

# **PREFERENSI KONSUMENTERHAAP PENGGUNAAN ATRIBUT PADA PRODUK SAYURAN SEGAR DI PASAR SWALAYAN KOTA DENPASAR**

Rosalia Firman Dae Azi<sup>1)</sup>, Diantariningsih<sup>2)</sup>, Ni Putu Sukanteri<sup>3)</sup>  
<sup>123)</sup>Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Corresponding Outhor : saungkaung8@gmail.com

## **ABSTRAK**

Bahan pangan merupakan salah satu komoditas yang paling unggul dalam system agribisnis, bahan pangan tersebut terdiri dari sayur-sayuran, biji-bijian dan umbi-umbian. Sayur mayur merupakan jenis makanan penting bagi manusia untuk menjaga kesehatan. Sayuran hijau seperti daun selada, bayam, buncis, kangkung, daun singkong, daun pepaya, dan yang lainnya ternyata memiliki beragam manfaat bagi kesehatan. Kandungan zat gizi alami dalam sayuran sangat banyak. Selain kaya dengan vitamin A dan C, sayuran hijau juga mengandung berbagai unsur mineral seperti zat kapur, zat besi, magnesium dan fosfor. Sayuran yang berwarna hijau tua merupakan sumber karotenoid (pigmen dalam tanaman yang terdapat pada tumbuhan) terbaik dan tergolong penting untuk memerangi radikal bebas. Sayur mempunyai berbagai macam manfaat bagi masyarakat, maka banyak tawaran penjualan sayur di berbagai macam pasar. Ada berbagai macam jenis pasar yang berada di Kota Denpasar yang menjual berbagai macam jenis sayuran segar. Salah satu pasar yang menawarkan produk sayur adalah pasar swalayan. Lokasi dalam penelitian ini yaitu di pasar swalayan Kota Denpasar (Ramayana Departemen store, Hardys Denpasar dan Tiara Dewata) meliputi atribut kemasan, harga, kepraktisan, promosi serta berat sayuran segar, dimana dari hasil penelitian kategori preferensi konsumen terhadap atribut – atribut tersebut berada pada kategori sangat suka. Berdasarkan penelitian preferensi konsumen terhadap atribut produk sayuran segar berada pada kategori sangat suka, meskipun demikian konsumen mempunyai berbagai keluhan menyangkut penggunaan berbagai macam atribut pada produk sayuran segar, baik itu dari kemasan, harga, kepraktisan, promosi maupun Berat.

Kata kunci : *Preferensi Konsumen, Produk Sayuran Segar, Atribut Sayuran Segar, Pasar Swalayan.*

## I. PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya sebagai makhluk hidup yang mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas, baik itu kebutuhan akan barang maupun jasa. Pemenuhan kebutuhan manusia, pada awalnya hanya mengambil dari alam

produk pertanian, yang di sebabkan oleh tingkat kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Banyak permasalahan yang di hadapi, mulai dari masalah produksi sampai ke pemasaran produk pertanian. Oleh sebab itu dibutuhkan suatu sistem mengacu kepada semua aktivitas mulai dari pengadaan, prosesing, penyaluran sampai pada pemasaran produk yang dihasilkan oleh suatu usaha tani atau agroindustri yang saling terkait satu sama lain.

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan konsumsi sayuran masyarakat Indonesia juga semakin meningkat. Hal ini di tunjukan oleh data Kementerian Pertanian tahun 2010 – 2014 melalui sasaran skor Pola Pangan Harapan (PPH) yang mengalami penigkatan dari tahun ke tahun yaitu Pada tahun 2010 sebesar 5,2 %, tahun 2011 sebesar 5,4%, tahun 2012 sebesar 5,5 %, tahun 2013 sebesar 5,7 % dan tahun 2014 sebesar 5,8 % (Anonim, 2014). Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa kesadaran masyarakat Indonesia tentang pentingnya mengkonsumsi sayuran segar yaitu membantu memenuhi kebutuhan akan vitamin dan gizi yang bermanfaat bagi kesehatan. Oleh karena sayur mempunyai berbagai macam manfaat bagi masyarakat, maka banyak tawaran penjualan sayur di berbagai macam pasar. Ada berbagai macam jenis pasar yang berada di Kota Denpasar yang menjual berbagai macam jenis sayuran segar. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Denpasar banyaknya pasar menurut jenisnya antara lain, departemen store sebanyak 11 unit, minimarket sebanyak 295 unit, supermarket sebanyak 24 unit, dan pasar tradisional sebanyak 54 unit. Salah satu pasar yang menawarkan produk sayur adalah pasar swalayan. Sayuran yang di sediakan pasar swalayan merupakan sayur-sayuran yang masih segar. Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seorang individu terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsinya. Banyak

