ANALISIS PERILAKU KONSUMEN BUAH LOKAL DAN BUAH IMPOR PADA SUPERMARKET ROBINSON PLAZA ANDALAS KOTA PADANG

OLEH

HAFIZ FADHILAH DARMAWAN
0810222125

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2013

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN BUAH LOKAL DAN BUAH IMPOR

PADA SUPERMARKET ROBINSON PLAZA ANDALAS
KOTA PADANG

OLEH

HAFIZ FADHILAH DARMAWAN
0810222125

SKRIPSI

SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2013

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN BUAH LOKAL DAN BUAH IMPOR PADA SUPERMARKET ROBINSON PLAZA ANDALAS

KOTA PADANG

OLEH

HAFIZ FADHILAH DARMAWAN
0810222125

MENYETUJUI:

Dosen Pembimbing I	**Dosen Pembimbing II**
Prof. Dr. Ir. Rahmat Syahni, M.Sc	**Muhammad Hendri, S.P, MM**
NIP. 19570425 198103 1 003	**NIP. 19781004 200604 1 002**

Dekan Fakultas Pertanian	**Ketua Jurusan Sosial Ekonomi**
Universitas Andalas	**Fakultas Pertanian Univ. Andalas**
	Prof. Ir. Yonariza, M.Sc, Ph.D
Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc	**NIP. 19650505 199103 1 003**

NIP. 19531216 198003 1 004

Skripsi ini diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 8 November 2013

No.	Nama	Tanda Tangan	Jabatan
1.	Dr. Ir. Nofialdi, M.Si		Ketua
2.	Muhammad Hendri, S.P, MM		Sekretaris
3.	Nur Afni Evalia, S.P, MM		Anggota

BIODATA

Penulis dilahirkan di Bukittinggi pada tanggal 16 Agustus 1990 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Darmawan Chan dan Alm. Ibu Rafni. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK BKOW pada tahun 1996, SD Negeri 27 Pasar Kambang pada tahun 2002, SMP Negeri 1 Lengayang pada tahun 2005, dan SMA Negeri 1 Lengayang pada tahun 2008. Pada tahun 2008, penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas melalui jalur SPMB.

Padang, November 2013

Hafiz Fadhilah Darmawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya kepada penulis sehingga telah dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **"Analisis Perilaku Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor Pada Supermarket Robinson Plaza Andalas Kota Padang"** ini penulis ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Rahmat Syahni, M.Sc dan Bapak Muhammad Hendri, S.P, MM sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada orangtua dan seluruh teman-teman Program Studi Agribisnis yang selalu membantu dan mendorong penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran untuk kesempurnaannya. Semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam.

Padang, November 2013

HFD

DAFTAR ISI

		Halaman
KATA PENGANTAR……..		i
DAFTAR ISI.....		ii
DAFTAR TABEL		iv
DAFTAR GAMBAR.....		v
DAFTAR LAMPIRAN		vi
ABSTRAK……		viii
I.	**PENDAHULUAN**	
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Perumusan Masalah	4
	1.3 Tujuan Penelitian	8
	1.4 Manfaat Penelitian	8
II.	**TINJAUAN PUSTAKA**	
	2.1 Perilaku Konsumen.....	9
	2.2 Buah-Buahan	16
	2.3 Ritel Modern	18
	2.4 Penelitian Terdahulu	21
III.	**METODE PENELITIAN**	
	3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
	3.2 Metode Penelitian	23
	3.3 Jenis dan Sumber Data	23
	3.4 Metode Pemilihan Sampel	24
	3.5 Variabel yang Diamati	25
	3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian……..	28
	3.7 Metode Analisis Data	29

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan…… 34
4.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas…….. 40
4.3 Karakteristik Konsumen…… 40
4.4 Proses Keputusan Pembelian……. 46
4.5 Sikap Konsumen Terhadap Buah Segar di Supermarket Robinson..……..... 51
4.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Buah Segar Di Supermarket Robinson…… 61
V. KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan…… 71
5.2 Saran…….. 71
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Pertumbuhan Penjualan Buah Lokal dan Impor……..	2
2.	Klasifikasi Iklim Menurut Schmidt dan Ferguson……	17
3.	Jenis Buah-Buahan Berdasarkan Tipe Iklim Dan Bulan Kering……	18
4.	Variabel Laten dan Variabel Indikator Pada Toko……...	27
5.	Interpretasi Skala Untuk Pengukuran Sikap Fishbein……...	31
6.	Informasi Karakteristik Responden……..	41
7.	Data Pencarian Informasi Responden……..	47
8.	Manfaat Yang Dicari Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah-Buahan……..	
	Sebaran Data Keputusan Pembelian…….	49
9.	Skala dan Tingkat Kepentingan Atribut Buah Segar……	50
10.	Urutan Kinerja Atribut Buah Lokal……..	51

