

Vol. 12 No. 1, Bulan Maret Tahun 2024

Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Rawakalong Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi

Hasbi Yahya Al Aziz, Slamet Abadi Dan Fatimah Azzahra

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

hasbiyahyaa@gmail.com

(Received: Oct-10- 2023; Accepted: Feb-26-2024; Published: March-30- 2024)

ABSTRACT

The Rawakalong Market is a traditional market located in Setiamekar Village, Tambun Selatan Subdistrict, Bekasi Regency. The variety of vegetable products available in the Rawakalong Traditional Market has intensified competition among vendors as they strive to attract consumers to ensure the sale of their vegetables in the market. Vendors need to understand the conditions and desires of consumers, as well as consumer attitudes in purchasing vegetables. The objective of this research is to analyze the process and attributes of vegetables and the market that influence consumer attitudes when buying vegetables at the Rawakalong Traditional Market. The research method employed is a mixed-method approach. The sample consists of 100 individuals selected through accidental sampling. Primary and secondary data are utilized, and data collection techniques include questionnaire distribution, observation, interviews, and literature review. Instrument validation and reliability tests are conducted. The data analysis involves descriptive analysis to examine the decision-making process and Fishbein's multi-attribute analysis to assess consumer attitude values. The results of this study indicate that the decision-making process, vegetable attributes, and market attributes play a significant role in the purchasing decisions of the respondents. Consumer attitudes toward vegetable attributes receive a total consumer attitude value (Ao) of 98.18, categorized as positive, indicating that vegetable attributes are well-maintained. The total consumer attitude value for market attributes is 92.70, categorized as positive. However, in the sub-attribute of infrastructure, the score is the lowest at 13.42. This suggests that infrastructure attributes can be an area of evaluation for the market stakeholders to enhance existing facilities.

Keywords: Attitude; Decision; Fishbein Multiattribute Analysis; Traditional Market; Vegetable.

ABSTRAK

Pasar Rawakalong merupakan Pasar Tradisional di Desa Setiamekar, Kecamatan. Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Banyaknya jenis produk sayuran yang tersedia di Pasar Tradisional Rawakalong membuat persaingan di pasar semakin ketat karena pedagang sayuran berlomba-lomba untuk menarik konsumen agar sayurnya laku di Pasar. Para pedagang perlu memahami kondisi dan hal yang diinginkan konsumen dan sikap konsumen dalam pembelian sayuran. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis proses serta menganalisis atribut sayuran dan pasar terhadap sikap konsumen dalam membeli sayuran di Pasar Tradisional Rawakalong. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah mix method. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang menggunakan accidental sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner, observasi, wawancara dan kajian literatur. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menganalisis proses keputusan pembelian dan analisis multiatribut Fishbein untuk menganalisis nilai sikap konsumen. Hasil penelitian ini proses keputusan pembelian, atribut sayuran dan atribut pasar memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian para responden. sikap konsumen pada atribut sayuran mendapatkan nilai total sikap konsumen (Ao) sebesar 98,18 dengan kategori nilai positif yang dimana atribut sayuran dapat dipertahankan. Pada total nilai sikap konsumen pada atribut pasar mendapatkan nilai total sikap konsumen (Ao) sebesar 92,70 dengan kategori positif tapi pada sub atribut sarana prasarana mendapatkan nilai paling rendah dengan skor 13,42. Atribut sarana prasarana bisa menjadi bahan evaluasi pihak pasar agar bisa meningkatkan fasilitas yang ada.

Kata kunci: Analisis Multiatribut Fishbein; keputusan; pasar tradisional; sayur; sikap.



PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan salah satu jenis komoditas yang berpotensi dan memiliki peranan penting pada pembangunan ekonomi pada sektor pertanian maupun sektor pangan terutama pada komoditas sayuran. Sayuran merupakan bagian penting pada salah satu sumber pangan di Indonesia yang sehat dan bergizi. Sayuran merupakan hasil dari usaha tani yang dapat disimpan dan diperjual belikan, umumnya sayuran tersebut dijual melalui pengepul atau langsung ke pasar tradisional maupun pasar modern.

