tinggi, menyebabkan salak menjadi buah yang sangat potensial untuk dikembangkan. Tanaman salak juga sudah menyebar luas di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Luasnya penyebaran salak di berbagai daerah di Indonesia menyebabkan buah salak yang tumbuh di masing-masing daerah juga memiliki ciri khas tersendiri. Salah satu daerah sentra produksi buah salak yang ada di Indonesia yaitu di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Produksi buah salak di Kabupaten Magelang pada tahun 2021 menempati urutan kedua di Jawa Tengah yaitu sebanyak

597.283 kuintal dan menjadikan salak sebagai komoditas unggulan di Kabupaten Magelang.

Rata-rata konsumsi salak perkapita seminggu di Kabupaten Magelang pada tahun 2019 hingga 2022 cenderung meningkat yaitu dari 0,017 kg menjadi 0,032 kg (BPS, 2022). Permintaan buah salak tersebut tentunya berkaitan pula dengan pelaksanaan pemasaran yang tepat. Adapun pemasaran buah salak saat ini menemui banyak tantangan, diantaranya munculnya buah-buahan impor yang menyebabkan buah lokal menjadi kurang menarik bagi konsumen. Impor buah-buahan di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 775,422 ton (BPS, 2022). Tingginya produksi salak yang tidak didukung oleh pemasaran yang tepat menyebabkan banyak buah yang tidak terjual habis sehingga busuk. Hal ini harus diperhatikan oleh produsen dan pemasar buah salak agar mampu memproduksi dan memasarkan buah salak sesuai dengan keinginan konsumen.

Konsumen buah salak juga tidak hanya berasal dari Kabupaten Magelang, namun terdapat konsumen yang berasal dari luar Kabupaten Magelang. Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Buah salak memiliki jenis, tingkat harga, dan kualitas yang relatif bervariasi sehingga keputusan pembelian masing-masing masyarakat bisa berbeda. Jenis salak yang dipasarkan di Kabupaten Magelang antara lain salak pondoh, salak madu, salak nglumut, salak gula pasir, salak manggala, dan salak jawa. Salak pondoh merupakan salak yang paling terkenal dan paling banyak beredar di pasaran. Salak pondoh yang sudah tua memiliki rasa yang manis tanpa

rasa masam dan sepat, kulitnya mudah dikupas dan mudah dipisahkan dengan daging buahnya, serta memiliki daging buah berwarna putih kusam dan agak kuning. Sesuai namanya, Salak madu memiliki rasa yang sangat manis seperti madu, kulitnya mengkilap dan lebih tipis dibandingkan dengan salak pondoh, serta memiliki kandungan air yang lebih banyak. Salak gula pasir memiliki rasa yang manis, berukuran lebih mungil, dan sisik pada kulitnya kecil, serta bijinya kecil. Salak manggala memiliki ukuran yang besar, rasanya manis, dan belum banyak dikembangkan oleh masyarakat. Salak nglumut memiliki rasa yang khas yaitu rasa manis walaupun umurnya masi muda. Buah salak dapat dijumpai dengan mudah di pasar tradisional, pasar salak, dan toko buah di tepi jalan.

Banyaknya jenis salak yang dipasarkan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian buah salak. Jumlah buah yang diminta oleh konsumen juga dapat dipengaruhi oleh selera konsumen (Januarti *et al.*, 2021). Konsumen dalam melakukan pembelian buah salak mempertimbangkan berbagai faktor salah satunya adalah atribut yang dimiliki oleh buah salak tersebut. Atribut tersebut antara lain rasa, ukuran, warna, tekstur daging buah, dan harga, serta bentuk. Pengetahuan mengenai atribut-atribut buah salak yang menjadi pertimbangan konsumen khususnya di Kabupaten Magelang dapat membantu para pemasar untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk menjadi aspek penting bagi pemasar karena dapat menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Menurut Istoto dan Kurniawan (2018) keputusan

pembelian dapat membantu perusahaan dalam merancang kualitas produk, merancang promosi, serta strategi pemasaran yang tepat. Kebutuhan konsumen akan buah salak yang semakin meningkat ini menyebabkan preferensi konsumen terhadap buah salak menjadi semakin penting untuk diketahui. Preferensi konsumen akan menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Puspasari *et al.*, 2017). Informasi mengenai produk yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen juga dapat diukur melalui preferensi konsumen. Preferensi konsumen terhadap atribut buah-buahan akan menentukan seberapa besar buah tersebut dapat diterima oleh konsumen (Sungkawa *et al.*, 2015).

Pemahaman mengenai preferensi konsumen dapat dijadikan sebagai informasi bagi pemasar untuk dapat memasarkan buah salak dengan tepat. Hal tersebut mendorong perlu adanya analisis preferensi konsumen. Berdasarkan uraian di atas, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen buah salak dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Salak di Kabupaten Magelang”.

1.2. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik konsumen buah salak di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.
2. Menganalisis preferensi konsumen dalam keputusan pembelian buah salak di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.

3. Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah salak di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.

1.3. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi produsen dan pemasar, menjadi bahan informasi dan evaluasi yang berkaitan dengan preferensi konsumen dalam membeli buah salak dan atribut apa yang paling dipertimbangkan.
2. Bagi peneliti mendapatkan ilmu pengetahuan yang berharga, wawasan yang luas, dan dapat memahami tentang preferensi konsumen buah salak di Kabupaten Magelang, serta mengembangkan pola berpikir.
3. Bagi masyarakat dapat menjadi sumber informasi dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.