pilihan produk sayuran segar yang di tawarkan di pasar swalayan sehingga banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar swalayan. pada kondisi sekarang ini dengan adanya tuntutan waktu yang semakin sempit serta bergesernya budaya maka waktu yang tersedia untuk mencari alat pemenuhan kebutuhan sehari-hari juga berubah.

Motivasi konsumen akan dapat diketahui dari preferensi konsumen dalam memilih produk sayuran segar, terutama preferensi terhadap atribut yang melekat pada sayuran segar tersebut, karena preferensi konsumen atas atribut suatu produk merupakan manifestasi dari motivasi konsumen atas produk tersebut (Engel, Blackwell, Miniard,1993).

Penggunaan atribut produk pada sayuran segar sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Penggunaan atribut yang tepat, proposional akan dapat menambah minat beli konsumen. Namun seringkali pemasar tidak terlalu jeli dalam melihat situasi ini. Sehingga dapat berpengaruh terhadap pendapatan hasil dari pemasaran tersebut. Oleh karena perlu dilakukan penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar.
2. Kendala yang dihadapi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Swalayan Kota Denpasar yaitu Tiara Dewata, Ramayana

Departement Store, dan Hardys. Waktu yang di gunakan dalam penelitian selama dua bulan, yaitu dari bulan Desember sampai Januari 2017.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* yaitu pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dengan dasar pertimbangan sebagai berikut:

1. Pasar-pasar swalayan menjual berbagai macam sayuran segar

dengan berbagai macam atribut yang di gunakan agar menarik bagi konsumen sehingga memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya.

2. Konsumen memperhatikan berbagai aspek untuk memenuhi kepuasannya dalam berbelanja sayuran karena sebagian besar konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, tetapi juga pada penggunaan atribut-atribut yang proposional.

3. Belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya dengan topik yang sejenis pada pasar Swalayan di

### Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar yaitu Tiara Dewata, Ramayana Departement Store, dan Hardys. Pengambilan responden menggunakan metode

*Accidental Sampling* yaitu teknik pengambilan responden yang dapat dilakukan sewaktu-waktu sampai jumlah responden (*quota*) yang diinginkan terpenuhi (Husaini Usman,2008). Menurut (Surakhmad, 1998), pada penelitian deskriptif seperti survei sampel yang diambil hendaknya paling sedikit 30 unit. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 orang (terquota). Minimal sudah membeli sayuran segar di Pasar swalayan Kota Denpasar sebanyak tiga kali dalam kurun waktu satu bulan.

### III. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui preferensi onsumen terhadap

penggunaan atribut pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Penilaian terhadap preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar dilakukan dengan menggunakan skala likert, terdiri dari atas skor satu sampai lima. Jawaban konsumen terhadap pertanyaan diberi nilai satu untuk pertanyaan yang paling tidak dikehendaki, sampai lima untuk jawaban yang paling diharapkan.

Tabel 1. Katagori Prefrensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar pada pasar swalayan di kota Denpasar

Denpasar tahun 2016		
No	Persentase Pecapaian Skor ( % )	Kategori Preferensi
1	> 84-100	Sangat setuju
2	> 68- 84	Setuju
3	> 52- 68	Ragu-ragu
4	> 36 - 52	Tidak setuju
5	20- 36	Sangat tidak setuju

Adapun atribut yang di teliti meliputi kemasan, harga, kepraktisan, promosi serta berat. Sedangkan untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi konsumen dalam penggunaan atribut terhadap produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar, dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif - kualitatif.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan suatu gambaran latar belakang responden meliputi faktor demografi yaitu jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, dan mata pencaharian.

