

NASKAH PUBLIKASI
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH PEPAYA CALIFORNIA DAN
THAILAND DI KECAMATAN GAMPING KABUPATEN SLEMAN

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Derajat Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

M Redo Dwiantara
20150220032

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2020

HALAMAN PENGESAHAN
NASKAH PUBLIKASI
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH PEPAYA CALIFORNIA
DAN THAILAND DI KECAMATAN GAMPING KABUPATEN SLEMAN

Disusun oleh:

M Redo Dwiantara
20150220032

Telah disetujui pada tanggal 11 Januari 2020

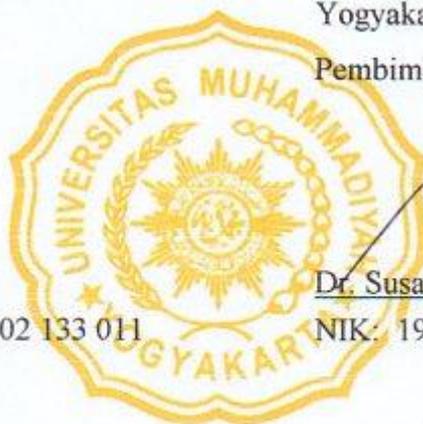
Yogyakarta, 11 Januari 2020

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Widodo, M.P.

NIK: 19670322 199202 133 011



Pembimbing Pendamping



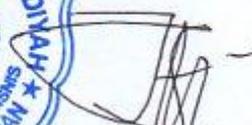
Dr. Susanawati, S.P., M.P.

NIK: 19740221 200004 133 052



Mengetahui

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Eni Istiyahni, M.P.

NIK: 19650120 198812 133 003

M Redo Dwiantara
Dr. Ir. Widodo, M.P. / Dr. Susanawati, S.P., M.P.
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the type of papaya that consumers prefer between California papaya or Thai papaya and to find out the attributes of California papaya and Thai papaya that consumers prefer in the Gamping District, Sleman Regency. The approach used in this research is quantitative. The method used to determine the location of the research location is intentional (purposive) conducted in the District of Gamping, Sleman Regency with a sample of 100 people. Consumer characteristics used in this study are gender, education, age and income. Papaya fruit attributes used are price, taste, size, color, texture of fruit flesh and skin condition. Paired T-tests were used to find out which type of papaya consumers preferred between California papaya fruit and Thai papaya fruit. While the Two-way Anova Analysis is used to find out which attributes consumers prefer. Paired T-test shows that consumers prefer California papaya fruit to Thai papaya fruit. Anova One-Way Analysis shows the attribute most considered in choosing California papaya fruit is skin appearance and taste, while the attribute most considered in choosing Thai papaya fruit is taste.

Keywords: Consumer Preferences; Papaya Fruit; California; Thailand

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis pepaya yang lebih disukai konsumen antara pepaya California atau pepaya Thailand dan mengetahui atribut buah pepaya California dan pepaya Thailand yang lebih disukai konsumen di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode yang digunakan penentuan daerah lokasi penelitian adalah secara sengaja (*purposive*) yang dilakukan di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman dengan sampel sebanyak 100 orang. Karakteristik konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, pendidikan, usia dan penghasilan. Atribut buah pepaya yang digunakan adalah harga, rasa, ukuran, warna, tekstur daging buah dan kondisi kulit. Uji T berpasangan digunakan untuk mengetahui jenis pepaya manakah yang lebih disukai konsumen antara buah pepaya California dan buah pepaya Thailand. Sedangkan Analisis Anova Dua Arah digunakan untuk mengetahui atribut mana yang lebih disukai konsumen. Uji T berpasangan menunjukkan hasil bahwa konsumen lebih menyukai buah pepaya California dari pada buah pepaya Thailand. Analisis Anova Satu Arah menunjukkan atribut yang paling dipertimbangkan dalam memilih buah pepaya California adalah penampakan kulit dan rasa, sedangkan atribut yang paling dipertimbangkan dalam memilih buah pepaya Thailand adalah rasa.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen; Buah Pepaya; California; Thailand

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pepaya merupakan salah satu komoditas agribisnis hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Tanaman pepaya banyak ditanam baik di daerah tropis maupun subtropis, di daerah basah dan kering, atau di daerah dataran rendah dan pegunungan (Soedarya, 2009). Banyak petani yang membudiyakan buah pepaya, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun jumlah produksi pepaya di Daerah Istimewa Yogyakarta perkabupaten dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Jumlah Produksi Pepaya Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Produksi (Kwintal)
1.	Kulon Progo	26.359
2.	Bantul	9.564
3.	Gunungkidul	5.656
4.	Sleman	18.468
5.	Kota Yogyakarta	333

