

ANALISIS KEPUTUSAN DAN KEPENTINGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYUR DI PASAR TRADISIONAL PADA PASAR BARU BOGOR

Oleh :

Fitria Fissamawaty
Rachmatullaily,SE.,MM

ABSTRACT

Masyarakat Indonesia belum begitu menyadari akan pentingnya sayuran , sayuran sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dan peningkatan gizi, dikarenakan sayuran merupakan sumber mineral, vitamin , serat dan anti dioksidan yang dibutuhkan manusia. Berdasarkan catatan dari Dirjen Hutikultura Departemen Pertanian bahwa konsumsi sayur sebanyak 40kilogram per kapita per tahun pada tahun 2007 sedangkan data dari standar FAO, standar kecukupan untuk sehat adalah 91,25 kilogram per kapita per tahun.

Penelitian yang dilakukan adalah cabe merah keriting, cabe merah teropong, cabe hijau, cabe rawit dan yang lainnya yang dilakukan di Pasar Tradisional Pasar Baru Bogor sekaligus sebagai perbandingan juga adanya swalayan yang juga menyedia sayur mayur. Dengan kehadiran swalayan yang menyedia sayur mayor adalah menjadi alternative bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Kata Kunci: Pasar, Konsumen dan Pembelian

I. PENDAHULUAN

Sayuran dalam kehidupan sehari hari sangat berperan dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan peningkatan gizi, karena sayur merupakan salah satu sumber vitamin yang amat berguna bagi tubuh manusia. Namun masih banyak masyarakat Indonesia yang belum paham akan hal ini dan ini dapat diketahui dari tingkat masyarakat Indonesia dari mengkonsumsi sayuran pada tahun 2007 baru sebesar 40 kg/kapita/tahun seharusnya menurut standar FAO, standar kecukupan untuk sehat adalah 91,25 kilogram per kapita per tahun.

Konsumsi sayuran berkaitan dengan produksi sayuran di Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan dalam penelitian ini sayur yang akan diteliti adalah cabe merah keriting, cabe merah teropong, cabe hijau, cabe rawit, bawang merah , bawang putih, krntsng, tomst ,kol, buncis bayam, kangkung dan kacang panjang yang

ini lebih sering dan lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat. sebagai mana kita lihat dalam table dibawah ini bahwa produksi sayur mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Table.: 1 Produksi sayuran (Ton) di Bogor dan Jawa Barat tahun 2007

JENIS SAYURAN	BOGOR	JAWA BARAT
Cabe Rawit	2,84	79,71
Bawang Merah	0	116,14
Bawang Putih	0	770
Kentang	99	337,36
Tomat	7,02	267,21
Kol	287	44,45
Wortel	4,08	130,55
Buncis	7,26	96,84
Bayam	17	23,58
Kangkung	22,05	83,73
Kacang Panjang	16,16	145,06
Total	462,41	2,094.63

Sumber: Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat 2007

Dengan melihat data diatas, maka kehadiran pasar swalayan semenjak tahun 90 an menjadi alternative bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Namun ketika terejadi krisis ekonomi tahun 1997 pasar sawalayan/pasar modern mengalami goncangan dimana banyak penjarahan yang dilakukan oleh masyarakat akibat tidak puasannya masyarakat pada pemetintah saat itu, atau yang serkarang lebih kita kenal dengan istilah repormasi dan kondisi lain pasar tradisioanal stabil, namun setelah krisis berlalu kini pasar modern kembali bangkit lagi dengan menjual beraneka macam sayuran.

Dengan melihat kondisi diatas maka pada penelitian ini mengambil judul **Analisis Keputusan Dan Kepentingan Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Di Pasar Tradisional Pada Pasar Baru Bogor**

Tujuan Penelitian :

1. Mengidentifikasi karakteristik umum konsumen sayuran di lihat dari: umur,tingkat pendidikan,Tingkat pendapatan,jenis pekerjaan,pengeluaran perbulan untuk membeli sayuran

2. Menganalisis penilaian konsumen sayuran terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut atribut sayuran di Pasar tradisional Pasar Baru Bogor, pedagang sayuran keliling dan Pasar Swalayan.
3. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam keputusan membeli sayuran di Pasar Tradisional Pasar Baru Bogor.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pasar

Dalam pengertian yang sederhana pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Definisi Pasar Secara luas adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya.

B. Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan

Menurut Triyono, yang dikatakan Pasar Tradisional adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang terjadi secara tradisi atau terbentuk secara alami. Sedangkan pasar swalayan menurut Pangastuti adalah pembeli dari golongan menengah keatas yang mempunyai pendidikan tinggi.

C. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Pengertian Konsumen menurut Philip Kotler (2000) dalam bukunya *Principles Of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

D. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang saat mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang barang atau jasa (Blackwell, Miniard, & Engel, 2001). Sedangkan The American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis dari pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek hidupnya. Dalam kata lain perilaku konsumen mengikutkan pikiran dan perasaan yang dialami manusia dan aksi yang dilakukan saat proses konsumsi (Peter & Olson, 2005). Perilaku konsumen menitikberatkan pada aktivitas yang berhubungan dengan konsumsi dari individu. Perilaku konsumen berhubungan dengan alasan dan tekanan yang mempengaruhi pemilihan, pembelian, penggunaan, dan pembuangan barang dan jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pribadi (Hanna & Wozniak, 2001).

E. Pengertian Pembelian

Menurut Mulyadi (2001, p299), pembelian adalah suatu usaha yang dilakukan untuk pengadaan barang yang diperlukan oleh perusahaan.

Jenis pembelian berdasarkan pemasok:

1. Pembelian lokal adalah pembelian dari pemasok yang berasal dari dalam negeri
2. Pembelian impor adalah pembelian dari pemasok yang berasal dari luar negeri.

F. Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Proses keputusan pengambilan terdiri dari 5 tahap, a. Pengenalan kebutuhan, b. Pencarian Informasi, c. Evaluasi Alternatif, d. Keputusan Pembelian, dan e. Evaluasi setelah pembelian.

III. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kinerja Atribut Sayuran Di Pasar Tradisional Pasar Baru Bogor

Pada analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk sayuran di pasar tradisional Pasar Baru Bogor dapat diketahui sejauh mana tingkat kepentingan dan kinerja dapat memenuhi keinginan responden/konsumen. Atribut yang dibahas ada 9 atribut diantaranya : keragaman jenis sayuran yang tersedia, kualitas kesegaran sayuran, keramahan

dan pelayanan penjual dalam bertransaksi,garansi/keakuratan timbangan saat melakukan penimbangan sayuran , hargasayuran di Pasar Baru Bogor, penawaran langsung,lokasi pasar,luas pasar,luas area parker yang tersedia dan keamanan di areal parkir.

a.Keragaman Jenis sayuran yang tersedia

Table .2 Keragaman Jenis sayuran yang tersedia

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Tota l	Tingkat Penilaian					Tota l
	ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		ST B (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	0	0	9	15	6	30	0	0	10	14	6	30
Persentas e (%)	0,0 0	0,0 0	30,0 0	50,0 0	20,0 0	100	0,0 0	0,0 0	33,3 3	46,6 7	20,0 0	100
Jumlah Bobot Nilai	0	0	27	60	30	117	0	0	30	56	30	116
Skor Rata-rata(Y)						3,90	Skor Rata-rata(X)					3,87

Keterangan:

STP = Sangat Tidak Penting

TP =Tidak Penting

CP =Cukup Baik

P =Penting

SP =Sangat Penting

STB = Sangat Tidak Baik

TB = Tidak Baik

CB =Cukup Baik

B =Baik

SB = Sangat Baik

b. Kesegaran Sayur

Table.3 Kesegaran Sayur

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Tota 1	Tingkat Penilaian					Tota 1
	ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		ST B (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	0	0	6	13	11	30	1	1	11	13	4	30
Persentase (%)	0,0 0	0,0 0	20,0 0	43,3 3	36,6 7	100	3,3 3	3,3 3	36,6 7	43,3 3	13,3 3	100
Jumlah Bobot Nilai	0	0	18	52	55	125	1	2	33	52	20	108
Skor Rata-rata(Y)						4,17	Skor Rata-rata(X)					3,60

c. Keramahan Penjual Dalam Bertransaksi

Table.4 Keramahan Penjual Dalam Bertransaksi

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Tota 1	Tingkat Penilaian					Tota 1
	ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		ST B (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	0	2	14	10	4	30	0	5	19	4	2	30
Persentase (%)	0,0 0	6,6 7	46,6 7	33,3 3	23,3 3	100	0,0 0	16,6 7	63,3 3	13,3 3	6,6 7	100
Jumlah Bobot Nilai	0	4	42	40	20	106	0	10	57	16	10	93
Skor Rata-rata(Y)						3,53	Skor Rata-rata(X)					3,10

d. Garansi /Keakuratan timbangan saat melakukan penimbangan sayuran

Table.5 Garansi /Keakuratan timbangan saat melakukan penimbangan sayuran

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Total	Tingkat Penilaian					Total
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		STB (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	0	3	10	6	11	30	0	4	18	7	1	30
Persentase (%)	0,00	10,00	33,33	20,00	36,67	100	0,00	13,33	60,00	23,33	3,33	100
Jumlah Bobot Nilai	0	6	30	24	55	115	0	8	54	28	5	95
Skor Rata-rata(Y)						3,90	Skor Rata-rata(X)					3,87

e. Harga Sayuran

Table.6 Harga Sayuran

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Total	Tingkat Penilaian					Total
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		STB (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	0	1	8	10	11	30	0	0	8	18	4	30
Persentase (%)	0,00	3,33	26,67	33,33	36,67	100	0,00	0,00	26,67	60,00	13,33	100
Jumlah Bobot Nilai	0	2	24	40	55	121	0	0	24	72	30	116
Skor Rata-rata(Y)						40,03	Skor Rata-rata(X)					3,87

f. Keaktifan Penjual Dalam Memasarkan /Menawarkan Produk

Table.7 Keaktifan Penjual Dalam Memasarkan /Menawarkan Produk

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Tota 1	Tingkat Penilaian					Tota 1
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		ST B (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	3	6	12	7	2	30	0	1	20	7	2	30
Persentase (%)	10,0 0	20,0 0	40,0 0	23,3 3	6,6 7	100	0,0 0	3,3 3	66,6 7	23,3 3	6,6 7	100
Jumlah Bobot Nilai	3	12	36	28	10	89	0	2	60	28	10	100
Skor Rata-rata(Y)						2,97	Skor Rata-rata(X)					3,33

g. Lokasi Pasar Yang Sanagt Terjangkau

Table.8 Lokasi Pasar Yang Sanagt Terjangkau

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Total	Tingkat Penilaian					Total
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		STB (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	4	2	8	9	7	30	0	3	11	11	5	30
Persentase (%)	13,33	6,67	26,67	30,00	23,33	100	0,00	10,00	36,67	36,67	16,67	100
Jumlah Bobot Nilai	4	4	24	36	35	103	0	6	33	44	25	108
Skor Rata-rata(Y)						3,43	Skor Rata-rata(X)					3,60

h. Luas Area Parkir Yang Tersedia

Table.9 Luas Area Parkir Yang Tersedia

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Total	Tingkat Penilaian					Total
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		STB (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	2	3	9	10	6	30	1	7	11	8	3	30
Persentase (%)	6,67	10,00	30,00	33,33	20,00	100	3,33	23,33	36,67	26,67	10,00	100
Jumlah Bobot Nilai	2	6	27	40	30	105	1	14	33	32	15	95
Skor Rata-rata(Y)						3,50	Skor Rata-rata(X)					3,17

i. Keamanan Kendaraan di Area Parkir

Table.10 Keamanan Kendaraan di Area Parkir

Uraian	Tingkat Kepentingan						Tingkat Kinerja					
	Tingkat Penilaian					Total	Tingkat Penilaian					Total
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		STB (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)	
Jumlah (Orang)	2	1	5	10	12	30	1	3	18	13	5	30
Persentase (%)	6,67	3,33	16,67	33,33	40,00	100	3,33	10,00	60,00	10,00	16,67	100
Jumlah Bobot Nilai	2	2	15	40	60	119	1	6	54	12	25	98
Skor Rata-rata(Y)						3,97	Skor Rata-rata(X)					3,27