11. Sikap Konsumen Terhadap Buah Lokal…….. 53

12. Urutan Atribut Buah Impor Sesuai Dengan Kinerja…… 53

13. Sikap Konsumen Terhadap Buah Impor……. 56

14. Hasil Analisis Fishbein Untuk Buah Lokal dan Buah Impor. 58

15. Skor Maksimum yang Mungkin Diperoleh Dalam Menentukan Sikap Pada Buah Segar…….. 59

16. Proporsi Jawaban Responden Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Buah Segar di Supermarket Robinson…….. 60

17. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Buah Segar Di Supermarket Robinson……. 62

18. 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Model Keputusan Konsumen (Howard & Sheth, 1969)…… 10

2. Struktur Manajemen Supermarket Robinson……. 36

3. Sebaran Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin…… 42

4. Sebaran Data Responden Berdasarkan Usia…….. 43

5. Sebaran Data Responden Berdasarkan Status Pernikahan… 43

6. Sebaran Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.. 44

7. Sebaran Data Responden Berdasarkan Pekerjaan…… 45

8. Taraf Kepentingan Mengonsumsi Buah-Buahan Bagi Konsumen Supermarket Robinson…….. 46

9. Pengaruh Promosi Dalam Pembelian Buah Segar…….. 47

10. Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Segar Robinson…….. 50

11.

.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1.	Perkembangan Impor Komoditas Buah Tahun 2007-2011..	77
2.	Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin Propinsi Sumatera Barat Tahun 2010……	78
3.	Peranan PDRB Perkapita Kabupaten/Kota Terhadap PDRB Provinsi Sumatera Barat Tahun 2010……...	
	Nama dan Lokasi Mall/Plaza di kota Padang tahun 2010…	79
4.	Jenis Buah-Buahan dengan Ketinggian Tempat yang Sesuai……	80
5.	Data Perbandingan Harga Buah Segar di Beberapa Supermarket di Kota Padang Pada Bulan Juni-Agustus 2013…….	81
6.	Tabel Cochran Q-Test……..	
	Data Pengenalan Kebutuhan Konsumen……..	82
7.	Hasil Uji Validitas Kuesioner……...	83
8.	Hasil Uji Reliabilitas Kuisoner…….	84
9.	Data Sikap Responden Terhadap Buah Lokal…….	85
10.	Data Sikap Responden Terhadap Buah Impor…….	93
11.	Tampilan Data Pengujian I Cochran Q-Test……	94
12.	Penghitungan nilai Q pada Pengujian I Cohcran Q-Test.....	95
13.	Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian I Cochran Q-Test..	96
14.	Tampilan Data Pengujian II Cochran Q-Test……...	97

15. Penghitungan nilai Q pada Pengujian II Cohcran Q-Test.... 98

16. Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian II Cochran Q-Test 99

17. Tampilan Data Pengujian III Cochran Q-Test……. 100

18. Penghitungan nilai Q pada Pengujian III Cohcran Q-Test... 101

19. Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian III Cochran Q-Test 102

20. Tampilan Data Pengujian IV Cochran Q-Test…….. 103

21. Penghitungan nilai Q pada Pengujian IV Cohcran Q-Test... 104

22. Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian IV Cochran Q-Test..... 105

23. Tampilan Data Pengujian V Cochran Q-Test…….. 106

24. Penghitungan nilai Q pada Pengujian V Cohcran Q-Test....

Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian V Cochran Q-Test

Tampilan Data Pengujian VI Cochran Q-Test…… 107

25. Penghitungan nilai Q pada Pengujian VI Cohcran Q-Test.. 108

26. Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian IV Cochran Q-Test..... 109

