

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Buah merupakan bagian dari tanaman yang berasal dari bunga atau bagian bunga dan biasanya mengandung biji. Buah dikonsumsi oleh manusia karena kandungan nutrisinya yang tinggi, termasuk vitamin, mineral, serat, dan antioksidan yang penting untuk kesehatan. Banyak manfaat yang bisa didapatkan dari kebiasaan mengonsumsi buah-buahan. Mulai dari efek positif pada kesehatan hingga urusan penampilan tubuh (Suryana, 2018). Buah dapat dikategorikan menjadi buah lokal dan buah impor. Buah lokal adalah buah yang diproduksi di dalam negeri, sementara buah impor adalah buah yang didatangkan dari luar negeri. Buah impor sering kali datang dengan kualitas yang terjamin dan dalam kondisi yang baik karena melewati proses seleksi yang ketat sebelum sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, buah impor sering kali dianggap lebih eksklusif dan memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan buah lokal. Indonesia termasuk negara yang berbasis agraris, namun untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri masih harus melakukan impor beberapa komoditas-komoditas pertanian (Alfaudzan *et al.* 2015).

Pasar buah impor di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya volume impor berbagai jenis buah dari berbagai negara ke Indonesia. Indonesia masih dikategorikan sebagai negara pengimpor terbesar dalam pemasokan komoditi buah-buahan dibandingkan

dengan komoditi sayuran, produk makanan olahan, susu, telur dan mentega (Lubis, 2018). Kota Semarang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, juga mengalami tren peningkatan konsumsi buah impor yang terlihat dari tingginya permintaan di berbagai pasar swalayan. Berdirinya berbagai pusat perbelanjaan modern di Indonesia akhir-akhir ini adalah cermin dari perubahan gaya hidup masyarakat yang dulu hanya berbelanja di pasar tradisional dan sekarang sudah mulai beralih berbelanja di pasar modern (Yudha *et al*, 2023). Faktor-faktor seperti urbanisasi, peningkatan pendapatan per kapita, dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengedepankan kesehatan turut berperan dalam mendorong konsumsi buah impor. Masyarakat modern kini lebih memilih produk-produk yang dianggap lebih berkualitas dan bergengsi, termasuk buah-buahan dari luar negeri yang sering kali memiliki penampilan yang lebih menarik dan variasi yang lebih beragam dibandingkan dengan buah lokal.

Kesediaan membayar (*Willingness to Pay*, WTP) konsumen adalah salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual produk. WTP mencerminkan nilai maksimal yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk suatu produk, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, preferensi konsumen, dan daya beli. Memahami kesediaan membayar konsumen dapat membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi harga yang efektif dan berkelanjutan. Dengan mengetahui batas maksimum yang bersedia dibayar konsumen, pelaku usaha dapat menetapkan harga yang optimal, meningkatkan keuntungan, dan tetap menjaga daya saing di pasar. Menurut Kotler & Keller (2016), harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang

menghasilkan pendapatan sekaligus mengomunikasikan nilai, sehingga penetapannya harus mempertimbangkan berbagai faktor (internal dan eksternal) sebagai respons cermat terhadap realitas ekonomi baru yang memengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar.

Pasar swalayan di Kota Semarang merupakan salah satu kanal distribusi utama bagi buah impor. Pemilihan Kota Semarang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada statusnya sebagai pusat perdagangan dan distribusi di wilayah Jawa Tengah, yang menjadikannya representatif untuk memahami dinamika pasar buah impor di daerah urban. Selain itu, keberadaan berbagai pasar swalayan yang besar dan beragam di kota ini memberikan akses yang luas terhadap konsumen dari berbagai latar belakang ekonomi dan sosial, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang perilaku konsumen. Pasar swalayan dipilih sebagai objek penelitian karena perannya yang signifikan dalam distribusi buah impor, dimana konsumen cenderung melakukan pembelian rutin dan memiliki preferensi yang jelas terhadap produk yang berkualitas. Dalam era globalisasi saat ini, keberadaan pasar swalayan dianggap mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas suatu produk (Astuti *et al.* 2019).