### Jenis kelamin Responden

sayuran segar berdasarkan jenis kelamin di Pasar Swalayan Kota Denpasar, dapat disajikan secara terperinci pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Responden Sayuran Segar Berdasarkan Jenis kelamin di Pasar Swalayan Kota Denpasar tahun 2016

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Orang	(%)
1	Perempuan	25	83,33
2	Laki-laki	5	16,67
3	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis data primer

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa rata-rata responden yang membeli sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berjenis kelamin perempuan dengan jumlah

responden sebanyak 25 orang ( 83,33 % ), sedangkan responden berjenis kelamin laki laki yaitu sebanyak 5 orang ( 16,67 % ). Hal ini di sebabkan antaranya yaitu sayuran segar. Adapun responden yang berjenis kelamin laki-laki yang membeli sayuran segar disebabkan anggota keluarga seperti, istri dan anak sedang bekerja atau melakukan kegiatan lainnya.

### 4.1.2 Umur Responden

Jumlah responden produk sayuran segar berdasarkan umur di pasar Swalayan Kota Denpasar, dapat disajikan secara terperinci pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Responden Sayuran Segar Berdasarkan Kelompok Umur di Pasar Swalayan Kota Denpasar 2016

No.	Kelompok umur	Jumlah	
		Orang	(%)
1	25-36	20	66,67
2	37-55	7	23,33
3	60 ke atas	3	10,00
3	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis data primer

Berdasarkan Tabel 3 terlihat jumlah rata-rata responden sayuran segar di Swalayan Kota Denpasar berada pada kelompok umur produktif yaitu 25-63 tahun. Dengan kisaran kelompok umur 25-36 tahun sebanyak 20 orang (66,67 %), urutan kedua berada pada kisaran 37-55 tahun sebanyak 7 orang (23,33 %), dan urutan paling terakhir 60 tahun ke atas sebanyak 3 orang ( 10 % ). Responden yang paling banyak membeli sayuran segar kebanyakan adalah ibu-ibu muda berusia 25-36 tahun, yang sudah menikah selama 1 sampai 2 tahun, meskipun demikian ada pula responden ibu-ibu berusia 37-55 tahun dan 60 tahun ke atas yang sudah lama menikah berbelanja sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar.

### 4.1.3 Tingkat Pendidikan Responden

Jumlah responden produk sayuran segar berdasarkan tingkat pendidikan

di pasar Swalayan Kota Denpasar paling banyak adalah Sarjana yaitu sebanyak 17 orang (13,33 %), urutan kedua yaitu diploma sebanyak 9 orang ( 30 % ), dan urutan terbawah adalah Pendidikan SMA Sebanyak 4 orang ( 13,33 % ). Rata-rata tingkat pendidikan responden adalah tamat SMA. Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang mudah orang tersebut untuk menerima dan mendapatkan informasi, baik

dari orang lain maupun dari media massa.

Tabel 4. Distribusi Responden Sayuran Segar Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Pasar Swalayan Kota Denpasar 2016

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	
		Orang	(%)
1	Sarjana	4	13,33
2	Diploma	9	30,00
3	SMA	12	56,67
3	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis data primer

### 3.1.4 Mata Pencapaian Responden

Jumlah responden produk

sayuran segar berdasarkan mata pencapaian di pasar Swalayan Kota Denpasar dapat di sajikan pada Tabel 5

Tabel 5. Distribusi Responden Sayuran Berdasarkan Mata Pencapaian di Swalayan Kota Denpasar 2016

