

**ANALISA PERILAKU KONSUMEN RUMAH TANGGA
TERHADAP JERUK LOKAL DAN JERUK IMPOR CHINA
DI KOTA PADANG SETELAH DIBERLAKUKANNYA
ASEAN CHINA *FREE TRADE AREA* (ACFTA)**

Oleh :

SERLY DERANTI
06114024



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2011**

ANALISA PERILAKU KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP JERUK LOKAL DAN JERUK IMPOR CHINA DI KOTA PADANG SETELAH DIBERLAKUKANNYA ASEAN CHINA *FREE TRADE AREA* (ACFTA)

ABSTRAK

Diberlakukannya ASEAN China *Free Trade Area* (ACFTA) pada tanggal 1 telah menyebabkan semakin meluasnya pangsa pasar jeruk impor China. Penghapusan tarif hingga nol persen, telah menyebabkan harga jeruk impor China yang semakin murah dan akses yang semakin mudah. Perubahan perilaku konsumen diidentifikasi sebagai salah penyebab terjadinya penurunan penjualan jeruk lokal sebesar 30% dan peningkatan penjualan jeruk impor China di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pemasaran jeruk di Kota Padang dan perbandingan perilaku konsumen rumah tangga terhadap jeruk lokal dan jeruk impor China setelah diberlakukannya ACFTA.

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang dan dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober 2010. Penelitian ini menggunakan metode survey. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 9 orang pedagang dan 82 konsumen rumah tangga. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Perilaku konsumen yang diamati meliputi perilaku konsumen yang tampak, persepsi, dan loyalitas. Alat analisa yang digunakan yaitu 1) untuk perilaku konsumen yang tampak menggunakan tabulasi sederhana, 2) persepsi menggunakan alat analisa *importance performance analysis*, dan 3) loyalitas menggunakan tingkat loyalitas konsumen.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa jeruk impor China mudah didapatkan setelah diberlakukannya ACFTA. Jenis jeruk yang banyak terjual baik sebelum dan sesudah diberlakukannya ACFTA yaitu jeruk lokal, namun terjadi penurunan penjualan jeruk lokal sekitar 30-50%. Untuk perilaku konsumen ditemukan bahwa perilaku konsumen terhadap jeruk lokal dan jeruk impor China berbeda pada perilaku yang tampak dan persepsi, namun hampir sama pada tingkat loyalitas. Perbedaan dari perilaku konsumen yang tampak, yaitu jumlah pembelian, frekuensi pembelian, dengan siapa melakukan pembelian dan alasan utama melakukan pembelian. Untuk persepsi, atribut yang dinilai sama yaitu rasa dinilai *maintain*, aroma dinilai *overact*, daya tahan dan pelayanan dinilai *underact*, promosi dan informasi dinilai *low priority*. Penilaian berbeda yaitu terhadap konsistensi rasa, harga, dan akses dinilai *maintain* pada jeruk lokal dan *underact* pada jeruk impor China, tempat penjualan jeruk lokal dinilai *underact* sedangkan pada jeruk impor china dinilai *maintain*, kemasan pada jeruk lokal dinilai *low priority* dan dinilai *overact* pada jeruk impor China. Untuk tingkat loyalitas konsumen hampir sama, yaitu tertinggi pada *liking the product*. Perbedaannya hanya pada tingkatan keempat dan kelima. Tingkatan keempat pada jeruk lokal adalah *committed buyer*, sedangkan jeruk impor China adalah *switcher*, dan tingkatan kelima pada jeruk lokal yaitu *switcher* sedangkan pada jeruk impor China adalah *limited buyer*.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi ekonomi merupakan suatu proses yang menyebabkan semakin terintegrasinya berbagai aspek perekonomian suatu negara dengan perekonomian dunia. Pembentukan harga komoditas di setiap negara semakin terintegrasi dengan dinamika pasar dunia dan preferensi konsumen di seluruh negara dalam aspek tertentu semakin mengarah kepada preferensi yang bersifat universal akibat globalisasi informasi (Irawan, 2009). Wujud dari globalisasi ekonomi ini diantaranya adalah dengan dibuatnya kesepakatan kawasan perdagangan, dimana pada kawasan tersebut disepakati suatu perjanjian ekonomi tertentu. Salah satu bentuk kawasan perdagangan adalah kesepakatan ASEAN China *Free Trade Area* (ACFTA).