27. Tampilan Data Pengujian VII Cochran Q-Test…… 110

28. Penghitungan nilai Q pada Pengujian VI Cohcran Q-Test.. 111

29. Proporsi Jawaban “Ya“ Pada Pengujian IV Cochran Q-Test..... 112

30. 113

31. 114

32. 115

33. 116

ABSTRAK

Meningkatnya permintaan buah di dalam negeri berdampak pada peningkatan pertumbuhan penjualan buah-buahan di Indonesia. Namun peningkatan itu lebih didominasi oleh buah impor daripada buah-buahan varietas lokal. Hal ini juga berkembang ke supermarket

sebagai salah satu pemasar buah-buahan lokal dan impor yang menggunakan konsep modern. Di Kota Padang, Supermarket Robinson Plaza Andalas merupakan salah satu supermarket yang menjual buah lokal dan buah impor kepada konsumen. Penelitian ini akan mengkaji penyebab tingginya permintaan buah lokal daripada buah impor melalui sikap konsumen terhadap atribut buah tersebut. Selain itu, faktor-faktor lingkungan toko/supermarket yang mempengaruhi pembelian buah lokal dan buah impor juga akan dibahas pada penelitian ini.

Penelitian ini telah dilakukan di Supermarket Robinson, Kota Padang dan dilaksanakan pada bulan Juli - Agustus 2013. Penelitian ini menggunakan metode survei dan metode pengambilan responden menggunakan teknik *convenience sampling*. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 44 orang petani.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa buah impor memiliki keunggulan dari atribut kebersihan, rasa, warna, dan kemasan. Sedangkan keunggulan buah lokal dibandingkan buah impor terletak pada kesegaran buah dan harga yang lebih murah. Secara keseluruhan, konsumen lebih menyukai buah impor dibandingkan buah lokal. Untuk faktor-faktor pada toko yang mempengaruhi pembelian adalah kebersihan rak buah, kebersihan lantai dan ruangan, intensitas suhu di toko, metode pembelian dimana konsumen bebas melihat dan memilih buah sendiri, intensitas cahaya pada ruangan, cahaya di rak atau display buah, aroma ruangan, ketersediaan beragam jenis buah-buahan di supermarket, serta kepedulian dan ketanggapan pramuniaga.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepulauan Indonesia menyimpan suatu kekuatan ekonomis yang sangat potensial. Posisi tersebut mengisyaratkan bahwa kebijakan pembangunan nasional masih harus bertumpu pada bidang pertanian, salah satunya hortikultura. Keadaan geografis memungkinkan negeri ini untuk memproduksi produk hortikultura yang tiada henti sepanjang tahun. Susunan kepulauan Indonesia yang memanjang dari Sabang hingga Merauke memberi andil terhadap pergiliran

masa panen produk hortikultura. Selain itu, potensi kekayaan sumber daya hayati atau plasma nutfah yang beragam memungkinkan Indonesia dapat memunculkan jenis tanaman unggul (Ashari, 2004).

Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura, dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar, karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Pasokan produk hortikultura nasional diarahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam negeri, baik melalui pasar tradisional, pasar modern, maupun pasar luar negeri (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2011).

Salah satu primadona hortikultura di dalam negeri adalah buah-buahan. Iklim Indonesia yang basah dan hangat sepanjang tahun menciptakan kondisi yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan beranekaragam flora khususnya buah-buahan tropis yang jumlahnya lebih dari 300 jenis (Moorcy, 2002). Sedangkan menurut Rifai dalam Uji (2007) tidak kurang dari 329 jenis buah-buahan, baik yang merupakan jenis asli Indonesia maupun pendatang (introduksi) dapat ditemukan di Indonesia. Kekayaan keanekaragaman jenis dan plasma nutfah buah-buahan asli Indonesia yang cukup besar sangat penting sebagai modal dasar dalam pengembangan pasar buah Indonesia.

Karsin dalam Aswatini (2007) mengatakan buah-buahan dan sayuran merupakan salah satu kelompok pangan dalam penggolongan FAO dikenal dengan *Desireable Dietary Pattern* (Pola Pangan Harapan/PPH). Kelompok bahan pangan ini berfungsi sebagai sumber vitamin dan mineral, sehingga kekurangan konsumsinya berpengaruh negatif terhadap kondisi gizi. Secara ideal konsumsi buah-buahan dan sayur-sayuran per kapita per hari yang dianjurkan adalah 120 kkal menurut acuan diet 2000 kkal dan 132 kkal menurut acuan diet 2200 kkal.

