

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUAH SEMANGKA
DI KOTA BANJARBARU**



YATIMAH

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2024**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUAH SEMANGKA
DI KOTA BANJARBARU**

Oleh :

**YATIMAH
1710514120017**

**Usulan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
2024**

RINGKASAN

YATIMAH. “Persepsi Konsumen Terhadap Buah Semangka di Kota Banjarbaru”
dibimbing oleh Ibu Muzdalifah dan Ibu Mira Yulianti

Persepsi konsumen beserta atribut-atribut yang dapat dilihat dari atribut rasa, harga, kesegaran, ukuran, tekstur, bentuk, kandungan vitamin dan ketersediaan buah yang merupakan faktor penting dalam proses keputusan konsumen memilih suatu produk. Salah satunya pada buah semangka dengan kandungan vitamin dan manfaat yang bermutu untuk dikonsumsi secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap buah semangka dan menganalisis perilaku konsumen terhadap buah semangka di Kota Banjarbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli buah semangka di Kota Banjarbaru. Jumlah sampel yang diperoleh dari hasil survei di lapangan sebanyak 65 orang. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret 2023 sampai September 2023. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden dengan alat bantu kuisioner sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber jurnal, dinas atau lembaga terkait dengan penelitian ini di kota Banjarbaru, serta bahan-bahan pustaka lainnya seperti hasil penelitian terdahulu. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi dan kuisioner. Kegiatan observasi pada penelitian ini mencari informasi secara langsung dari pembeli buah semangka dengan tujuan memperoleh data primer untuk mengetahui keadaan sebenarnya di lapangan sedangkan kuisioner dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden secara langsung kepada pembeli buah semangka. Pengambilan sampel responden dipilih secara acak saat mereka melakukan pembelian dengan batasan waktu pengambilan responden selama 15 hari. Responden akan memberikan penilaian terhadap masing-masing atribut, dengan nilai atau skor 1 sampai 5. Nilai 1 apabila konsumen menilai atribut buah tersebut sangat buruk dan nilai 5 apabila konsumen menilai atribut buah tersebut sangat bagus. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen dan atribut apa saja yang menjadi persepsi konsumen terhadap buah semangka di Kota Banjarbaru

dengan menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan persentase (%) dan perhitungan rata-rata (*mean*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap buah semangka di Kota Banjarbaru yaitu ketersediaan buah semangka dinilai tersedia sebesar 57%, kandungan vitamin pada buah semangka dinilai banyak sebesar 54%, kesegaran buah semangka dinilai segar sebesar 51%, bentuk buah semangka yang dinilai bulat sebesar 51%, rasa buah semangka dinilai manis sebesar 51%, ukuran buah semangka dinilai cukup besar (2-5kg) sebesar 53%, tekstur buah semangka yang dinilai cukup renyah sebesar 34% dan harga buah semangka dinilai cukup murah (Rp.7000-10.000/Kg) sebesar 55%. Sedangkan atribut yang menjadi persepsi konsumen terhadap pembelian buah semangka yang diurutkan dari nilai tertinggi hingga terendah yaitu atribut ketersediaan buah dengan rata-rata sebesar 4,18462, kandungan vitamin dengan rata-rata sebesar 3,69231, kesegaran buah dengan rata-rata sebesar 3,66154, bentuk buah dengan rata-rata sebesar 3,46154, rasa buah dengan rata-rata sebesar 3,33846, ukuran buah dengan rata-rata sebesar 3,29231, tekstur buah dengan rata-rata sebesar 3,07692 dan harga buah dengan rata-rata sebesar 2,87692.

Hal ini menunjukkan bahwa nilai skor tertinggi pada persepsi konsumen terhadap buah semangka yaitu pada atribut ketersediaan buah semangka sedangkan nilai skor terendah pada persepsi konsumen yaitu pada atribut harga buah tersebut sedangkan nilai rata-rata setiap atribut mempunyai kategori penilaian antara baik hingga cukup baik dan nilai secara keseluruhan atribut terkategori baik.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Buah Semangka, Analisis Deskriptif.

Judul : Persepsi Konsumen Terhadap Buah Semangka di Kota
Banjarbaru
Nama : Yatimah
NIM : 1710514120017
Program Studi : Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing:

Anggota,



Mira Yulianti, SP, M.Si
NIP. 19770714 200212 2 002

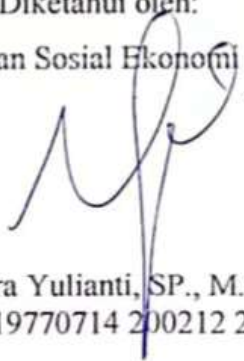
Ketua,



Muzdalifah, SP., M.Sc
NIP. 19780616 200501 2 004

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian,



Mira Yulianti, SP., M.Si
NIP. 19770714 200212 2 002

Tanggal Lulus: 21 Februari 2024

SERTIFIKAT

Nomor: 175/JUN8.1.23/SP/2024

Sertifikat ini diberikan kepada:

YATIMAH

NIM : 1710514120017

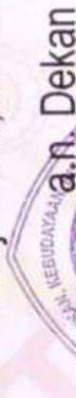
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas : Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

11%

Banjarbaru, 20 Mei 2024



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Ir. Ika Sumantri, S.Pt., (M.Si., M.Sc., IPM.)