No.	Mata Pencapaian	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
1	Ibu rumah tangga	12	40,00
2	Pegawai swasta	9	30,00
3	PNS	4	13,33
4	Wiraswasta	3	10,00
5	Pembantu Rumah tangga	2	6,67
	Jumlah	30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 5 dapat di terlihat bahwa sebagian responden yang membeli sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 12 orang (40 %), dan yang lainnya bekerja sebagai pegawai swasta 9 orang (30 %), PNS sebanyak 4 orang (13,33 %), wiraswasta 3 orang (10 %), pembantu rumah tangga sebanyak 2 orang (6,67 %). Sesungguhnya yang paling banyak membeli sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar adalah bekerja sebagai ibu rumah tangga. Hal ini di sebabkan karena responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga tidak bekerja mencari nafkah di luar rumah, sehingga mempunyai banyak waktu untuk mengurus keluarga, termasuk membeli sayuran segar guna memenuhi kebutuhan konsumsi keluarganya. Adapun responden yang bermata pencapaian sebagai pegawai swasta, PNS dan wiraswasta yang berjumlah kurang dari ibu rumah tangga mempunyai alasan yang sama yaitu mereka jarang memasak sayuran sendiri dan cenderung membeli sayuran yang siap saji, hal ini di sebabkan kesibukan mereka bekerja. Responden yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga berjumlah paling sedikit, dan hanya sewaktu-waktu saja di tugaskan oleh majikan untuk berbelanja sayuran segar.

### 4.2 Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Atribut Pada Produk Sayuran Segar di Swalayan Kota Denpasar.

Preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar yang akan di analisis meliputi kemasan, harga, kepraktisan, promosi, dan berat. Distribusi preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar . dapat disajikan secara terperinci pada tabel 6.

Tabel 6. Distribusi

Konsumen  
Penggunaan Atribut  
Produk Sayuran Segar  
Pasar Swalayan  
Denpasar Tahun 2016

No	Preferensi Konsumen terhadap atribut	Skor ( % )	Kategori
1	Kemasan	93,33	Sangat setuju
2	Harga	76,67	Setuju
3	Kepraktisan	92,00	Sangat Setuju
4	Promosi	91,33	Sangat setuju
5	Berat	86,33	Sangat setuju
Jumlah Rata-rata		88,03	Sangat Setuju

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 6 preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut ada sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar termasuk kategori sangat setuju dengan jumlah rata-rata skor sebesar 88 %. Sedangkan untuk masing- masing atribut yaitu kemasan mendapatkan skor sebesar 93,33 % dengan kategori sangat setuju. Harga mendapatkan skor sebesar 76,67 % dengan kategori setuju. Kepraktisan mendapatkan skor sebesar 92 % dengan kategori sangat setuju. Promosi mendapatkan skor 91,33 dengan kategori sangat setuju. Berat mendapatkan skor sebesar 86,63 %. Penilaian responden tersebut berdasarkan pengalaman berbelanja sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar yang mendapatkan kepuasan terutama menyangkut atribut (kemasan, harga, kepraktisan, promosi, berat ) dari sayuran segar.

#### 4.2.1 Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan Sayuran Segar di Pasar Swalayan

Kota Denpasar.

Preferensi Responden terhadap kemasan referensi produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berada pada kategori sangat setuju dengan Pencapaian skor sebesar 93,33 %. Distribusi responden berdasarkan preferensi konsumen terhadap kemasan Sayuran segar dapat di sajikan secara terperinci pada tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Preferensi konsumen terhadap kemasan sayuran segar di pasar swalayan Kota Denpasar Tahun 2016

No.	Kategori Preferensi Kemasan	Jumlah	
		(Orang)	(%)
1	Sangat Setuju	20	66,67
2	Setuju	10	33,33
3	Ragu-ragu	0	0
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 7 terlihat bahwa responden dengan kategori sangat setuju sebanyak 20 orang ( 66,67), kategori setuju sebanyak 10 orang ( 33,33 %) dan tidak tampak responden yang memilih, kategori ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju ( 0 %). Responden yang menyatakan sangat setuju disebabkan kemasan yang di gunakan untuk sayuran segar sangat terjaga mutu dan kualitasnya contohnya kemasannya bersih, tidak rusak, warna dari kemasan tampak cerah. Hal yang paling menentukan mereka untuk membeli sayuran segar yaitu, tampilan fisik kemasannya baik, sehingga dapat menarik perhatian mereka untuk membeli.