Menurut data BPS rata-rata pengeluaran konsumsi sayur-sayuran per kapita sebulan di Indonesia cenderung fluktuatif dalam 5 tahun terakhir dari 2017 hingga 2021 Badan Pusat Statistik, 2022. Namun untuk rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk konsumsi pada kelompok komoditas sayuran di Kabupaten Bekasi mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini berbanding lurus dengan jumlah produksi tanaman sayuran, khususnya pada tanaman cabai besar, cabai rawit, sawi, dan kangkung, bahkan tanaman kangkung sudah mencapai 100. 237 kuintal atau setara dengan 10. 000 ton. Hal tersebut menandakan terdapat perkembangan usaha pada komoditas sayuran. Pasar tradisional merupakan tempat dimana bertemunya para penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi tawar menawar secara tatap muka Tambunan, 2020.

Keberadaan pasar tradisional di Indonesia mampu membantu para konsumen dalam mencari kebutuhan pangan. Pasar tradisional juga memiliki beberapa kelemahan seperti, mengalami masalah dalam pengelolaan sampah dan kebersihan, sehingga membuat pelanggan kurang nyaman. Dalam kondisi tersebut masih banyak konsumen yang lebih memilih belanja di pasar tradisional, karena mudah untuk terjadinya tawar menawar dan sayuran yang disediakan juga terbilang masih segar karena tidak disimpan di lemari pendingin.

Kegiatan jual beli sayuran terus berkembang di pasar tradisional, hal ini tidak menjamin

bahwa penjualan sayuran di setiap tempat mengalami peningkatan yang serupa khususnya di pasar tradisional Rawakalong. Pedagang sayuran yang melakukan jual beli sayuran di tempat ini cenderung fluktuatif informasi ini didapat dari beberapa penjual sayur, ditambah lagi para konsumen banyak beralih ke pedagang sayuran keliling karena pada Januari 2018 dan September 2019 pasar ini mengalami insiden kebakaran yang dimana hampir melenyapkan setiap sisi pasar khususnya para pedagang sayuran. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Masitah, Nursalam dan Dewi 2022 menunjukkan bahwa nilai sikap tertinggi sayuran di pasar tradisional terdapat pada atribut Keberagaman sayuran dan Kesegaran sayuran.

METODE

Penelitian mengenai sikap konsumen pada pembelian sayuran ini dilakukan di Pasar tradisional Rawakalong, tepatnya di Jalan. Rawakalong Nomor 20, Desa Setiamekar, Kecamatan. Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510. Waktu penelitian dilakukan selama dua bulan yaitu pada Juni sampai Agustus 2023.

Pengambilan sampel data penelitian ini dengan menunggu responden yang berbelanja sayur di pasar tradisional Rawakalong. Teknik sampling yang diusulkan adalah non probabilitas siapa saja yang hadir dan membeli sayuran di pasar tradisional Rawakalong lalu bertemu dengan peneliti maka orang tersebut cocok untuk dijadikan sumber data. Penentuan menggunakan accidental sampling karena responden dipilih secara acak dengan minimal sudah 3 kali membeli sayuran di pasar tradisional Rawakalong.

Kriteria responden yang akan menjadi sampel pada penelitian ini ialah konsumen yang melakukan pembelian sayuran di pasar tradisional Rawakalong, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen sayuran di pasar tradisional Rawakalong. Penentuan jumlah sampel yang telah dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono

(2015) adalah ukuran sampel yang layak atau baik dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 responden. Maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden. Maka penentuan penentuan jumlah 100 sampel/responden ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, dan kuisioner

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dengan mencari nilai dominan tertinggi yang didapat dari kuisioner tentang proses keputusan pembelian yang mencakup pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keinginan untuk membeli dan perilaku pasca pembelian. Untuk mengukur uji instrumen data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, kemudian menggunakan metode analisis Fishbein dengan mencari nilai terbesar dan terkecil dari variabel kepentingan (ei) dan kepercayaan (bi) sehingga diperoleh kedua hasil olahan data tersebut kemudian dianalisis dan diambil kesimpulannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keputusan pembelian konsumen dalam membeli sayuran di Pasar Rawakalong melalui beberapa tahapan. Proses pertama yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian diawali pada saat konsumen merasakan adanya kebutuhan atau keinginan untuk membeli suatu produk atau layanan (Galang, 2021). Para responden menyadari akan adanya kebutuhan yang harus terpenuhi, sehingga mereka akan mencari informasi tentang produk yang ingin dibeli baik melalui internet, teman, keluarga atau sumber lainnya untuk memenuhi keinginan atau mengatasi masalah yang dirasakan oleh konsumen.