Sumber: Statistik Holtikultura BPS DIY 2017

Buah pepaya merupakan buah favorit yang sering dikonsumsi masyarakat Indonesia. Pepaya memiliki rasa yang enak dan kaya akan manfaat. Buah pepaya merupakan salah satu buah-buahan yang mengandung vitamin dan mineral yang sangat baik untuk tubuh. Konsumsi buah pepaya masyarakat Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2015 adalah sebesar 0.043 kg per kapita per minggu, lalu pada tahun 2016 jumlah konsumsi meningkat menjadi 0.055 kg per kapita per minggu (BPS, Susenas Januari 2017). Buah pepaya dapat dengan mudah didapatkan di pasar modern maupun pasar tradisional. Pasar Induk Sayur dan Buah Gemah Ripah merupakan pasar buah terbesar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pasar Induk Sayur dan Buah Gemah Ripah dijual dengan cara grosir, sedangkan untuk penjualan secara eceran terdapat di pasar sentral umum Ambarketawang dan di sepanjang Jalan Gampingan, Patukan, Ambarketawang.

Ada dua jenis buah pepaya yang populer dimasyarakat, yaitu pepaya California dan pepaya Thailand. Pepaya California berukuran antara 0,8 – 2 kg/buah, memiliki bentuk yang lonjong, berkulit tebal, ketika matang berwarna kuning dan rasanya manis. Sedangkan pepaya Thailand memiliki ukuran yang lebih besar dan daging yang tebal. Berat pepaya Thailand bisa mencapai 3 – 4 kg. Kulit buahnya kasar dan berbenjol – benjol, daging buahnya berwarna jingga kemerahan dan rasanya manis. Kedua jenis pepaya ini memiliki karakter yang berbeda baik dari segi warna, ukuran, rasa, kulit, ataupun teksturnya. Sehingga konsumen dihadapkan dalam pilihan untuk mengonsumsi buah pepaya California atau buah pepaya Thailand.

Dalam memilih buah pepaya, konsumen memiliki kriteria-kriteria atau ciri-ciri khusus yang terdapat pada buah pepaya untuk dikonsumsi. Terlebih dahulu konsumen akan mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang terdapat pada produk tersebut sesuai dengan kesukaan mereka untuk memperoleh kepuasan. Beberapa kriteria-kriteria yang biasanya menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli buah pepaya adalah harga, rasa, ukuran, warna daging buah, warna kulit, tekstur daging buah, penampakan kulit dan kadar air. Dengan mengetahui atribut-atribut buah pepaya California ataupun buah pepaya Thailand tersebut maka dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian buah

pepaya. sehingga dapat mengetahui konsumen lebih menyukai buah pepaya California atau buah pepaya Thailand.