#### 4.2.2 Preferensi Konsumen Terhadap Harga Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar.

Preferensi konsumen terhadap harga pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berada pada kategori setuju dengan pencapaian skor sebesar 76,67 %. Distribusi responden berdasarkan preferensi konsumen terhadap harga sayuran segar dapat disajikan secara terperinci pada tabel 8

Tabel 8. Preferensi Konsumen Terhadap Harga Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar.

No	Kategori Preferensi Harga	Jumlah	
		(Orang)	(%)
1	Sangat Setuju	10	33,33
2	Setuju	10	33,33
3	Ragu-ragu	5	16,67
4	Tidak setuju	5	16,67
5	Sangat tidak setuju	0	0
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 8 terlihat bahwa responden dengan kategori sangat setuju dan setuju sebanyak 10 orang ( 33,33 % ), kategori ragu-ragu sebanyak 5 orang ( 16,67 % ), kategori tidak setuju sebanyak 5 orang (16,67 ), dan tidak di temukan responden dengan kategori sangat tidak setuju ( 0 % ). Responden yang menyatakan sangat setuju di sebabkan karena informasi mengenai harga sayuran segar sudah tertera di kemasan produk, sehingga mereka dengan mudah, dapat memilih jenis sayuran yang sesuai dengan harga yang mereka inginkan, dan mereka dapat menyesuaikan dengan anggaran belanja mereka. Meskipun demikian masih ada responden yang menyatakan ragu-ragu dan tidak setuju, mereka berpendapat bahwa harga yang tertera di produk sayuran segar terkadang tidak sesuai dengan sistem pada komputer setelah melakukan pembayaran di kasir.

#### 3.2.3 Preferensi Konsumen Terhadap Kepraktisan Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar

Preferensi konsumen terhadap Kepraktisan pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berada pada kategori sangat setuju dengan pencapaian skor sebesar 92 %. Distribusi responden berdasarkan preferensi konsumen terhadap kepraktisan sayuran segar dapat di sajikan secara terperinci pada

Tabel 9. Distribusi Preferensi Konsumen Terhadap Kepraktisan Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar Tahun 2016

No.	Kategori Preferensi Kepraktisan	Jumlah	
		(Orang)	(%)
1	Sangat Setuju	18	60
2	Setuju	12	40
3	Ragu-ragu	0	0
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa responden dengan kategori sangat setuju sebanyak 18 orang ( 60 % ), kategori setuju sebanyak 12 orang ( 40 % ), dan tidak di temukan responden dengan kategori ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju ( 0 % ). Responden yang menyatakan sangat setuju di sebabkan dari segi kepraktisan responden mendapatkan banyak kemudahan antara lain : konsumen tidak sulit menemukan sayuran segar yang di inginkan karena sudah di tata rapi sesuai dengan jenis sayuran segar, serta pengelompokan harga dan berat dari masing-masing jenis sayuran segar tersebut. Ketersediaan tempat yang bersih dan sejuk membuat konsumen merasa nyaman untuk membeli sayuran segar.

### 3.2.4 Preferensi Konsumen Terhadap Promosi Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar

Preferensi konsumen terhadap

promosi pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berada pada kategori sangat setuju dengan pencapaian skor 91,33 %. Distribusi responden berdasarkan preferensi konsumen terhadap promosi sayuran segar dapat di sajikan secara terperinci pada tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Preferensi Konsumen Terhadap Promosi Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar Tahun 2016

No	Kategori Preferensi Promosi	Jumlah	
		(Oran)	(%)
1	Sangat Setuju	17	56,67
2	Setuju	13	43,33
3	Ragu-ragu	0	0
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	0	0
Jumlah		30	100

Sumber : Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 10 terlihat bahwa responden dengan kategori sangat setuju sebanyak 17 orang (56,67%), kategori setuju sebanyak 13 orang (43,33%) dan tidak di temukan responden dengan kategori ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (0%). Responden sayuran segar lebih banyak menyatakan sangat setuju disebabkan dari segi promosi, beberapa waktu Pasar Swalayan sering menawarkan potongan harga kepada konsumen sehingga harga sayuran segar lebih murah. Hal ini berdampak positif bagi konsumen karena mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk membeli sayuran segar.