NIP. 197308071998031003

RIWAYAT HIDUP



YATIMAH, lahir di Gambut pada tanggal 10 Juni 1999 sebagai putri ketiga dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Jamhur dan ibu Sahidah (Almh). Penulis menepuh pendidikan di SDN Anjir Pulang Pisau 3 pada tahun 2005-2011, kemudian penulis melanjutkan sekolah di MTSN Kahayan Hilir pada tahun 2011-2014. Setelah itu, lanjut di MAN Pulang Pisau mengambil jurusan IPS pada tahun 2014-2017.

Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan pada Tingkat Perguruan Tinggi di Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru melalui jalur SNMPTN dan dinyatakan lulus sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat. Pada bulan Agustus 2020 sampai awal bulan oktober 2020 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat kembali di Banjarbaru Selatan Kelurahan Sungai Besar. Selama menempuh pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi penulis aktif berorganisasi di lingkungan Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat sebagai Pengurus Inti Sanggar Talas pada tahun 2021, anggota muda Sanggar Talas pada tahun 2020. Penulis juga mendapatkan beasiswa Motasa Indonesia selama 1 tahun pada tahun 2021.

Pada bulan Maret 2023 sampai bulan Oktober 2023 penulis melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Konsumen Terhadap Buah Semangka di Kota Banjarbaru” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Studi (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di program studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat sehingga selesainya penelitian ini, khususnya kepada:

1. Kedua orang tua saya (Bapak Jamhur dan Ibu Almh. Sahidah), Julak Rusnah dan Amang Rusli yang telah memberikan do'a, bantuan, dukungan, nasehat, cinta dan kasih sayang yang tidak ternilai harganya dan kakak kandung saya Aisyah dan Karmila Sari serta seluruh keluarga besar saya.
2. Ibu Muzdalifah, SP, M.Sc (Pembimbing I) dan Ibu Mira Yulianti SP, M.Si serta Alm. Bapak Ir. Djoko Santoso, M.Sc (Pembimbing II) yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, nasehat, motivasi serta berbagai ilmu pengetahuan selama proses penyusunan dan penulisan skripsi.
3. Ibu Ir. Hj. Umi Salawati, M.Si (Penguji Tamu I) dan Ibu Hj.Nina Budiwati, SP, M.Si (Penguji Tamu II) yang telah memberikan banyak saran dan masukkan untuk penyempurnaan dalam penelitian ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta staff Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat selama dibangku perkuliahan.
5. Sahabat-sahabat terbaikku, Laila Fitri (Ulay), Fanisha, Aulia, Lina, Nisa, Tinah, Warni, Mila, Uswa, Ayu W, Anggun, Kokom, Fuah, Hikmah, Husna, Occy, Vero dan seluruh teman-teman agribisnis lainnya yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat yang tidak ternilai harganya.

Banjarbaru, Februari 2024

Yatimah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Semangka	6
Persepsi Konsumen	8
Karakteristik Konsumen	9
Atribut Produk	11
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Berpikir	14
METODE PENELITIAN	17
Tempat dan Waktu Penelitian	17
Jenis dan Sumber Data	17
Metode Pengumpulan Data	17
Observasi	17
Kriteria Responden	20
Kuisisioner	21
Definisi Operasional	23
Analisis Data	24
Batasan Penelitian	26

	Halaman
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	27
Gambaran Umum Kota Banjarbaru	27
Keadaan Penduduk	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
Karakteristik Konsumen	29
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	30
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	30
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan.....	31
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	32
Persepsi Konsumen Terhadap Buah Semangka	33
Rata-rata Penilaian Konsumen Terhadap Buah Semangka.....	37
KESIMPULAN DAN SARAN	46
Kesimpulan.....	46
Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Rata-rata pengeluaran dan persentase rata-rata pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok makanan di Kota Banjarbaru tahun 2021-2022	2
2. Jumlah penduduk per kecamatan di Kota Banjarbaru tahun 2020-2022	3
3. Rata-rata pengeluaran perkapita seminggu menurut kelompok buah-buahan di Kota Banjarbaru tahun 2020-2022	3
4. Perbandingan kandungan gizi buah semangka dan melon.....	7
5. Daftar 19 toko buah semangka.....	18
6. Daftar 9 toko buah semangka yang terpilih	19
7. Klasifikasi kategori persepsi konsumen terhadap buah semangka	25
8. Luas wilayah menurut kecamatan di Kota Banjarbaru 2022	28
9. Jumlah penduduk per kecamatan Kota Banjarbaru 2020-2022	28
10. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	29
11. Karakteristik konsumen berdasarkan usia.....	30
12. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan.....	31
13. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat penghasilan.....	32
14. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan	33
15. Penilaian atribut-atribut yang menjadi persepsi konsumen pada buah semangka	34
16. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut ketersediaan buah semangka.....	37
17. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut kandungan vitamin buah semangka.....	38

Halaman

18. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut kesegaran buah semangka.....	39
19. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut bentuk buah semangka.....	39
20. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut rasa buah semangka	40
21. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut ukuran buah semangka	41
22. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut tekstur buah semangka.....	41
23. Nilai rata-rata responden berdasarkan persepsi konsumen terhadap atribut harga buah semangka.....	42
24. Nilai frekuensi (%) dan nilai rata-rata yang diperoleh pada semua variabel.....	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Buah Semangka	6
2. Kerangka Berpikir.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta wilayah Kota Banjarbaru	51
2. Identitas responden pembeli buah semangka	52
3. Data persepsi konsumen atribut buah semangka, nilai persentase (%) dan rata-rata (<i>mean</i>)	54
4. Perhitungan nilai persentase (%) atribut buah semangka	58
5. Perhitungan rata-rata (<i>mean</i>) persepsi konsumen buah semangka	60