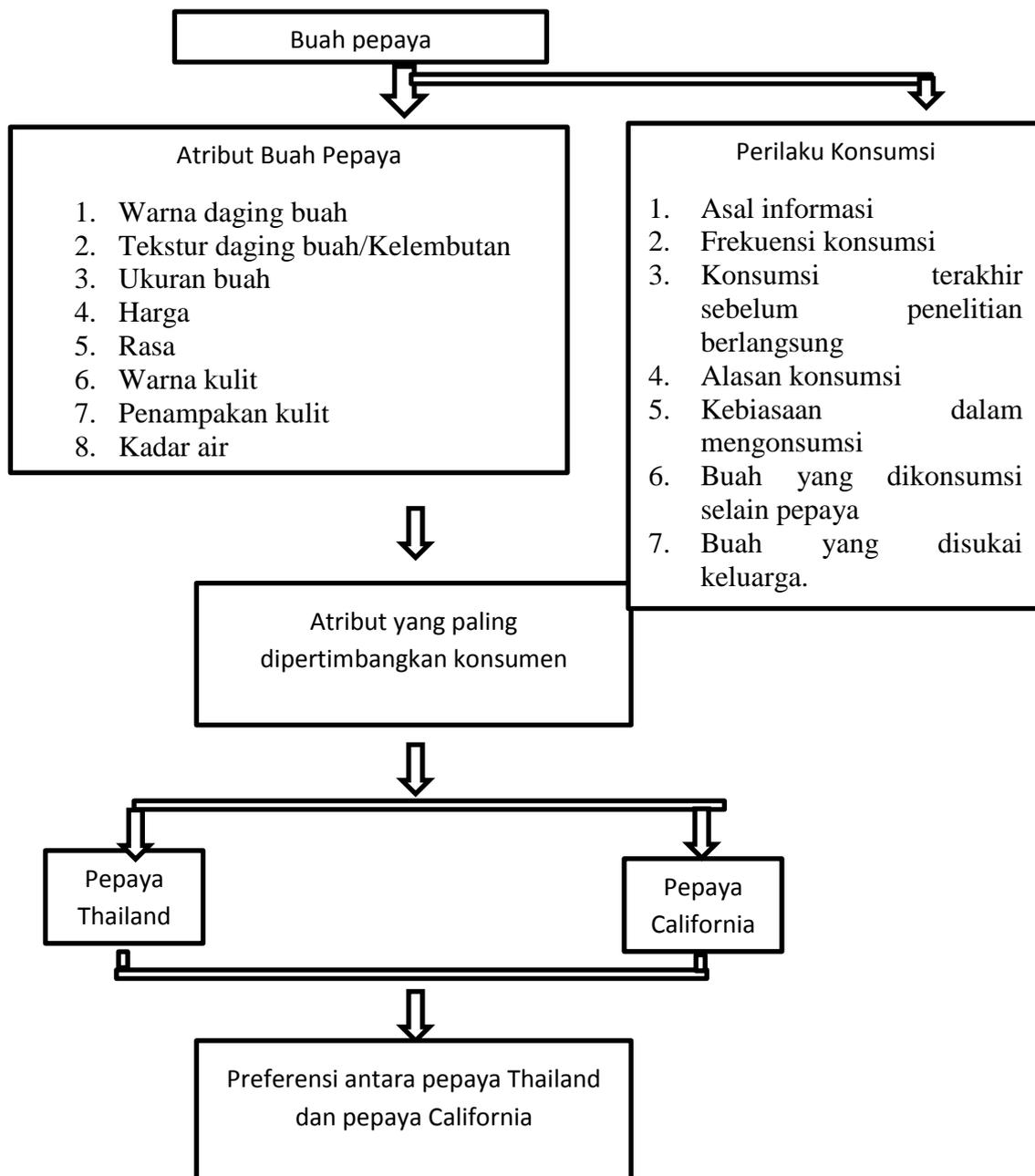
B. Rumusan Masalah

1. Pepaya manakah yang lebih disukai konsumen antara buah pepaya California atau buah Pepaya Thailand?
2. Atribut apa saja yang lebih disukai konsumen pada buah pepaya California dan buah pepaya Thailand?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui jenis pepaya yang lebih disukai konsumen antara pepaya California dan pepaya Thailand di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman.
2. Mengetahui atribut buah pepaya California dan pepaya Thailand yang lebih disukai konsumen di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman.

D. Kerangka Berpikir



II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan deskriptif analisis sebagai metode penelitian yang merupakan suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau (A.S Hamdi dan Bahrudin, 2014). Dalam penelitian ini mendeskripsikan mengenai preferensi konsumen buah pepaya di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman berdasarkan atribut yang dimiliki oleh buah pepaya California dan buah pepaya Thailand.

Penentuan obyek lokasi dilakukan secara sengaja di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Lokasi ini dipilih karena lokasi penelitian berdekatan dengan pasar yang banyak menjual buah pepaya California dan buah Pepaya Thailand, yaitu Induk Buah Ambarketawang dan pasar Sentral Umum Ambarketawang. Lokasi penelitian dilaksanakan di rumah warga yang menjadi konsumen buah pepaya di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Peneliti akan mendatangi rumah warga yang menjadi konsumen buah pepaya. Untuk memastikan warga tersebut merupakan konsumen buah pepaya, peneliti akan membawa sampel buah pepaya California dan buah pepaya Thailand utuh dan potongan buah pepaya California dan buah pepaya Thailand untuk dilihat, dimakan dan dibandingkan oleh konsumen.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah proporsional random sampling, yakni sebuah teknik *sampling* yang mana mengambil sampel dari tiap-tiap sub populasi dengan memperhitungkan besar kecilnya sub populasi itu, dan individu-individu yang ditugaskan tiap-tiap sub-populasi diambil secara random dari sub populasi. Dalam penelitian ini sub populasi adalah desa yang ada di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Kecamatan tersebut memiliki 5 desa, yaitu Desa Ambarketawang, Desa Banyuraden, Desa Balecatur, Desa Trihanggo dan Desa Nogotirto. Pemilihan sampel dipilih secara berkelompok dipisahkan berdasarkan desa.