Proses Keputusan Pembelian

Proses pembelian sayuran di Pasar Rawakalong dimulai ketika konsumen merasakan dan menyadari adanya kebutuhan akan sayuran segar. Langkah pertama dalam

menyadari kebutuhan ini adalah mendeteksi motivasi atau alasan dibalik keinginan konsumen untuk membeli sayuran (Sutarni et al, 2018). Pada pengenalan kebutuhan responden menganggap mengonsumsi sayuran merupakan hal yang sangat penting. Dominan dari mereka merasa sayuran memiliki manfaat diantaranya ialah untuk memenuhi kebutuhan gizi dan vitamin keluarga/menjaga Kesehatan ditandai dengan nilai presentasi sebanyak 78,00 persen. Produk lain yang dibeli selain sayuran ialah jajanan dengan nilai 62,00 persen.

Langkah selanjutnya dalam proses pengambilan keputusan pembelian sayuran di Pasar Rawakalong yakni evaluasi alternatif. Tahapan ini adalah proses dimana konsumen membandingkan berbagai pilihan produk atau merek yang tersedia agar dapat memutuskan produk mana yang paling cocok menurut kebutuhan, preferensi dan kriteria mereka. Kriteria tersebut dijadikan sebagai landasan awal konsumen dalam membeli sayuran segar di Pasar Rawakalong. Pada pencarian informasi dominan dari responden mendapatkan informasi dari keluarga, teman, tetangga dan kenalan dengan skor 100 persen).

Uji Instrumen

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas adalah indikator yang menggambarkan sejauh mana suatu alat ukur memiliki keabsahan. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan software SPSS v.25.00 for Windows dengan jumlah responden 30 orang. Metode pengolahan data yang digunakan pada uji validitas penelitian ini jika Sig. 2-tailed < 0,05 maka data dapat dikatakan signifikan, maka instrumen dikatakan valid. Atribut yang diuji menggunakan uji validitas berjumlah 12 atribut. Tingkat kepentingan model Fishbein semuanya mendapatkan skor dengan kriteria Sig. 2tailed < 0,05, yang dimana masuk kategori signifikan atau valid.

Reabilitas merupakan uji kuisioner untuk melihat bagaimana tingkat keandalan suatu kuisioner. Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan software SPSS v.25.00 untuk Windows dengan jumlah responden 30 orang.

Metode pengolahan data yang digunakan pada uji reabilitas ini menggunakan teknik korelasi Cronbach Alpha dengan asumsi nilai Cronbach Alpha yang digunakan adalah 0,60.

Uji reabilitas kuisisioner tingkat kepentingan menghasilkan Cronbach Alpha 0,901. Maka kuisisioner ini dapat dikatakan realibel karena hasil uji reabilitas kuisisioner tingkat kepentingan (0,901) lebih besar dari asumsi nilai Cronbach Alpha yang digunakan (0,60). Uji reabilitas kuisisioner tingkat kepercayaan menghasilkan Cronbach Alpha 0,864. Maka kuisisioner ini dapat dikatakan realibel karena hasil uji reabilitas kuisisioner tingkat kepercayaan (0,864) lebih besar dari asumsi nilai Cronbach Alpha yang digunakan (0,60).

Analisis Multiatribut Fishbein

Tahapan selanjutnya dalam proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Rawakalong adalah pasca pembelian. Tahapan ini merupakan rangkaian tindakan atau refleksi yang terjadi setelah konsumen melakukan pembelian sayuran. Pada tahap ini responden memutuskan untuk membeli sayuran secara terencana dengan skor 72,00 persen, dan melakukan frekuensi pembelian sebanyak 2-3x dengan skor 56,00 persen, meskipun sayuran disana mengalami kenaikan harga responden tetap membeli sayuran tersebut hal ini ditandai dengan skor pilihan responden sebanyak 82,00 persen.

