

SIKAP KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH PISANG CAVENDISH DI PASAR MODERN KOTA BANDAR LAMPUNG

OLEH

Ni Luh Puji Okta Wahyuni

RINGKASAN

Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor yaitu tanaman pangan, hortikultura, kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Buah-buahan merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki peranan dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat. Yang menjadi primadona dikonsumsi oleh masyarakat adalah buah pisang. Pisang merupakan komoditas yang paling banyak diproduksi sehingga pisang dijadikan komoditas unggulan di Lampung. Produksi pisang di Lampung saat ini terbesar ketiga di Indonesia setelah Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah. Provinsi Lampung menyumbang 1.09.545/ton dari total produksi pisang di Indonesia (Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura, 2019). Data Penjualan buah pisang di Kota Bandar Lampung tahun 2019 Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung (2019) yaitu pisang raja 22.295, pisang ambon 18.515, pisang kapok 15.155, pisang mas 13.370, pisang tanduk 4.375, dan pisang cavendish 2.975.

Dari data penjualan yang terendah adalah buah pisang cavendish, pisang cavendish yang sering dijumpai di pasar modern biasanya berlabel Sunpride dengan jenis cluster yang terdiri dari 3-8fingers. Masyarakat saat ini cenderung menyukai berbelanja di ritel modern mereka berbelanja di berbagai jenis ritel modern seperti hipermarket, supermarket, maupun minimarket sehingga tidak heran berbagai jenis ritel pun sudah menjangkau ke daerah-daerah. Oleh karena itu produsen atau pelaku usaha pisang cavendish di pasar modern perlu memahami bagaimana keinginan konsumen dengan melihat perilaku konsumen sehingga produsen dapat

merencanakan atau mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Tujuan dalam penelitian ini yaitu 1). Mengidentifikasi karakteristik umum konsumen buah pisang cavendish di pasar modern Kota Bandar Lampung, 2). Mengidentifikasi tahap-tahap proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian pisang cavendish di pasar modern Kota Bandar Lampung, dan 3). Menganalisis sikap konsumen dalam pembelian buah pisang cavendish di pasar modern Kota Bandar Lampung.

Metode penelitian yang digunakan *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode analisis yang analisis deskriptif dan analisis *fishbein*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen yang membeli buah pisang cavendish di chandra supermarket dan indogrosir adalah perempuan dengan pekerjaan ibu rumah tangga yang telah berumur 28- 40 tahun dengan tingkat pendidikan yang sudah baik dengan pendapatan rata-rata Rp 2000.000- 4000.000 perbulan dengan pengeluaran perbulan sebesar Rp 1000.000- 3000.000. Proses pengambilan keputusan pembelian dimulai dari tahap pengenalan kebutuhan pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif konsumen, keputusan pembeli konsumen dan evaluasi pasca pembelian konsumen puas dengan buah pisang cavendish. Berdasarkan sikap konsumen atribut dengan skor paling tertinggi adalah atribut manfaat fungsional produk sebesar 21,89 dengan kategori sangat positif.