

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SIRUP KALAMANSI MINUMAN KHAS BENGKULU DI KOTA BENGKULU

Eka Luspitasaki¹⁾, Herri Fariadi²⁾, Evi Andriani³⁾

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu
ekaluspitasaki04@gmail.com¹, herrifariadilubis@gmail.com², andriani071085@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui deskripsi konsumen sirup kalamansi, mengkaji atribut sirup kalamansi yang disukai oleh konsumen Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan kualitatif dengan analisis deskriptif terhadap atribut Sirup Kalamansi meliputi : rasa, ukuran, warna dan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Deskripsi konsumen Sirup Kalamansi dilihat dari demografi, konsumen paling banyak yang melakukan pembelian adalah konsumen yang memiliki suku asli Provinsi Bengkulu yaitu sebesar 47,92%, dan untuk deskripsi ekonomi adalah konsumen dengan pendapatan (1.800.000-7.200.000) yaitu sebesar 69,79%, sedangkan faktor sosial yaitu jenis keluarga sebesar 51,08% terdapat pada kategori orang tua lengkap lebih dari 2 orang anak, untuk pendidikan yaitu pendidikan strata atau sarjana sebesar 56,25%, dan umur yaitu dengan kategori sedang (34-47) sebesar 52,08 serta jenis kelamin sebesar 80,21 adalah perempuan. Preferensi atribut Sirup Kalamansi yang disukai konsumen adalah dengan rasa asam manis, warna sirup kuning kecoklatan, ukuran sirup sedang (500 ml) dan harga sirup rendah yaitu (35.000).

Kata Kunci: preferensi konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Minuman sebagai salah satu produk yang sudah dikenal masyarakat, banyak dijumpai di pasaran dengan berbagai merek dan bentuk. Kecenderungan masyarakat saat ini adalah lebih suka menggunakan produk yang kemasan dan penyajiannya lebih praktis dan cepat, karena tidak perlu membutuhkan banyak waktu dalam mempersiapkannya. Salah satu minuman yang penyajiannya lebih praktis adalah sirup (Muchtadi, 2016). Industri merupakan sektor yang terkait satu sama lain, dimana pertanian sebagai penyedia bahan baku, sedangkan industri mengolah hasil pertanian untuk memperoleh nilai tambah (Emawati, 2017). Konsumsi Sirup dalam negeri semuanya ditentukan oleh preferensi konsumen berdasarkan atribut-atribut produk. Atribut sirup kalamansi merupakan karakteristik sirup yang berfungsi sebagai atribut penilaian selama pengambilan keputusan dimana atribut bergantung pada sirup kalamansi. Pemasar perlu mengetahui atribut sirup kalamansi yang diinginkan oleh konsumen dapat berupa ukuran, atau karakteristik sirup seperti : rasa, harga, ukuran dan warna. Preferensi knsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan relatif penting setiap atribut yang terdapat dalam produk (Nurdin, 2017).

Atribut yang dilihat dari sirup kalamansi dalam negeri sebagai produk minuman meliputi rasa, ukuran, warna dan harga. Sikap konsumen dalam pemilihan produk diukur dari sikap, kepercayaan, perasaan dan kebiasaan. Kepercayaan konsumen berdasarkan produk dari ada rasa atau tidak berasa mengenai sirup kalamansi, perasaan konsumen menjadi kebiasaan dalam memilih produk yang sama. Preferensi konsumen berdasarkan atribut dimana konsumen memilih dari beberapa macam pilihan dan menyadari bahwa karakteristik demografi, ekonomi dan sosial dari konsumen mempengaruhi preferensi konsumen (Nurdin, 2017). Pemenuhan harapan dan keinginan konsumen terhadap sirup kalamansi dalam negeri maka diperlukan

sebuah penilaian mengenai preferensi konsumen terhadap sirup kalamansi. Analisis atribut atribut menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi produk dan atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Sehingga peneliti melakukan penelitian mengenai preferensi Konsumen terhadap Sirup Kalamansi Minuman Khas Bengkulu di Kota Bengkulu”.