Data yang diambil yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan bantuan kuesioner yang sudah disiapkan, sedangkan data sekunder didapat dari catatan secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Untuk mengetahui jenis pepaya mana yang lebih disukai, dilakukan menggunakan uji T Berpasangan, sebelum dilakukan uji T berpasangan maka terlebih dahulu dilakukan pengukuran sikap.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Konsumen

Tabel 1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	39	39
2.	Perempuan	61	61
	Jumlah	100	100

Pada tabel 1 dapat dijelaskan bahwa jumlah konsumen perempuan lebih banyak daripada jumlah konsumen laki-laki, yaitu perempuan sebesar 61 orang dan laki-laki sebesar 39 orang. Perbedaan jumlah ini disebabkan karena pembeli buah pepaya di pasar tradisional maupun modern didominasi oleh kaum perempuan. Hal ini disebabkan karena pada umumnya perempuan lebih sering berbelanja dibandingkan dengan laki-laki, sehingga keputusan pembelian termasuk pembelian buah pepaya didominasi oleh peran perempuan.

Tabel 2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	20	20
2.	SMP	17	17
3.	SMA	49	49
4.	Diploma	1	1
5.	Sarjana	13	13
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian konsumen buah pepaya yang berada di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman memiliki tingkat pendidikan yang tinggi karena telah melampaui wajib belajar 12 tahun. Sebanyak 63% konsumen telah mengenyam pendidikan minimal 12 tahun. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi tersebut, konsumen buah pepaya di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman akan lebih selektif dalam melakukan keputusan konsumsi buah pepaya. Mereka memiliki lebih banyak pertimbangan dalam mengonsumsi buah tersebut.

Tabel 3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	5	5
2.	Ibu Rumah Tangga	36	36
3.	Karyawan Swasta	35	35
4.	Wirausaha	10	10
5.	Petani	10	10
6.	Guru	4	4
Jumlah		100	100

Berdasarkan 3 dapat diketahui bahwa konsumen buah pepaya paling banyak adalah ibu rumah tangga yaitu sebanyak 36 orang atau 36%. Kemudian di urutan kedua dengan jumlah konsumen sebanyak 35 orang adalah konsumen dengan jenis pekerjaan karyawan swasta. Konsumen dengan pekerjaan wirausaha dan petani masing – masing sebanyak 10 orang. Konsumen pelajar berjumlah 5 orang dan guru sebanyak 4 orang.

Tabel 4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1.	15 – 24	7	7
2.	25 – 34	31	31
3.	35 – 44	36	36
4.	45 – 54	19	19
5.	55 – 64	7	7
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 4 Konsumen didominasi oleh orang yang berusia 25 sampai 44 tahun, seseorang di usia ini tergolong masih sangat produktif sehingga dengan penghasilan yang dimiliki mereka dapat melakukan pembelian-pembelian barang yang mereka butuhkan ataupun yang mereka inginkan, salah satunya adalah pembelian buah pepaya.

Tabel 5 Konsumen Berdasarkan Tingkat Penghasilan Karakteristik

No.	Penghasilan (Rupiah)	Jumlah	Persentase(%)
1.	<1.000.000	41	41
2.	1.000.000 – 2.999.999	28	28
3.	3.000.000 – 4.999.999	20	20
4.	5.000.000 – 6.999.999	10	10
5.	7.000.000 – 8.999.999	0	0
6.	>9.000.000	1	1
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa terdapat 41 orang yang memiliki penghasilan <Rp. 1.000.000. Konsumen dengan rentang penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.999 sebanyak 28 orang. Konsumen dengan rentang penghasilan Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999 sejumlah 20 orang, Konsumen dengan rentang penghasilan Rp. 5.000.000 - Rp. 6.999.999 sejumlah 10 orang rentang penghasilan >Rp. 9.000.000 sebanyak 1 orang. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No. 320/KEP/2018 tahun 2018 tentang Penetapan Upah Minimum Kabupaten/Kota Tahun 2019, Upah Minimum Regional (UMP) Kabupaten Bantul tahun 2019 ditetapkan sebesar Rp. 1.649.800,00. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden, konsumen buah pepaya didominasi oleh konsumen yang berpenghasilan di bawah Rp. 1.000.000.