Seiring meningkatnya kesadaran dan pendapatan masyarakat terhadap kesehatan, pasar buah dalam negeri pun mengalami peningkatan permintaan. Wakil Menteri Pertanian, Bayu Krisnamurthi dalam detikfinance.com (2012) menyatakan terjadi pertumbuhan konsumsi buah dalam negeri sebesar 12-15 persen setiap tahunnya. Pertumbuhan permintaan ini memicu meluasnya pasar buah didalam negeri, baik itu untuk buah lokal maupun buah impor. Setidaknya terjadi pertumbuhan produksi buah lokal dan buah impor dari tahun 2008 hingga 2011, seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Pertumbuhan Penjualan Buah Lokal dan Buah Impor

Tahun	Buah Lokal (ton)	Buah Impor (ton)
2008	18.021.000	502.000
2009	18.648.000	640.000
2010	19.031.000	667.000

Sumber: detiknews.com (2012)

`

Pasar buah dalam negeri tidak hanya ditunjang oleh produk buah lokal saja, tetapi juga produk buah luar negeri yang masuk ke Indonesia melalui jalur impor. Data dari Dirjen Hortikultura (2012) menunjukkan terjadi pertumbuhan impor buah Indonesia dengan rata-rata pertumbuhan 18 persen per tahun untuk setiap komoditinya dengan total nilai pembelian pada tahun 2011 berjumlah US$ 856.239.577. Komoditi impor utama dalam negeri antara lain apel dengan nilai pembelian US$ 189.336.608 (2011), jeruk sebesar US$ 211.089.260 (2011), anggur sebesar US$ 121.217.600 (2011), pir sebesar US$106.753.329 (2011), durian sebesar 38.192.411 (2011), strawberry sebesar US$ 1.072.230 (2011), pisang sebesar US$ 849.998 (2011), dan nanas sebesar US$ 461.567 (Lampiran 1).

Buah-buahan lokal dan impor ini selanjutnya akan didistribusikan kepada konsumen melalui berbagai macam saluran distribusi, salah satu bentuk distribusi buah kepada konsumen adalah melalui ritel modern atau yang lebih dikenal dengan supermarket atau swalayan, disamping pasar tradisional yang selama ini dekat dengan masyarakat Indonesia. Seiring dengan kemajuan perkembangan ekonomi dan informasi, konsumen mulai membutuhkan pasar yang tidak hanya menawarkan pertukaran barang dan jasa secara fisik tetapi juga menjadikan pasar sebagai gaya hidup dan termpat untuk berekreasi.

AC Nielsen dalam Nova (2008) menyatakan bahwa terjadi penurunan keinginan masyarakat berbelanja di pasar tradisional dari 65 persen di tahun 1999 menjadi 53 persen pada tahun 2004 dan sebaliknya untuk pasar modern meningkat dari 35 persen ditahun 1999 menjadi 47 persen pada tahun 2004. Kecenderungan perilaku tersebut timbul dari kebutuhan konsumen akan berbelanja secara praktis dan nyaman. Hal ini menjadi peluang besar yang dimanfaatkan oleh pemasar sehingga berkembanglah berbagai jenis ritel modern yang menawarkan kelengkapan produk dan kenyamanan berbelanja.

Muharram dalam Moorcy (2003) mengatakan bahwa pada masa yang akan datang usaha eceran Indonesia, khususnya toko eceran modern yang berbentuk swalayan akan mengalami

pertumbuhan yang cukup baik. Hal ini disebabkan oleh sikap konsumen yang selalu ingin mendapatkan sesuatu yang lebih baik dengan pengorbanan yang lebih kecil (*pay less, expect more, get more*), serta ditunjang oleh peningkatan jumlah keluarga yang mendapatkan penghasilan ganda karena ibu yang bekerja, perubahan gaya hidup konsumen karena keinginan untuk mengikuti gengsi, pemekaran wilayah perkotaan, perpindahan penduduk, dan kemajuan teknologi.