ACFTA merupakan suatu perjanjian kesepakatan kawasan perdagangan bebas antara negara-negara di kawasan ASEAN dengan negara China. ACFTA mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2010, dimana mulai pada tanggal tersebut, tarif bea masuk pada kawasan ini menjadi nol persen. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kondisi perdagangan antara negara ASEAN dengan China, khususnya Indonesia. Pengaruh ini hampir pada seluruh sektor perekonomian, termasuk pada sektor pertanian. Menurut Mutakin dan Salam (2009), sektor pertanian yang terpengaruh cukup signifikan adalah hortikultura, hal ini dikarenakan penghapusan tarif impor terhadap buah-buahan impor dari China yang memasuki kawasan Indonesia.

ACFTA dapat menimbulkan dampak baik positif maupun negatif. Dampak positif dari perjanjian ACFTA tersebut akan dinikmati langsung oleh sektor yang produknya diekspor ke China, sementara dampak negatif dirasakan oleh produsen dalam negeri yang produknya sejenis dengan produk impor China, yang dipasarkan dalam negeri dan memiliki tingkat daya saing yang relatif kurang kompetitif. Pengamat memprediksi bahwa produk pertanian yang ekspornya meningkat antara lain kelapa sawit, karet, dan kopi, sedangkan yang akan terkena dampak negatif adalah produk yang pasarnya di dalam negeri, yaitu produk

hortikultura (Mutakin dan Salam, 2009). Salah satu komoditi yang terkena dampak negatif adalah jeruk.

Dampak negatif muncul karena ACFTA merupakan fasilitas untuk mempermudah mendatangkan buah-buahan impor (Firdaus dan Wagiono, 2010). Fasilitas ini menyebabkan kemudahan akses pedagang untuk mendapatkan jeruk impor China, tidak terkecuali pedagang kecil. Kondisi ini menyebabkan perubahan pada perdagangan jeruk impor China yang pada awalnya hanya di swalayan-swalayan, namun sekarang juga pada pasar tradisional dan kios buah di pinggir jalan. Meluasnya pangsa pasar jeruk China, menyebabkan semakin mudahnya akses konsumen rumah tangga untuk mendapatkannya. Hal ini juga berpengaruh pada peningkatan informasi dan pengetahuan konsumen terhadap jeruk impor China, sehingga telah menghasilkan suatu persepsi tersendiri.

Buah-buahan impor yang sebagian besar berasal dari daerah sub-tropik dengan tampilan fisik baik warna maupun keseragaman ukuran dan konsistensi rasa yang prima, segera dapat menarik konsumen, disukai pedagang karena memiliki *shelf-life* yang lama. Pada awalnya konsumen kurang berminat dalam mengkonsumsi buah-buahan impor karena harga yang mahal, namun akhir-akhir ini harga buah impor relatif murah. Jeruk impor harganya relatif bersaing dengan harga jeruk lokal, oleh karena itu perkembangan permintaannya sangat pesat. Tidak mengherankan apabila laju perkembangan total nilai jeruk impor sedemikian besar (Firdaus dan Wagiono, 2010).

Produksi jeruk di Indonesia menempati urutan kedua setelah pisang, yaitu sebesar 2,6 juta ton pada tahun 2007 dan dari tahun 2003 hingga tahun 2007 produksinya selalu mengalami peningkatan. Peningkatan ini juga dipengaruhi oleh meningkatnya konsumsi jeruk dikalangan masyarakat. Pada tahun 2006 sampai 2007 konsumsi jeruk per kapita di Indonesia mengalami peningkatan dari 3,07 kg per tahun hingga 3,85 kg per tahun.