B. Perilaku Konsumsi

Tabel 6 Asal Informasi Tentang Buah Pepaya California dan Thailand

No.	Asal Informasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Teman	23	23
2.	Anggota keluarga	65	65
3.	Media cetak/ <i>online</i>	10	10
4.	Lain-lain	2	2
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 6 anggota keluarga menjadi sumber informasi yang mendominasi konsumen buah pepaya. Sebanyak 65 orang atau 65% konsumen mengetahui informasi tentang buah pepaya California dan buah pepaya Thailand dari anggota keluarga. Konsumen mengetahui informasi buah pepaya California dan buah pepaya Thailand dari keluarga karena pepaya merupakan buah yang sangat familiar di rumah sehingga mereka mengenal buah ini sejak kedua buah ini mulai dikenal masyarakat. Konsumen yang mendapat informasi tentang buah pepaya California dan buah pepaya Thailand dari teman sebanyak 23 orang atau 23%, media cetak/*online* sebanyak 10 orang atau 10% dan konsumen yang mendapat informasi dari sumber lain sebanyak 2 orang atau 2%.

Tabel 7 Frekuensi dalam Mengonsumsi Buah Pepaya California dan Thailand dalam Kurun Waktu Satu Bulan

No.	Frekuensi (kali/bulan)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	1 – 2	46	46
2.	3 – 5	20	20
3.	6 – 9	1	1
4.	Tidak Tentu	33	33
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui konsumen yang mengonsumsi buah pepaya didominasi dengan frekuensi 1 – 2 kali perbulan sebanyak 46 orang. Di urutan ke dua

frekuensi konsumsi buah pepaya didominasi oleh konsumen dengan frekuensi tidak tentu sebanyak 33 orang. Konsumen yang tidak menentu waktunya dalam mengonsumsi buah pepaya ini karena mereka mengonsumsi buah pepaya secara kondisional, seperti kebetulan ada di rumah, mudah didapat dan sedang murah. Kemudian disusul dengan rentang frekuensi 3 – 5 kali perbulan sebanyak 20 orang, 6 – 9 kali perbulan sebanyak 1 orang. Konsumen yang mengonsumsi buah pepaya 6 – 9 kali ini memiliki alasan mengapa ia mengonsumsi pepaya sangat sering, yaitu dia sedang melakukan program diet. Pepaya digunakan sebagai pengganti sarapan tetapi tidak setiap hari. Pepaya dipercaya dapat membantu melancarkan metabolisme tubuh sehingga kotoran di dalam tubuh cepat keluar dan tubuh akan semakin cepat langsing.

Tabel 8 Konsumsi Buah Pepaya Terakhir Kali Sebelum Penelitian Berlangsung Bulan Oktober 2019

No.	Konsumsi Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	<1 minggu lalu	39	39
2.	1 – 2 minggu lalu	16	16
3.	3 – 4 minggu lalu	10	10
4.	> 1 bulan lalu	35	35
Jumlah		100	100

Pada 8 dapat dilihat bahwa konsumen yang mengonsumsi buah pepaya kurang dari seminggu yang lalu paling mendominasi, yaitu sebanyak 39 orang. Ini menunjukkan bahwa buah pepaya cukup digemari masyarakat Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, baik mereka mengonsumsi pepaya karena murah, sehat dan enak. Buah pepaya merupakan buah yang setiap musim ada, sehingga sangat mudah ditemukan dan dikonsumsi. Konsumen yang mengonsumsi buah pepaya dalam rentang waktu lebih dari satu bulan yang lalu sebanyak 35 orang. Sedangkan konsumen yang mengonsumsi buah pepaya dalam rentang waktu 1 – 2 minggu lalu sebanyak 16 orang dan rentang waktu 3 – 4 minggu sebanyak 10 orang.

Tabel 9 Alasan Konsumen Mengonsumsi Buah Pepaya

No.	Alasan	Jumlah
1.	Enak	31
2.	Bergizi	23
3.	Murah	20
4.	Melancarkan BAB	8
5.	Membantu program diet	4
6.	Mudah didapat	7
7.	Segar	1
8.	Terbiasa makan buah	7
9.	Favorit keluarga	1
10.	Kesehatan kulit	1
11.	Lunak	1
12.	Manis	2

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa responden yang berjumlah 100 orang memiliki 12 alasan mengapa mereka mengonsumsi buah pepaya. Alasan yang paling banyak dipilih oleh responden adalah karena rasanya yang enak, bergizi, dan harganya murah

Tabel 10 Kebiasaan Konsumen dalam Mengonsumsi Buah Pepaya

No.	Kebiasaan Konsumsi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Langsung habis tiap kali kupas	17	17
2.	Sebagian kupasan disimpan di kulkas	83	83
	Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa konsumen yang mengupas buah pepaya dan tidak langsung habis berjumlah 83 orang atau 83%. Mereka menyimpan sisa buah pepaya di dalam kulkas untuk dimakan anggota keluarga lain atau dimakan nanti. Sebanyak 17 orang atau 17% konsumen mengupas buah pepaya langsung habis dimakan.