Kota Padang sebagai Ibukota Provinsi Sumatera Barat merupakan pasar potensial bagi para pebisnis ritel modern dalam mengembangkan usahanya. Jumlah penduduk sebesar 833.562 orang menjadikan Kota Padang sebagai wilayah berpenduduk terpadat di Sumatera Barat (Lampiran 2). Jika diihat dari PDRB daerah, Kota Padang juga menjadi penyumbang PDRB terbesar bagi Provinsi Sumatera Barat. Berdasarkan data dari BPS, setiap individu di Kota Padang menghasilkan pendapatan selama satu tahun (PDRB per kapita) sebesar Rp. 29.500.000. Tercatat perekonomian Kota Padang pada tahun 2010 menyumbangkan sekitar 28,59 persen terhadap perekonomian Sumatera Barat secara keseluruhan (Lampiran 3).

Tingginya populasi dan tingkat pendapatan masyarakat merupakan indikator potensi pasar suatu wilayah. Kotler (2009) menyatakan cara umum untuk memperkirakan total potensi pasar adalah mengalikan jumlah pembeli potensial dikalikan harga. Indikator ini merupakan sinyal positif bagi para pebisnis ritel untuk mengembangkan industri perdagangan dan pusat perbelanjaan di Kota Padang. Tercatat sampai tahun 2010 telah terdapat 5 (lima) pusat perbelanjaan modern di Kota Padang (Lampiran 4).

Plaza Andalas dengan sistem multivariasi produk *(one stop shopping)* yang ditawarkan kepada konsumen, merupakan salah satu ritel modern yang menyediakan kebutuhan pangan, termasuk sayur dan buah segar di Kota Padang. Seperti yang terjabar di visinya, Plaza Andalas menawarkan berbagai kebutuhan sehari-hari mulai dari kebutuhan rumah tangga, pakaian, perlengkapan multimedia, hingga produk pangan. Salah satu produk pangan andalan Plaza Andalas adalah buah segar, mulai dari buah lokal hingga buah impor. Melalui sistem swalayan dan citra sebagai pusat perbelanjaan modern, seluk beluk penjualan produk ritel Plaza Andalas khususnya buah segar menjadi menarik untuk diteliti.

1.2 Perumusan Masalah

Plaza Andalas merupakan salah satu ritel modern yang mendistribusikan buah segar dengan strategi penjualan yang berbeda dengan pasar buah tradisonal. Plaza Andalas berada di pusat Kota Padang di Jalan Pemuda, di sebelah barat Pasar Raya Padang, sehingga akses transportasi ke pusat perbelanjaan ini cukup lancar. Untuk menawarkan produk yang

memenuhi kebutuhan sehari-hari ke konsumen, pihak Plaza Andalas memunculkan gerai yang diberi nama Robinson. Supermarket Robinson merupakan gerai yang menawarkan buah segar kepada konsumen, baik buah lokal maupun buah impor.

Buah lokal dipasok dari beberapa pedagang besar di Sumatera Barat dan Pulau Jawa, sedangkan buah impor dipasok langsung dari Jakarta. Beberapa jenis buah impor biasanya dikemas dengan plastik, sedangkan untuk buah lokal lebih sering dikemas dengan busa stereoform, meskipun ada beberapa jenis yang dikemas dengan plastik, dan yang lainnya diletakkan secara langsung di display buah (sockist/rak). Display buah (sockist/rak) pada Supermarket Robinson ada dua macam, yaitu sockist yang berbentuk meja dan sockist yang berbentuk lemari. Buah impor diletakkan di dua sockist terdepan, yang berdekatan dengan pintu masuk konsumen, dan buah lokal diletakkan di dua sockist setelah itu. Sedangkan untuk sockist lemari berpendingin khusus disediakan untuk buah-buahan berkualitas tinggi.

Menurut Engel dkk (1994), keadaan display merupakan salah satu faktor yang membentuk situasi konsumen dan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di toko eceran. Konsumen akan mempertimbangkan kebersihan, warna, bentuk, dan posisi display di toko eceram. Sedangkan Umar (2002) berpendapat bahwa keadaan diplay pada toko eceran tergabung ke dalam konsep toko yang dibuat oleh pemasar untuk memajang dan memperlihatkan produk sehingga memicu konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen dapat mengetahui harga buah dari papan atau label yang dipasang pada sockist dan dari spanduk-spanduk yang dipasang dibeberapa lokasi di Kota Padang yang biasa digunakan oleh pihak manajemen Supermarket Robinson untuk mempromosikan produknya.