Kebutuhan akan jeruk cenderung meningkat setiap tahunnya, hal ini sejalan dengan meningkatnya pendapatan, jumlah penduduk dan kesadaran kebutuhan gizi masyarakat, maka permintaan buah jeruk yang kaya mineral dan vitamin ini akan terus meningkat. Permintaan akan buah-buahan (termasuk jeruk) akan meningkat 10 persen per tahun (kebutuhan segar konsumsi adalah 3,26

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisa perilaku konsumen rumah tangga terhadap jeruk lokal dan jeruk impor China di Kota Padang setelah diberlakukannya ASEAN China *Free Trade Area* (ACFTA) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1) Deskripsi pemasaran jeruk di Kota Padang setelah ACFTA

Jenis jeruk lokal yang dijual adalah jeruk siam dan jeruk madu yang berasal dari daerah Medan, Pasaman, Solok dan Kab.50 Kota, sedangkan jeruk impor China yang dijual adalah jenis *shantang* dan *ponkan*. Sebelum dan sesudah diberlakukannya ACFTA, jeruk yang lebih banyak terjual adalah jeruk lokal, namun semenjak diberlakukannya ACFTA terjadi penurunan penjualan jeruk lokal sekitar 28 %. Penurunan ini terjadi karena peningkatan permintaan jeruk impor China dan berkurangnya pasokan jeruk lokal. Setelah ACFTA harga jeruk mengalami penurunan dari Rp 25.000./kg menjadi Rp 15.000,-18.000./kg. Harga jeruk lokal sangat fluktuatif, yaitu antara Rp 9.000-15.000/kg.

Untuk mendapatkan pasokan jeruk lokal, pedagang melakukan kerjasama dengan pedagang besar, sedangkan untuk jeruk impor China, pedagang tidak melakukan kerjasama dengan pedagang besar. Sebelum diberlakukannya ACFTA pedagang mengaku sulit untuk mendapatkan jeruk impor China, namun semenjak diberlakukannya ACFTA, pedagang menyatakan mudah untuk mengakses jeruk impor China. Semenjak diberlakukannya ACFTA, terjadi perubahan kecenderungan konsumen dalam membeli jeruk lokal, yaitu peningkatan permintaan terhadap jeruk impor China.

2) Perbandingan perilaku konsumen rumah tangga terhadap jeruk lokal dan jeruk impor China setelah diberlakukannya ACFTA

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen terhadap jeruk lokal dan jeruk impor China berbeda pada perilaku yang tampak dan persepsi, namun hampir sama pada tingkat loyalitas. Perbedaan dari perilaku konsumen yang tampak, yaitu jumlah pembelian, frekuensi pembelian, dengan siapa melakukan pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Aurini, Trusain. 2009. *Analisa Perilaku Konsumen Buah Daging Super Merah (Hylocereus costaricensis) Produksi PT.KSE di Kota Padang*. [Sripsi]. Padang. Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Azwar, S. 1991. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- BPS, 2009. *Padang dalam Angka Tahun 2008*. Padang.
- Budiastuti, Yunita. 2010. *Strategi Pengembangan Agribisnis Jeruk (Citrus sp) di Kecamatan Gunung Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota*. [Sripsi]. Padang. Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Daniel, IR Moehar,MS. 2003. *Metode penelitian Sosial Ekonomi*. PT.Bumi Aksara. Jakarta
- Durianto, Damardi. 2001. *Startegi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Engel, James F. Rojer, D Blackwell dan Paul W.Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi Keenam. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Firdaus, M dan Wagiono, Yayah K. *Apakabar Daya Saing Buah Kita ?*. www.firdausipb.files.wordpress.com.
- Hutabarat, Budiman. *et al.* 2007. *Analisis Kesepakatan Perdagangan Bebas Indonesia-China dan Kerjasama AFTA dan Dampaknya Terhadap Perdagangan Komoditas Pertanian Indonesia*. www.psc.litbang.deptan.go.id
- Ibnu, Purna. 2010. *ACFTA sebagai Tantangan Menuju Perekonomian yang Kompetitif*. www.setneg.go.id
- Irawan, Bambang. 2009. *Agribisnis Holtikultura : Peluang dan Tantangan dalam Era Perdagangan Bebas*. www.ejournal.ac.id
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Mutakin, Firman dan Salam, Aziza Rahmaniari. 2009. *Dampak Penerapan ASEAN China Free Trade Agreement (ACFTA) Bagi Perdagangan Indonesia*. www.bni.co.id
- Nazir, M. 1999. *Metoda Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Riduwan. 2003. *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta. Bandung.
- Saptana *et al.* 2001. *Analisis Keunggulan Kompetitif Komoditas Unggulan Hortikultura*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.