Tabel 11 Buah yang Biasa dikonsumsi Konsumen Selain Buah Pepaya

No.	Nama Buah	Jumlah
1.	Apel	19
2.	Nanas	30
3.	Pisang	36
4.	Jeruk	29
5.	Semangka	53
6.	Mangga	22
7.	Salak	14
8.	Lainnya	2

Pada tabel 11 dapat diketahui bahwa buah yang paling banyak dikonsumsi adalah buah semangka, yaitu sebanyak 53 orang. Di urutan selanjutnya ada buah pisang sebanyak 36 orang, buah nanas sebanyak 30 orang, buah jeruk sebanyak 29 orang, buah mangga sebanyak 22 orang, buah apel sebanyak 19 orang, buah salak sebanyak 14 orang dan buah lainnya sebanyak 2 orang.

Tabel 12 Buah yang disukai Keluarga Reponden

No.	Nama Buah	Jumlah
1.	Apel	17
2.	Nanas	19
3.	Pisang	22
4.	Jeruk	16
5.	Semangka	49
6.	Mangga	19
7.	Salak	9
8.	Pepaya	19
9.	Lainnya	1
	Jumlah	171

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa buah yang mendominasi adalah buah semangka yaitu sebanyak 49 orang. Disusul buah pisang sebanyak 22 orang, buah nanas dan buah pepaya masing-masing 19 orang, buah apel sebanyak 17 orang, buah jeruk sebanyak 16 orang, buah salak sebanyak 9 orang dan buah lainnya sebanyak 1 orang.

C. Sikap Konsumen terhadap Pepaya California dan Pepaya Thailand

Tabel 13 Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Pepaya California dan Pepaya Thailand

Atribut	Pepaya California		Pepaya Thailand	
	Kepercayaan (bi)	Kategori	Kepercayaan (bi)	Kategori
Warna daging buah	4,06	Baik	3,86	Baik
Terkstur daging buah	4,02	Baik	3,89	Baik
Ukuran buah	3,56	Baik	4,06	Baik
Harga	3,83	Baik	3,92	Baik
Rasa	3,91	Baik	3,96	Baik
Warna kulit	3,85	Baik	3,66	Baik
Penampakan kulit	4,21	Sangat baik	3,06	Netral
Kadar air	3,86	Baik	3,60	Baik
Jumlah	31.3	Baik	30.01	Baik

Berdasarkan tabel 13 jika dilihat dari masing-masing atribut, skor yang didapat kebanyakan hampir seimbang dalam kategori baik, namun ada sedikit perbedaan pada atribut permukaan kulit, yakni pada pepaya California mendapatkan skor 4,21 yang masuk kedalam kategori sangat baik, sedangkan pada pepaya Thailand hanya mendapatkan skor 3,06 yang berarti masuk kedalam kategori netral. Hal ini terjadi karena dari segi permukaan kulit, kedua jenis pepaya ini sangat berbeda, pada buah pepaya California permukaan kulitnya sangatlah mulus dan rata sehingga membuat buah ini sangat indah dipandang mata. Sedangkan pada buah pepaya Thailand penampilan kulitnya tidaklah mulus dan rata, cenderung memiliki benjolan benjolan sehingga pepaya jenis Thailand terlihat sangat buruk dan tidak begitu indah untuk dilihat.

Tabel 14 Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Pepaya

	Evaluasi	Kategori
Warna daging buah	3,64	Penting
Terkstur daging buah	3,82	Penting
Ukuran buah	3,58	Penting
Harga	3,97	Penting
Rasa	4,14	Penting
Warna kulit	3,82	Penting
Penampakan kulit	3,86	Penting
Kadar air	3,86	Penting
Jumlah	30,69	Penting

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui skor tertinggi terdapat pada atribut rasa, artinya konsumen menganggap atribut rasa adalah yang paling penting untuk diperhatikan dalam menentukan keputusan pembelian buah pepaya. Sedangkan ukuran buah memiliki skor paling rendah yang artinya menurut konsumen dianggap kurang penting.