Sesuai dengan data dari Dirjen Hortikultura (2012), terjadi peningkatan konsumsi masyarakat terhadap buah, tetapi peningkatan konsumsi itu cenderung didominasi oleh buah impor. Hal ini juga berlaku dengan penjualan buah-buahan di Supermarket Robinson. Menurut survey pendahuluan yang penulis lakukan, manajemen supermarket menyatakan untuk segmen buah segar, penjualan buah impor lebih mendominasi daripada buah lokal. Menurut pihak manajemen Robinson, tingkat penjualan buah segar pada tahun 2012 adalah 60 persen untuk buah impor dan 40 persen untuk lokal. Kecenderungan perilaku konsumen ini harus diteliti untuk menghindari semakin berkurangnya pangsa pasar buah lokal di dalam negeri. Salah satunya adalah dengan mengkaji sikap konsumen terhadap atribut buah tersebut, baik itu buah lokal maupun buah impor. Dengan demikian akan diketahui atribut buah apa yang menimbulkan sikap positif konsumen terhadap buah impor dan sikap negatif terhadap buah lokal.

Menurut pihak manajemen Robinson, pasar buah segar merupakan pangsa pasar terbesar Supermarket Robinson dengan menetapkan target penjualannya 40 persen dari penjualan segala jenis produk secara keseluruhan. Tetapi selalu terjadi fluktuasi penjualan sehingga jarang mencapai target yang telah ditetapkan oleh manajemen supermarket. Selain itu, konsumen sebagai entitas yang mudah berubah, disertai dengan keinginan, persepsi, dan preferensi yang berfluktuasi dalam memutuskan pembelian buah-buahan harus selalu menjadi fokus bagi manajemen Supermarket Robinson. Untuk menjawab perkembangan kebutuhan itu, manajemen Robinson menghadirkan lingkungan dan situasi konsumen yang berbeda dengan pasar tradisional. Pasar buah yang nyaman, menyenangkan, dan praktis bagi konsumen dengan tata ruangan, tata lampu, dan suhu ruangan yang disesuaikan dengan kesegaran produk dan kenyamanan konsumen merupakan situasi yang berusaha dihadirkan oleh Supermarket Robinson. Selain itu, Supermarket Robinson Ramayana menerapkan sistem swalayan dimana konsumen bebas melihat dan melayani dirinya sendiri, mulai dari memilih buah yang dibutuhkan hingga membawanya ke mesin penimbang. Manajemen supermarket mengusahakan faktor-faktor yang dihadirkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Masalahnya adalah apakah faktor-faktor tersebut benar-benar mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

John A Howard dan Jagdish N Sheth dalam Sumarwan (2003) berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang berdampak pada proses pembelian konsumen, diantaranya adalah sikap dan situasi konsumen. Kedua faktor ini akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal dan buah impor di Supermarket Robinson. Sumarwan (2003), menyatakan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen terhadap suatu objek, apakah disukai atau tidak. Pada penelitian ini, objek yang dimaksud adalah buah lokal dan buah impor yang dapat sepenuhnya dipengaruhi oleh manajemen supermarket dan petani. Sedangkan Engel, dkk (1995) menyatakan bahwa situasi merupakan pengaruh yang sangat terkait dengan waktu dan lingkungan, yang dipengaruhi oleh pemasar. Penelitian ini akan memfokuskan pada faktor lingkungan yang membentuk situasi konsumen. Sedangkan untuk penelitian mengenai strategi pemasaran dan implikasi yang diperoleh dari proses pengambilan keputusan konsumen, peneliti berharap adanya penelitian lanjutan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Dari jabaran di atas, rincian rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap buah lokal dan buah impor di Robinson?

2. Faktor-faktor apa pada toko yang berpengaruh pada pembelian buah lokal dan buah impor di Supermarket Robinson Plaza Andalas Padang?

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Analisis Perilaku Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor Pada Supermarket Robinson Plaza Andalas Kota Padang"**.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sikap konsumen terhadap buah lokal dan buah impor di Supermarket Robinson Plaza Andalas Padang.
2. Mengetahui faktor-faktor pada toko yang bepengaruh pada pembelian buah lokal dan buah impor di Supermarket Robinson Plaza Andalas Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi manajemen Supermarket Robinson Plaza Andalas, sebagai informasi dan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran buah lokal dan impor.
2. Bagi dinas terkait dan akademisi, sebagai referensi tentang keunggulan dan kelemahan buah lokal serta menjadi landasan untuk penelitian lanjutan.