Pasca pembelian jika rata-rata sayuran naik akan memiliki dampak pada tindakan dan sikap konsumen setelah melakukan pembelian produk. Dampak pada perilaku konsumen pasca pembelian jika harga naik yaitu perubahan pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen. Pada tahap ini responden merasa kunjungan pada saat ke Pasar Tradisional Rawakalong merasa puas dengan skor 100 persen dan juga responden berniat berkunjung kembali dengan skor dominan sebesar 100 persen.

Tabel 1. Hasil Analisis Sikap Konsumen Pada Atribut Sayuran

Atribut Sayuran	Skor Tingkat Konsumen		Ao (ei x bi)	Kategori Nilai
	Kepentingan (ei)	Kepercayaan (bi)		
Harga sayur	4,30	4,18	17,98	Positif
Kesegaran	4,38	4,12	18,05	Positif
Dayatahan	3,88	3,61	14,01	Netral
kebersihan	4,26	3,89	16,57	Positif
ketersediaan	4,21	3,90	16,42	Positif
ukuran sayur	4,11	3,69	15,17	Netral
$\sum ei \times bi$			98,18	Positif

Keterangan :

ei : Kepentingan

bi : Kepercayaan

Hasil analisis sikap konsumen pada atribut sayuran mendapat total skor sikap konsumen sebesar 98,18 berada di rentang skala $92,4 \leq Ao < 121,2$, maka nilai sikap konsumen terhadap atribut sayuran di Pasar Rawakalong ini termasuk kedalam kategori Positif (Tabel1).

Atribut kesegaran sayur menjadi atribut penilai utama konsumen pada atribut sayur. Menurut Wahyuni, responden Pasar Tradisional Rawakalong atribut kesegaran sayuran memiliki peran yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian karena sayuran lebih segar, dan memiliki warna yang lebih cerah biasanya memiliki rasa yang lebih baik dan sehat. sedangkan keragaman produk menjadi pilihan teratas pada atribut lokasi.

Tabel 2. Hasil Analisis Sikap Konsumen Pada Atribut Tempat Pasar

Atribut Pasar	Skor Tingkat Konsumen		Ao (ei x bi)	Kategori Nilai
	Kepentingan (ei)	Kepercayaan (bi)		
kebersihan tempat	4,17	3,59	14,97	Netral
sarana parkir	4,15	3,66	15,20	Netral
keramahan pedagang	4,01	3,72	14,92	Netral
kedekatan lokasi	4,27	3,86	16,48	Positif
keragaman produk	4,3	4,03	17,33	Positif
Sarana prasarana	4,13	3,25	13,42	Netral
$\sum ei \times bi$			92,70	Positif

Hasil analisis sikap konsumen pada atribut tempat Pasar Rawakalong (Tabel 2), memiliki nilai 92,70 berada di rentang skala $92,4 \leq A_o < 121,2$, maka nilai sikap konsumen terhadap atribut tempat di pasar Rawakalong ini termasuk kedalam kategori Positif.

Atribut keragaman produk menjadi pilihan teratas pada atribut lokasi. Menurut Aliyah, responden Pasar Tradisional Rawakalong atribut keragaman produk pada atribut pasar memiliki peranan penting karena salah satu alasan konsumen pergi pasar ialah untuk mencari lebih banyak pilihan produk yang tersedia. Atribut terendah ada pada atribut sarana prasarana yang dimana meraih total skor 13,42 masuk kategori netral. Menurut Mira, responden Pasar Tradisional Rawakalong atribut sarana prasarana harus mendapatkan perhatian khusus agar bisa lebih ditingkatkan lagi dari segi fasilitas yang ada. Atribut sarana prasarana bisa menjadi bahan evaluasi pihak pasar agar bisa meningkatkan fasilitas yang ada. Segmentasi konsumen terhadap pembelian sayur di Pasar Tradisional Rawakalong di dominasi oleh lansia awal yang kebanyakan berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dan memiliki penghasilan dengan rata-rata Rp4.523.000,00. Atribut sarana prasarana dan kenyamanan yang ada di Pasar Tradisional Rawakalong harus di tingkatkan dan tidak menutup kemungkinan akan mendatangkan konsumen-konsumen baru, dan juga konsumen yang sudah melakukan pembelian akan tetap membeli walaupun ada beberapa produk yang ditawarkan mengalami kenaikan harga.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari penjelasan dan analisis data yang didapat pada penelitian yang berjudul analisis sikap konsumen pada pembelian sayur di Pasar Tradisional Rawakalong maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Proses pengambilan keputusan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Rawakalong diawali dengan pengenalan kebutuhan yang dimana konsumen melakukan pembelian sayur guna untuk memenuhi kebutuhan gizi dan vitamin