Table:11 Perhitungan Rata-Rata Dari Penilaian Tingkat Kepentingan Dan Kinerja Atribut Sayuran Di Pasar Tradisional Pasar Baru Bogor.

No	Atribut Produk	Penilaian Kepentingan	Penilaian Kinerja	Rta rata skor	
				Kepentingan (Y)	Kepentingan (X)
1	Keragaman Jenis Sayuran	117	116	3,90	3,87
2	Kualitas Kesegaran Sayuran	125	108	4,17	3,36
3	Keramahan dan pelayanan Penjual dalam bertransaksi	106	93	3,53	3,10
4	Garansi/Kakuratan timbangan saat melakukan penimbangan sayuran	115	95	3,83	3,17
5	Harga sayuran	121	116	4,03	3,87
6	Keaktifan penjamnual dalam memasarkan / menawarkan produk	89	100	2,97	3,33
7	Lokasi Pasar yang Sangat terjangkau	103	108	3,43	3,60
8	Luas Areal Parkir Yang Tersedia	105	95	3,50	3,17
9	Keamanan kendaraan diarea parkir	119	98	3,97	3,27
Total Rata-Rata				3,70	3,44

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Karakteristik konsumen pada Pasar Baru Bogor adalah ibu –ibu rumah tangga yang berusia 17 s/d 60 tahun dan pernah melakukan pembelian sayuran di Pasar Boreu Bogor dan pedagang sayuran keliling minimal dua kali dalam sebulan terakhir, diswalayan minimal sekali dalam sebulan terakhir. pengunjung yang paling banyak berasal dari kecamatan Bogor Utara, pengunjung yang paling sedikit berasal

dari kecamatan Tanah Sareal. Berdasarkan usia pengunjung yang paling banyak adalah usia 36 s/d 46 tahun dan 47 s./60 tahun dan yang paling sedikit adalah 17 s/d 25 tahun.

Berdasarkan pendidikan terakhir dari pengunjung yang paling banyak adalah yang berpendidikan SMU , yang paling sedikit adalah S2. Berdasarkan pekerjaan yang paling banyak melakukan pembelian sayur di Pasar Baru Bogor adalah ibu rumah tangga. Berdasarkan pendapatan yang paling banyak melakukan pembelian di Pasar Baru Bogor adalah yang mempunyai penghasilan lebih dari Rp 1.000.000,- perbulan, berdasarkan pengeluaran perbulan untuk pembelian sayur adalah lebih besar dari RP 100.000,-

2. Tingkat kepentingan dan kinerja yang diperoleh dengan menggunakan metode IPA dan digambarkan pada diagram kartesius yang terdiri dari empat kuadran, kuadran ini yang terdiri dari keakuratanj timbangansaat melakukan penimbangan sayuran, keamanan kendaraan di area parkir. Kuadran ke 2 atribut tersebut yakni keragaman jenis sayuran yang tersedia, kesegaran sayuran, harga sayuran dan kuadran ke 3 atribut adalah : keramahan dan pelayanan penjual dalam memasarkan/menawarkan produk, luas area parkir yang tersedia dan kuadran ke 4 atribut lokasi pasar yang sangat terjangkau.

3. Untuk menganalisis kepuasan konsumen menggunakan metode Customer Satisfaction Index, dan nilai yang diperoleh adalah 69.07% dan nilai ini berada pada kriteria puas.