Indeks sikap konsumen (Ao) didapatkan dari mengalikan angka penilaian keyakinan (bi) dan nilai evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut pepaya California dan pepaya Thailand. Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada pepaya

California dan pepaya Thailand maka diperoleh Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut warna daging buah, tekstur daging buah, ukuran buah, harga, rasa, warna kulit, penampakan kulit, dan kadar air. Adapun nilai dari sikap indeks sikap konsumen (Ao) terhadap pepaya California dan pepaya Thailand dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 15 Sikap Konsumen Terhadap Atribut Pepaya California Dan Pepaya Thailand

Atribut	Pepaya California		Pepaya Thailand	
	Sikap (Ao)	Kategori	Sikap (Ao)	Kategori
Warna daging buah	14,9	Netral	14,2	Netral
Terksstur daging buah	15,5	Netral	15,0	Netral
Ukuran buah	12,9	Netral	14,6	Netral
Harga	15,5	Netral	15,5	Netral
Rasa	16,3	Baik	16,4	Baik
Warna kulit	14,8	Baik	14,2	Netral
Penampakan kulit	16,4	Baik	11,9	Netral
Kadar air	15,0	Netral	14,0	Netral
Jumlah	121,1	Netral	115,6	Netral

Berdasarkan tabel 15 jika dilihat nilai sikap dari masing-masing atribut, kebanyakan atribut dari kedua jenis pepaya ini memiliki skor yang hampir sama yaitu pada kategori netral. Namun ada perbedaan skor pada atribut warna kulit dan penampilan kulit. Pada atribut warna kulit buah pepaya California sedikit lebih unggul dibanding pepaya Thailand, karena warna kulit pada pepaya California ketika matang akan merata secara keseluruhan sedangkan pada pepaya Thailand meskipun buah sudah matang tapi warna kulit masih tetap tidak sepenuhnya merata. Pada atribut permukaan kulit juga terdapat perbedaan yang mana pada pepaya California memiliki permukaan yang mulus dan tidak terdapat benjolan-benolan pada permukaan kulitnya, sangat berbeda dengan permukaan kulit pepaya Thailand yang tidak mulus, tidak rata, dan memiliki benjolan-benjolan pada permukaan kulitnya.

Analisis Preferensi Konsumen Antara Pepaya California dan Pepaya Thailand.

Tabel 16 Hasil Analisis Uji T Berpasangan Menggunakan Microsoft Excel

Variabel	T stat	t Critical two-tail
California & Thailand	3.812376	1.984217

Berdasarkan tabel 16 diperoleh nilai T hitung (3,8) > t tabel (2,0). maka Ho ditolak = H1 diterima. Artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata nilai sikap konsumen terhadap pepaya California dan nilai rata-rata sikap konsumen terhadap pepaya Thailand.

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa nilai T hitung adalah positif, yang berarti perlakuan pertama memiliki nilai rata-rata lebih tinggi daripada perlakuan kedua, sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berada di Kecamatan Gamping lebih menyukai pepaya California di bandingkan dengan pepaya Thailand.

1. Analisis Atribut Pepaya California dan Pepaya Thailand yang Lebih Disukai Konsumen.

a. Pepaya California

Tabel 17 Hasil Analisis Uji Anova One Way pada Pepaya Thailand Menggunakan Microsoft Excel

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	804.1488	7	114.8784	4.127845	2.021123
Within Groups	22041.45	792	27.83011		
Total	22845.6	799			

Berdasarkan tabel 17 diperoleh nilai F hitung $(4,12) > F$ tabel $(2,02)$. maka berarti secara keseluruhan terdapat perbedaan sikap konsumen yang signifikan terhadap atribut yang ada pada buah pepaya. Dikarenakan hasil uji *Anova One Way* belum detail, maka perlu dilakukan uji lanjut dengan metode LSD agar mendapatkan hasil yang lebih detail, adapun hasil uji LSD disajikan pada data berikut:

Tabel 18 Hasil Analisis Uji Post Hoc Pepaya California Menggunakan Microsoft Excel

<i>Atribut</i>	<i>Nilai Rata2</i>
Penampakan kulit	16.36c
Rasa	16.26c
Harga	15.47b
Terkstur daging buah	15.46b
Kadar air	15.01b
Warna daging buah	14.86b
Warna kulit	14.75b
Ukuran buah	12.94a

Berdasarkan tabel 18 maka dapat diketahui bahwa atribut permukaan kulit dan atribut rasa memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi, hal ini karena permukaan kulit dari pepaya California sangat mulus tanpa adanya benjolan-benjolan, sehingga konsumen sangat menyukai permukaan kulit dari pepaya California, dan pada atribut rasa pepaya California juga sangat disukai karena pepaya California memiliki rasa yang manis.