keluarganya. Para konsumen mengetahui informasi sayuran secara pribadi melalui teman, tetangga dan keluarga. Pada tahap evaluasi konsumen lebih mempertimbangkan atribut fisik sayuran selanjutnya pada tahap pembelian para konsumen memutuskan pembelian sayuran secara terencana dan meskipun nanti harga sayuran mengalami kenaikan konsumen tetap membeli sayuran tersebut, Pada tahap pasca pembelian para konsumen cenderung puas dan berniat untuk berkunjung kembali. Berdasarkan analisis multiatribut Fishbein terhadap nilai sikap konsumen pada atribut sayuran mendapatkan nilai total sikap konsumen (A_o) sebesar 98,18 dengan kategori nilai positif yang dimana menandakan bahwa atribut sayuran di Pasar Tradisional Rawakalong dapat dipertahankan. Pada total nilai sikap konsumen pada atribut pasar mendapatkan nilai total sikap konsumen (A_o) sebesar 92,70 dengan kategori positif tapi pada sub atribut sarana prasarana mendapatkan nilai paling rendah dengan skor 13,42. Atribut sarana prasarana bisa menjadi bahan evaluasi pihak pasar agar bisa meningkatkan fasilitas yang ada.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka, diharapkan kepada konsumen agar dapat mempertahankan pertimbangan keputusan yang sudah ada dalam melakukan pembelian sayurannya di pasar tradisional Rawakalong. Pihak pengelola pasar agar dapat meningkatkan sarana prasarana dan fasilitas yang ada supaya konsumen semakin merasa aman dan nyaman. Dengan peneltiaian ini diharapkan kepada pedagang dapat menjaga dan meningkatkan kualitas atribut yang sudah ada baik produk sayuran maupun pasar sehingga meningkatkan daya Tarik konsumen dalam berbelanja di pasar traditional Rawakalong.

REFERENCES

- Aditiya, V., Sari, Y., & Santika, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome PT

- Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6212-6224. Diakses pada 28 September 2023 melalui <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6480>
- Arifiana, W. E., Kumadji, S., & Fanani, D. 2013. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian (Survei pada ibu rumah tangga perumahan Bumi Asri Sengkaling RW 05 Desa Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang pembeli deterjen Rinso) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Badan Pusat Statistik. 2022. Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal (rupiah), 2022
- Galang, T. (2021). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Masitah, M., Nursalam, N., & Dari, D. Y. (2022). Sikap konsumen dalam membeli sayuran di pasar tradisional dan pedagang sayur keliling di kabupaten kolaka. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1329-1337. Diakses pada 25 Agustus 2023 melalui <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/7991>
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. In IPB Press
- Sasmaya, I., Indriani, Y., & Gultom, D. T. 2020. Perilaku konsumen dalam pembelian sayuran di pasar tradisional Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(3), 330-337. Diakses pada 12 Maret 2023 melalui <http://dx.doi.org/10.23960/jia.v7i3.3770>
- Saodah, D. S., & Malia, R. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *AGROSCIENCE*, 7(1), 178-193. Diakses pada 5 Januari 2023 melalui <https://jurnal.unsur.ac.id/agroscience/article/view/51/39>
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. 2018. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*. Diakses pada 24 Januari 2023 melalui <https://jurnal.polinela.ac.id/JFA/article/view/1107/757>
- Utami, K., Rauf, A., & Salmiah, S. 2019. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Medan. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi dan Ilmu Pertanian*, 3(2), 75-84. Diakses pada 12 Maret 2023 melalui <https://ojs.uma.ac.id/index.php/agrotekma/article/download/2241/2034>