### 3.2.5 Preferensi Konsumen Terhadap Berat Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar

Preferensi konsumen terhadap berat pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berada pada kategori sangat setuju dengan pencapaian skor 86,67 %. Distribusi responden berdasarkan preferensi konsumen terhadap berat sayuran segar dapat di sajikan secara terperinci pada Tabel 16.

Berdasarkan Tabel 11 terlihat bahwapaling banyak responden dengan kategori sangat setuju yaitu sebanyak 15 orang (50 %), kategori

setuju sebanyak 10 orang ( 33,33 % ), kategori ragu-ragu sebanyak 5 orang ( 16,67 ), dan tidak di temukan responden dengan kategori tidak setuju dan kategori sangat tidak setuju ( 0 %). Responden paling banyak sangat setuju di sebabkan berat sayuran segar yang di tawarkan pasar swalayan ukurannya tidak kurang dari harga yang di berikan. Meskipun demikian masih ada responden yang masih menyatakan sikap ragu-ragu dengan berat sayuran segar, hal itu disebabkan responden tidak yakin atas berat yang tertera pada produk sayuran segar, karena mereka merasa ukuran berat sayuran segar masih kurang dari berat sesungguhnya yang ada pada timbangan. Adapun secara keseluruhan distribusi masing-masing kategori preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada sayuran segar dapat di sajikan secara terperinci pada tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Masing-Masing Kategori Preferensi Responden Terhadap Penggunaan Atribut Pada Produk Sayuran Segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar Tahun 2016



No	Preferensi Atribut	Kategori Preferensi	Jumlah		Rata-rata			
			Orang	( % )				
1	Kemasan	Sangat Setuju	20	66,67	1	Kemasan Sangat tidak setuju	0	0,00
2	Harga	Sangat setuju	10	33,33	2	Harga Sangat tidak setuju	0	0,00
3	Kepraktisan	Sangat setuju	18	60,00	3	Kepraktisan Sangat tidak setuju	0	0,00
4	Promosi	Sangat setuju	17	56,67	4	Promosi Sangat tidak setuju	0	0,00
5	Berat	Sangat Setuju	15	50,00	5	Berat Sangat tidak setuju	0	0,00
					Jumlah rata-rata		0	0,00

#### Sumber Analisis Data Primer

Jumlah rata-rata			16	53,33
1	Kemasan	Setuju	10	33,33
2	Harga	Setuju	10	33,33
3	Kepraktisan	Setuju	12	40,00
4	Promosi	Setuju	13	43,33
5	Berat	Setuju	10	33,33
Jumlah Rata-rata			11	36,67
1	Kemasan	Ragu-ragu	0	0,00
2	Harga	Ragu-ragu	5	16,67
3	Kepraktisan	Ragu-ragu	0	0,00
4	Promosi	Ragu-ragu	0	0,00
5	Berat	Ragu-ragu	5	16,67
Jumlah Rata-rata			2	6,67
1	Kemasan	Tidak Setuju	0	0,00
2	Harga	Tidak setuju	5	16,67
3	Kepraktisan	Tidak setuju	0	0,00
4	Promosi	Tidak Setuju	0	0,00
5	Berat	Tidak Setuju	0	0,00
Jumlah			1	3,33

Berdasarkan Tabel 12 terlihat bahwa jumlah rata-rata responden untuk masing-masing kategori dari atribut sayuran segar yaitu kategori sangat setuju sebanyak 16 orang (53,33 % ), kategori setuju sebanyak 11 orang (36,67 % ), kategori ragu-ragu 2 orang ( 6,67 % ), kategori tidak setuju 1 orang (3,33 % ) dan tidak di temukan responden dengan kategori sangat tidak setuju ( 0 % ).