Dasar pemilihan komoditas dalam penelitian ini adalah signifikansi volume dan nilai impornya berdasarkan data perdagangan resmi Indonesia. Mengacu pada data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam publikasi Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Impor 2023 Buku I (BPS, 2024), ketiga jenis buah segar yang dipilih (apel, anggur, dan pir) merupakan komoditas buah impor utama dengan

volume dan nilai yang sangat besar. Selama periode Januari-Desember 2023, BPS mencatat volume impor Pir Segar (HS 08083000) mencapai 159,24 juta kg (\$246,29 juta US), Apel Segar (HS 08081000) mencapai 136,39 juta kg (\$275,39 juta US), dan Anggur Segar (HS 08061000) mencapai 116,28 juta kg (\$400,10 juta US). Tingginya angka impor ini mengindikasikan bahwa ketiga buah tersebut telah diterima secara luas, memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, dan ketersediaan yang stabil di pasar domestik, termasuk di Kota Semarang, sehingga sangat relevan untuk dikaji guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar WTP konsumen.

WTP konsumen merupakan cerminan nilai yang kompleks dan tidak terbentuk dalam ruang hampa; ia dipengaruhi oleh serangkaian faktor internal dan eksternal yang melekat pada konsumen. Untuk memahami faktor pendorong WTP terhadap buah impor, penelitian ini berfokus pada lima variabel kunci yang mewakili karakteristik demografis, ekonomi, dan psikografis konsumen. Pertama, faktor ekonomi fundamental seperti tingkat pendapatan dianalisis karena secara langsung menentukan daya beli (*purchasing power*) konsumen untuk mengakses produk premium, di mana buah impor termasuk di dalamnya. Kedua, faktor demografis seperti usia dan tingkat pendidikan turut dikaji. Usia diduga memengaruhi preferensi, prioritas kebutuhan, dan sensitivitas harga, sementara tingkat pendidikan seringkali berkorelasi dengan pemahaman akan kualitas, gizi, dan informasi produk, yang dapat memengaruhi persepsi nilai. Menurut Gunawan & Suprpti (2015), Faktor demografi dapat mempengaruhi tingkah laku konsumen

pada suatu produk, begitu pula pada sikap dan kesediaan konsumen untuk membayar.

Ketiga, sejalan dengan pergeseran gaya hidup modern, variabel psikografis berupa kesadaran kesehatan menjadi krusial. Konsumen yang lebih sadar akan kesehatan cenderung bersedia membayar lebih untuk produk yang dianggap lebih berkualitas dan bergizi, sebuah citra yang sering diasosiasikan dengan buah impor. Menurut Dewi & Gosal (2020), variabel kesehatan cocok diterapkan pada objek penelitian dikarenakan konsumen cenderung melakukan tindakan untuk kesehatannya. Terakhir, penelitian ini memasukkan variabel perilaku, yaitu pengeluaran untuk membeli buah impor, sebagai proksi untuk mengukur kebiasaan dan alokasi anggaran aktual. Variabel ini penting karena konsumen yang telah rutin mengalokasikan dana lebih besar diasumsikan memiliki persepsi nilai dan WTP yang sudah terbentuk. Menurut Handoko & Setiawan (2021), konsumen perlu untuk menyesuaikan pengeluaran terutama untuk konsumsi harian dikarenakan pendapatan dan juga berpengaruh terhadap kemampuan dan daya beli responden, khususnya golongan milenial. Dengan menganalisis kelima variabel ini, penelitian ini berupaya memetakan secara komprehensif profil konsumen dan faktor utama yang membentuk kesediaan membayar di pasar swalayan Kota Semarang.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Menganalisis kesediaan membayar (*Willingness to Pay*, WTP) berbagai jenis buah impor di Kota Semarang yaitu apel fuji, anggur merah, dan pir.

2. Menganalisis pengaruh karakteristik konsumen yakni: usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, kesadaran kesehatan, dan pengeluaran untuk membeli buah impor terhadap WTP buah impor.

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Bagi Pelaku Usaha
memahami tingkat kesediaan membayar konsumen untuk buah impor, memungkinkan mereka untuk menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen.
2. Bagi konsumen, mendapatkan pemahaman yang lebih besar ke buah impor dengan mengetahui nilai rata-rata *Willingness to Pay*.
3. Bagi peneliti, sebagai media media pembelajaran ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks produk konsumen
4. Bagi peneliti lain, sebagai referensi dan sumber data yang berguna bagi yang tertarik pada topik yang serupa atau terkait.
5. Bagi pembaca, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks pembelian buah impor.