B. Saran

Pihak Pengelola Pasar Baru Bogor hendaknya lebih memperhatikan keamanan kendaraan di area parkir karena banyaknya pengunjung yang mengeluhkan hal ini. dan dengan adanya swalayan di Pasar Baru Bogor maka hal ini menimbulkan persaingan antara pasar tradisional dan pasar swalayan. Dan pihak pengelola Pasar Baru Bogor hendaknya memperhatikan kebersihan pasar dan keamanan dari parkir

kendaraan, dengan alasan sebagian konsumen terkadang mengurungkan niatnya untuk datang ke pasar dengan alasan keamanan parkir kendaraan kurang aman.

Pihak UPTD Pasar Baru Bogor hendaknya lebih memperhatikan terhadap kekurangan yang ada serta mempertahankan yang sudah baik diantaranya adalah keragaman dari jenis sayuran yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hakim Dzulfikar.2007. Analisis Prospek Permintaan Jasa Pasar Dan Studi Kelayakan Pembangunan Pasar Tradisionail Di Kecamatan Cicantayan Kabupaten Sukabumi. Departemen Ilmu –Ilmu Sosial Ekon Omi Pertanian .Fakultas Pertanian ,IPB .Bogor.
- Baliawati,F.Yayuk ,Khomsan,A & Dwiriani ,Mweti C.2004. Pengantar Pangan dan Gizi.Penebar Swadaya ,Jakarta
- Budi Nurdiana,2007. Analisis Kinerja Kompetitif Bisnius Sayuran Segar CV Putri Segar ,Lembang Kabupaten Bandung,Provinsi Jawa Barat, Departemen Ilmu – Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian ,Fakultas Pertanian IPB Bogor.
- Darmawan Eka Yanto ,2007. Analisis Proses Keputusan Petani Dalam Pembvelian Benih Cabe Merah Keriting Varietas TM 999 (Kasus di desa Cisarua Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Sukabumi,Jawa Baratr). Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertyanian IPB Bogor.
- Direktu Jendral Holtikultura 2005
- Engel,J.,F.R.DE Blackwell dan P.W. Miniard.1995.Perilaku Konsumen Edisi ke Enam >Jilid 1 dan 2 Binarupa Aksara. Jakarta
- Ergandia,Erma R.2006.Analisis Respon Konsumen Jilid I dan II .Edisi keenam . Jakarta : Bina Rupa Aksara
- Kotler,Philip.2002.Manajemen Pemasaran .Jilid I dan II Edisi Milenium . Jakarta. PT Prenhallindo.
- Lusianto.Joanes.2004. Analisis Strategi Pemasaran Dengan Sistem Penjualan Lansung (Kasus PT Orindo Alam Ayu).Skripsi Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian .Fakutas Pertanian .IPB Bogor.

- Mei.M.H,Theresia. Analisis Pendapatan Usaha Tani dan Pemasaran Sayuran Organik Yayasan Bina Sarana Bhakti, skripsi Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian .IPB.Bogor
- Mowen.C.John.1998.*Costumer Behaviour* .4 th Edition. Prectice Hall Internasional Edition New York
- Rahayu Sri.2005.Analisis Penentuan Lokasi Optimal Pasar Tradisional Sebai Pusat perdagangan di kota Bekasi dalam pengembangan wilayah.Skripsi Program Sarjana.Program studi aaaaaekonomi apertanian dan Sumberdaya Fakultas Pertanian IPB Bogor.
- Rahardi,F.Rony Palungkun dan Asiani Budiarti .2001.Agribisnis Tanaman Sayur. Penebar Swadaya Jakarta.
- Rangkuti.F.2002 *Measuring Custumer Stisfaction:Gainining Custumer Relationship Strategy*. PT Gramedia Jakarata
- Saptono,E dan Agus Andoko .2005.Bertanam Sayuran Organik di Pekarangan .PT Argo Media Pustaka.Depok
- Sumarwan .U.2004 .Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran PT.Ghalia Indonesia .Bogor
- Sutisna .2001.Perilaku Konsumen dan Kominikasi Pemasaran.PT Remaja Rosdayakarya. Bandung