#### 4.3 Kendala yang Dihadapi Konsumen Terhadap Penggunaan Atribut Pada Produk Sayuran Segar di Swalayan Kota Denpasar

Adapun kendala-kendala

konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar yaitu :

##### 1. Kemasan

Kemasan sayuran segar yang rusak misalnya, berlubang, warna kemasan memudar, dan lecet yang menyebabkan kebersihan dan kesegaran sayuran berkurang. Konsumen merasa kewalahan ketika jenis sayuran segar yang di inginkan terkadang

tidak tersedia karena kehabisan stok dan belum disediakan kembali oleh pasar swalayan.

## 2. Harga

Harga sayuran segar yang ditetapkan tidak sebanding dengan pelayanan yang akan diperoleh dari perusahaan pasar swalayan, maka pelanggan justru akan merasa dirugikan dan tidak puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan, dan harga sayuran segar yang sewaktu-waktu mengalami perubahan membuat konsumen sulit untuk menetapkan anggaran belanja yang tetap.

## 3. Kepraktisan

Penataan dan pengelompokan jenis sayuran segar yang kurang teratur di pasar swalayan membuat konsumen tidak mudah memilih jenis sayur yang di inginkan.

## 4. Promosi

Ketidaksiharian antara promosi sayuran segar dengan sayuran segar yang di tawarkan. Misalnya harga pada sayuran segar lebih tinggi atau lebih rendah dari promosi yang di berikan dan sayuran segar yang diinginkan konsumen tidak di promosikan pada saat mereka berbelanja di pasar swalayan.

## 5. Berat

Terkadang informasi berupa satuan berat yang tertera pada kemasan tidak sesuai dengan berat sesungguhnya.

# I.KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian dan analisis yang dilakukan mengenai Preferensi Konsumen terhadap Penggunaan Atribut Pada Produk Sayuran Segar di Swalayan Kota Denpasar adalah sebagai berikut :

1. Preferensi konsumen terhadap penggunaan atribut pada produk sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar berada pada kategori sangat setuju.

2. Kendala yang di hadapi konsumen terkait penggunaan atribut pada sayuran segar baik dari segi kemasan, harga, kepraktisan, promosi, dan juga berat.

## 5.2 Saran

Adapun Saran yang di ambil dari penelitian yaitu:

1. Kepada Produsen Hendaknya produsen menyediakan atribut sayuran segar yang sesuai dengan selera konsumen, dan lebih meningkatkan lagi mutu dan kualitas pelayanan terhadap produk sayuran segar yang di tawarkan kepada konsumen dan lebih jeli memperhatikan kendala-kendala yang di hadapi konsumen serta dapat meminimalisirkan kendala-kendala yang di hadapi konsumen jika berbelanja sayuran segar di Pasar Swalayan Kota Denpasar.
2. Kepada Konsumen Hendaknya konsumen lebih peka terhadap informasi produk sayuran segar yang di tawarkan pasar swalayan agar dapat di jadikan dasar pertimbangan pada saat membeli sayuran segar.
3. Kepada Pemerintah Hendaknya pemerintah melakukan pengawasan yang ketat pada pasar swalayan agar menjual produk sayuran segar sesuai dengan aturan yang di buat oleh pemerintah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar , J , Miranty A dan Yanty I 2007. Mengelola Merk. Yayasan Bina Karsa, Mandiri . Jakarta.
- BPS. Kota Denpasar. 2015. Denpasar dalam angka Tahun 2015.
- Kotler. P. 1996. Pemasaran : analisa, Perencanaan dan Pengendalian Edisi Kelima Jilid 1. Alih Bahasa Oleh Jaka Wasana. Erlangga. Jakarta.

Rahadi, F. Rony Palungkun & Asiani Budiarti. 1999.  
Agribisnis Tanaman Sayur. Penebar Swadaya.  
Jakarta

S