METODE PENELITIAN

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen sirup kalamansi yang ada di Kota Bengkulu. Untuk mengkaji deskripsi konsumen Sirup Kalamansi dan atribut sirup kalamansi yang disukai oleh konsumen di Kota Bengkulu menggunakan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Konsumen Sirup Kalamansi Bukit Bengkulu

Deskripsi responden Sirup Kalamansi yang diteliti yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, suku, jenis Keluarga dan pendapatan keluarga. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Karakteristik Konsumen Sirup Kalamansi

No	Karakteristik	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	a) Laki-laki	19	19,79
	b) Perempuan	77	80,21
2	Umur		
	a) Muda (20-33)	28	29,16
	b) Sedang (34-47)	50	52,08
	c) Tua(48-61)	18	18,76
3	Pendidikan		
	a) SD/Sederajat	8	8,33
	b) SMP /sederajat	14	14,58
	c) SMA/sederajat	20	20,84
	d) Strata (D3, S1 dan S2)	54	56,25
4	Pekerjaan		
	a) Mahasiswa	3	3,12
	b) Ibu Rumah Tangga	22	22,92
	c) Wiraswasta	31	32,29
	d) PNS	40	41,67
5	Suku		
	a) Bengkulu	46	47,92
	b) Sumatera selain Bengkulu	23	23,96
	c) Jawa, Sunda, dan Madura	27	28,12
6	Jumlah anggota keluarga		
	a) Orang tua lengkap	13	13,55
	b) Orang tua lengkap 2 orang anak	33	34,37
		50	52,08

	c) Orang Tua Lengkap lebih dari 2 orang anak		
7	Pendapatan Keluarga		
	a) 1.800.000-7.200.000	67	69,79
	b) 7.300.000-12.800.000	18	18,75
	c) 12.900.000-18.400.000	11	11,46

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari tabel 1 dapat dilihat beberapa karakteristik konsumen Sirup Kalamansi di Kota Bengkulu, sebagai berikut:

Jenis Kelamin

Jenis kelamin sangat berpengaruh menentukan pilihan seseorang dalam membeli produk. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa perempuan sejumlah 80,21% lebih banyak membeli sirup kalamansi dibanding laki-laki sebanyak 19,79%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak berbelanja kebutuhan sirup untuk keluarganya.

Umur

Berdasarkan kelompok usia memegang peranan penting yang menyebabkan perbedaan konsumen dalam membeli, memilih dan mengkonsumsi buah-buahan karena memiliki perbedaan selera. Rentang usia dalam penelitian ini berkisar antara 20 hingga 61 tahun yang dibagi ke dalam 3 kelompok, yaitu muda (21-33) tahun, sedang (34-47) tahun, dan tua (48-61) tahun. Berdasarkan tabel 1 konsumen sirup kalamansi usia muda sebesar 29,16%, usia sedang 52,08% dan usia tua 18,76%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas kelompok usia yang membeli sirup kalamansi berusia sedang (34-47) tahun.

Pendidikan

Berdasarkan tabel 1 konsumen Sirup Kalamansi yang di dominasi oleh konsumen yang berpendidikan Sarjana atau strata (D3, S1 dan S2) sebesar 56,25%, kemudian dengan pendidikan SMA sederajat 20%, pendidikan SMP sederajat 14,58% dan pendidikan SD 8,33%. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa konsumen Sirup Kalamansi sebagian besar sudah menempuh pendidikan tinggi.

Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian karena dapat mempengaruhi status sosial ekonominya. Berdasarkan penelitian ini jenis pekerjaan konsumen Sirup Kalamansi di Kota Bengkulu mayoritas adalah PNS sebesar 41,67%, kemudian pekerjaan sebagai wiraswasta sebesar 32,29%, ibu rumah tangga sebesar 22,29% dan Mahasiswa sebesar 3,12%. Hasil penyajian menunjukkan bahwa pembeli Sirup Kalamansi oleh PNS yang tergolong konsumen kelas sosial menengah ke atas.

Suku

Dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 kategori yaitu suku dari Provinsi Bengkulu, suku Sumatera selain dari Provinsi Bengkulu (seperti Palembang, Padang, dan Medan), Suku Jawa, Sunda dan Madura. Berdasarkan tabel 1 konsumen Sirup Kalamansi Bukit Bengkulu didominasi oleh suku Bengkulu sebesar 47,92%, kemudian konsumen dari suku Jawa, Sunda dan Madura sebesar 28,12% dan suku Sumatera selain Bengkulu sebesar 23,96%. Dalam penelitian ini konsumen didominasi oleh suku yang berasal dari Provinsi Bengkulu meliputi Mukomuko, Rejang, Lembak, Serawai, Basemah dan Kaur. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen merupakan putra daerah dari Provinsi Bengkulu sehingga dalam pemilihan dan pengambilan keputusan, konsumen lebih memilih produk lokal daerah.

Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan Tabel 1 konsumen Sirup Kalamansi didominasi oleh jenis keluarga lengkap lebih dari 2 orang anak sebesar 52,08% dan jenis keluarga dari atau sama dengan 2 orang anak sebesar 34,37% dan kemudian jenis keluarga orang tua lengkap sebesar 13,55%. Dari penelitian ini

jenis keluarga konsumen Sirup Kalamansi mayoritas anggota keluarga lebih dari 4 orang, hal ini menunjukkan banyaknya konsumsi Sirup Kalamansi yang harus dipenuhi untuk kebutuhan keluarga.

Pendapatan Keluarga

Dalam penelitian ini pendapatan konsumen Sirup Kalamansi di Kota Bengkulu yang paling besar adalah konsumen dengan pendapatan (Rp 1.800.000 – 7.200.000) sebesar 69,79% yang sebagian besar pendapatan keluarganya hanya berasal dari satu orang anggota keluarga yang bekerja, sebagian besar adalah pekerja swasta. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah cukup untuk memiliki daya beli terhadap Sirup Kalamansi meskipun tidak dalam jumlah banyak. Pendapatan (Rp 7.300.000-12.800.000) sebanyak 18,75% yang didominasi oleh PNS dan Wiraswasta yang telah memiliki usaha tetap, memiliki 2 orang atau lebih anggota keluarga yang bekerja. Hal ini menyebabkan konsumen memiliki daya beli terhadap Sirup Kalamansi dengan jumlah yang lebih banyak dan kualitas yang baik. Pendapatan (Rp. 12.900.000-18.400.000) sebesar 11,46% mayoritas pendapatan didapatkan dari 2 orang atau lebih anggota keluarga yang bekerja sebagai PNS dan Karyawan Swasta, selain itu konsumen memiliki pendapatan lain selain dari gaji.

Preferensi Atribut Sirup Kalamansi

Tabel 2

Preferensi konsumen terhadap Sirup Kalamansi di Kota Bengkulu dapat dilihat pada Tabel 2 Preferensi Konsumen Sirup Kalamansi

No	Atribut Sirup Kalamansi	Preferensi (orang)	Persentase (%)
1	Rasa		
	a. Manis	30	31,25
	b. Asam Manis	66	68,75
2	Warna		
	a. Kuning	27	28,13
	b. Kuning Kecoklatan	69	71,87
3	Ukuran		
	a. Sedang (500 ml)	68	70,83
	b. Besar (900 ml)	28	29,17
4	Harga		
	a. Rendah (35.000)	71	73,96
	b. Tinggi (50.000)	25	26,04

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa Sirup Kalamansi yang disukai oleh konsumen di Kota Bengkulu adalah Sirup Kalamansi yang mempunyai rasa asam manis, warna kuning kecoklatan, berukuran sedang dan harga dengan rentang (Rp. 35.000 hingga Rp 50.000) sebagai berikut:

Rasa

Rasa merupakan atribut yang dianggap keutamaan produk sirup dalam negeri dan dianggap paling penting oleh konsumen. Berdasarkan tabel 2 rasa Sirup Kalamansi yang membuat Sirup Kalamansi menjadi paling banyak disukai konsumen adalah karena memiliki rasa asam manis yaitu 68,75% konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen percaya rasa asam pada Sirup Kalamansi menggambarkan banyaknya kandungan vitamin C, selain itu rasa asam manis memberikan kesegaran ketika dikonsumsi oleh konsumen. Konsumen lebih mementingkan kesehatan dirinya dan keluarga sehingga memilih Sirup Kalamansi yang kaya akan vitamin C dan mudah ditemui oleh konsumen.

Warna

Berdasarkan tabel 2 konsumen Kota Bengkulu mayoritas memilih buah yang berwarna kuning kecoklatan. Karena konsumen menganggap jarang menemui sirup yang berwarna kuning sempurna. Selain itu konsumen berpendapat bahwa sirup yang berwarna kuning kecoklatan memiliki kesan lebih segar. Hal ini dapat dilihat bahwa terdapat 71,87% konsumen setuju dengan warna kuning kecoklatan.

Ukuran

Berdasarkan tabel 2 mayoritas konsumen Kota Bengkulu memilih ukuran sirup yang sedang, karena berdasarkan wawancara dengan konsumen sirup yang tidak terlalu besar telah dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian Ekawati (2019) yang menjelaskan bahwa sebanyak 24,82% konsumen sirup buah tidak menjadi masalah dalam ukuran dan pemilihan ukuran produk.