Pada urutan kedua adalah atribut harga, tekstur, kadar air, warna, dan warna kulit memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah daripada atribut permukaan kulit dan atribut rasa, namun memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut ukuran. Sedangkan atribut ukuran adalah atribut yang memiliki nilai rata-rata paling rendah daripada seluruh atribut lainnya, hal ini terjadi ukuran dari pepaya California sangat mencolok karena sangat kecil dibanding pepaya-pepaya jenis lainnya.

b. Pepaya Thailand

Tabel 19 Hasil Analisis Uji Anova One Way pada Pepaya Thailand Menggunakan Microsoft Excel

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	1227.589	7	175.3698	6.80237	2.021123
Within Groups	20418.31	792	25.78069		
Total	21645.9	799			

Berdasarkan tabel 19 diperoleh nilai F hitung (6,80) > F tabel (2.02). maka perbedaan jenis atribut secara bersama berpengaruh terhadap kesukaan konsumen. Dikarenakan hasil uji *Anova One Way* belum detail, maka perlu dilakukan uji lanjut dengan metode LSD agar mendapatkan hasil yang lebih detail, adapun hasil uji LSD disajikan pada data berikut:

Tabel 20 Hasil Analisis Uji Post Hoc Pepaya Thailand Menggunakan Microsoft Excel Uji Least Square Different

<i>Atribut</i>	<i>Nilai Rata2</i>
Rasa	16.4d
Harga	15.51c
Terkstur daging buah	14.95b
Ukuran buah	14.55b
Warna kulit	14.18b
Warna daging buah	14.17b
Kadar air	13.97b
Penampakan kulit	11.86a

Berdasarkan tabel 20 dapat diketahui bahwa atribut rasa adalah atribut yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dibandingkan dengan semua atribut lainnya, hal ini karena rasa dari pepaya Thailand memang terkenal manis dan enak sehingga masyarakat menganggap atribut yang paling disukai pada pepaya Thailand adalah rasa.

Atribut harga pada pepaya Thailand memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah daripada atribut rasa, namun memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dari atribut tekstur, ukuran, warna kulit, Warna, kadar air dan penampilan kulit. Hal ini terjadi karena harga menjadi salah satu pertimbangan penting kenapa orang memilih pepaya Thailand yaitu harganya yang sangat murah, di pasar eceran saja harganya hanya sekitar Rp.4500.

Atribut pada urutan ketiga adalah tekstur, ukuran, warna kulit, warna, dan kadar air. Kelima atribut ini memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah dari atribut rasa dan harga, namun memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dari atribut penampilan kulit. Atribut yang berada pada urutan terakhir adalah penampilan kulit, atribut ini memiliki nilai rata-rata yang paling rendah dibanding semua atribut lainnya, dikarenakan penampilan kulit pepaya Thailand tidak mulus dan rata serta memiliki benjolan-benjolan yang membuat penampilan kulit pepaya jenis ini tidak enak dipandang mata.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Konsumen lebih menyukai jenis pepaya California dibandingkan dengan jenis pepaya Thailand.
2. Atribut yang lebih disukai konsumen dalam memilih buah pepaya California adalah penampakan kulit dan atribut rasa, sedangkan atribut yang lebih disukai konsumen dalam memilih buah pepaya Thailand adalah rasa.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi penjual diharapkan dapat mensuplai sedikit lebih banyak buah jenis California dikarenakan jenis California lebih digemari oleh masyarakat
2. Bagi petani diharapkan dapat membudidayakan buah pepaya California yang memiliki penampakan kulit dan rasa yang manis dikarenakan kedua atribut tersebut adalah yang paling disukai pada pepaya California, dan pada pepaya jenis Thailand lebih diutamakan membudidayakan buah yang rasanya manis agar sesuai dengan kriteria yang lebih disukai oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamdi, Asep Saepul. E. Bahruddin. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan.(Yogyakarta: Deepublisher).
- Kementerian Pertanian. 2018. Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2018. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Pertanian
- Soedarya, A.P. 2009. *Agribisnis Pepaya*. Pustaka Grafika, Bandung.