Harga

Berdasarkan hasil penelitian mayoritas konsumen membeli Sirup Bengkulu dengan harga Rp 35.000 (500 ml) merupakan harga yang biasa dipilih oleh konsumen. Berdasarkan wawancara dengan konsumen bahwa Sirup Kalamansi Bengkulu tidak perlu membeli dengan ukuran besar karena Sirup Kalamansi merupakan sirup yang pekat dengan rasa asamnya sehingga jika dicampur dengan air maka Sirup Kalamansi juga menjadi banyak dan cukup untuk kebutuhan keluarga karena tidak setiap hari untuk dikonsumsi.

KESIMPULAN

Deskripsi konsumen Sirup Kalamansi dilihat dari demografi, konsumen paling banyak yang melakukan pembelian adalah konsumen yang memiliki suku asli Provinsi Bengkulu yaitu sebesar 47,92%, dan untuk deskripsi ekonomi adalah konsumen dengan pendapatan (1.800.000-7.200.000) yaitu sebesar 69,79%, sedangkan faktor sosial yaitu jenis keluarga sebesar 51,08% terdapat pada kategori orang tua lengkap lebih dari 2 orang anak, untuk pendidikan yaitu pendidikan strata atau sarjana sebesar 56,25%, dan umur yaitu dengan kategori sedang (34-47) sebesar 52,08 serta jenis kelamin sebesar 80,21 adalah perempuan. Preferensi atribut Sirup Kalamansi yang disukai konsumen adalah dengan rasa asam manis, warna sirup kuning kecoklatan, ukuran sirup sedang (500 ml) dan harga sirup rendah yaitu (35.000).

DAFTAR PUSTAKA

- Anief, M., 2017. *Farmasetika*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Bengkulu Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu.
- BSN. 2016. *Sirup*. Badan Standardisasi Nasional SNI 01-18427: 2014. Sirup. Badan Standardisasi Nasional Indonesia. Jakarta.
- Cahyanti. 2016. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Yogurt Drink (Studi Kasus Kota Bogor Jawa Barat)*. Jurnal Mimbar Agribisnis. Volume 14 nomor 1.
- Casimiro. 2018. *Evaluation of the Hepatoprotective Activity of Citrus microcarpa Bunge (Family Rutaceae) Fruit Peel Against Acetaminophen-induced Liver Damage in Male BFAD-Sprague Dawley Rats*. International Journal of Chemical and Environmental Engineering 1(2): 127-128.
- Dinas Pertanian. *Pertanian Provinsi Bengkulu*. 2018. *Produksi Buah dan Industri Pengolahan*. Departemen Pertanian. Bengkulu.
- Husen 2015. *Formulasi dan Evaluasi Sirup Daun Ekstrak Sidaguri (Sida rhombifolia L.)*. Jurnal Ilmiah Farmasi 4(3):134-138.
- Junaidi, A. 2011. *Pengembangan Produk Unggulan Jeruk Kalamansi Kota Bengkulu dengan Pendekatan OVOP*. INFOKOP 19.: 163-183.

- Mulyasari. 2020. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Durian Lokal di Kota Semarang*. Jurnal Jepa. Volume 4 nomor 1.
- Musdalifah. 2020. *Kajian Preferensi Konsumen terhadap Buah-buahan lokal di Kota Banjar Baru*. Jurnal Agribis perdesaan. (2 (4):297-309.
- Nurdin. 2017. *Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Sirup Apel Lokal di Hypermart Palu Grand Mall*. Jurnal Agroland . 24 (2) :103-112.
- Nazir, M. 2015. *Metode Penelitian*. PT. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Rahayu. 2017. *Preferensi Konsumen terhadap Sirup Apel di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya*. Jurnal Agriekonomika. 1(1):52-67.
- Ramadhani. 2020. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Teh di Kabupaten Sukoharjo*. Jurnal Agrisaintifika volume 4 nomor 1.
- Satuhu. 2019. *Penanganan dan Pengolahan Buah*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sarwono. 2015. *Budidaya Tanaman Jeruk Kalamansi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Shafira. 2021. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Olahan Mangga*. Jurnal Mimbar Agribisnis. Volume 7 nomor 2.
- Siegel, Sidney, 2013, *Statistik Non Parametrik untuk Ilmu-ilmu Sosial, Terjemahan*. PT.Gramedia. Jakarta.
- Sunaryati. 2016. *Analisis Permintaan Sirup Marjan di Provinsi Kalimantan Tengah*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya. (UPR) Jurnal Daun, Vol. 3 No. 2, Desember 2016 : 99-107