

## SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

PERILAKU KONSUMEN GULA MERAH TEBU  
DI KABUPATEN JEMBER*The Behavior of Sugarcane-Made Brown Sugar Consumer in Jember Regency*

Ayu Estu Utami, Triana Dewi Hapsari\*, M. Sunarsih

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

Jln. Kalimantan 37, Jember 68121

\*E-mail : tridewi.uj@gmail.com

## ABSTRACT

Jember is one of sugarcane producing areas. Most of sugarcane production is made for sugar; in addition, sugarcane is used to produce sugarcane-made brown sugar. The purposes of the research are: (1) the characteristics of the sugarcane-made brown sugar consumers in Jember Regency, (2) the factors that affected the behavior of sugarcane-made brown sugar consumers in Jember Regency and (3) the relationship between the total income and the quantity of sugarcane-made brown sugar in Jember Regency. The area was determined by purposive method it was Jember Regency by taking four traditional markets, that is: Tanjung Market, Arjasa Market, Jenggawah Market, and Bangsalsari Market. The method of research used descriptive and correlational methods. Convenience Sampling was used to select the number of sample. Analysis data used in this research were descriptive, factor analysis and chi square. The result shows that: (1) The characteristics of sugarcane-made brown sugar consumers were female (100.00%), aged 42-53 years (43.75%), in majority high school educated (37.50%), housewives (39.58%) and with low family income of IDR 950,000 – IDR 1,484,000 (50.00%), the amount of the sugarcane-made brown sugar purchase was 100g (52.08%) and the frequency of purchase of sugar cane in a month was less than or equal to 2 ( $\leq 2$ ) (60.42%), (2) Factors that affected the behavior of sugarcane-made brown sugar consumers were 2 (factors), that is: factor 1 (age and quality) covering variables of age (X4), color (X6), texture (X7), aroma (X8), flavor (X9), hygiene (X10), and nutrient content (X11); factor 2 (price and income). (3) There was no significant relationship between consumer income and the amount of sugarcane-made brown sugar purchase.

**Keywords:** Sugarcane-Made Brown Sugar; Consumer Behavior; Faktor Analysis

## ABSTRAK

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah produsen tebu. Di kabupaten Jember, selain digunakan sebagai bahan baku gula pasir, tebu juga digunakan sebagai bahan baku gula merah tebu. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui karakteristik konsumen gula merah tebu, (2) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu, (3) Mengetahui hubungan antara pendapatan dengan jumlah pembelian gula merah tebu. Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan menggunakan metode secara sengaja (*purposive method*) di Kabupaten Jember dengan mengambil sampel di empat pasar tradisional yaitu Pasar Tanjung, Pasar Arjasa, Pasar Jenggawah, dan Pasar Bangsalsari. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan korelasional. Metode pengambilan contoh menggunakan *Convenience Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, analisis faktor dan chi square. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Karakteristik konsumen gula merah tebu adalah perempuan (100%), berusia 42-53 tahun (43,75%), mayoritas responden berpendidikan tamat SMA (37,50%), bekerja sebagai ibu rumah tangga (39,58%), memiliki tingkat pendapatan keluarga rendah Rp. 950.000 - Rp. 1.484.000 (50,00%), jumlah pembelian gula merah tebu 100gr (52,08%) dan frekuensi pembelian gula merah tebu kurang dari atau sama dengan dua ( $\leq 2$ ) (87,50%), (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu ada 2 (faktor) yaitu, faktor 1 meliputi, variabel pendidikan, variabel usia, variabel warna, variabel tekstur, variabel aroma, variabel rasa, variabel kebersihan, dan variabel kandungan gizi, dan faktor 2 meliputi variabel harga dan pendapatan, (3) Tidak ada hubungan nyata antara pendapatan dengan jumlah pembelian gula merah tebu.

**Kata kunci:** Gula Merah Tebu; Perilaku Konsumen; Analisis Faktor

**How to cite:** Utami AE, Hapsari TD, Sunarsih M. 2014. Perilaku Konsumen Gula Merah di Kabupaten Jember. *Berkala Ilmiah Pertanian* x(x): x-x

## PENDAHULUAN

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah penghasil tebu. Selain digunakan untuk memproduksi gula pasir, tebu juga digunakan untuk memproduksi gula merah tebu. Sebagian besar masyarakat di Kabupaten Jember mengkonsumsi gula pasir. Namun, ada juga masyarakat yang mengkonsumsi gula merah yang berbahan baku tebu. Karena masyarakat menilai bahwa gula merah khususnya gula merah tebu merupakan pemanis kasta kedua setelah gula pasir. Hal tersebut dapat terjadi karena penggunaan gula pasir sudah menjadi kebiasaan setiap hari sehingga sulit untuk menggantinya dengan gula merah tebu.

Konsumen gula merah tebu memiliki karakteristik yang berbeda-beda yang membuat setiap konsumen memilih untuk membeli gula merah tebu. Menurut Sunarto (2003), perilaku konsumen secara kuat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului seorang konsumen. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumen terbagi dua

bagian, yang pertama adalah perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk kedalamnya adalah jumlah pembelian, waktu, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian, yang kedua adalah perilaku yang tak tampak, variabel-variabelnya antara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan oleh konsumen (Engel, 1995).

Perubahan sosial ekonomi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian gula merah tebu. Perubahan sosial ekonomi meliputi pendapatan dan tingkat pendidikan yang merupakan karakteristik pembeli. Menurut Sunarto (2003), Kehidupan konsumen langsung dipengaruhi oleh pendidikan dan pendapatan rumah tangga mereka. Tingkat pendidikan cenderung mempengaruhi kegiatan seseorang, kepentingan, pendapat, nilai dan kepercayaan. Semakin tinggi pendidikan konsumen, akan dapat menyebabkan konsumen akan lebih berhati-hati dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau komoditas. Pendapatan rumah tangga menentukan kapasitas untuk membeli barang konsumen dan mengungkapkan kepentingan lainnya. Tingkat pendapatan konsumen akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian gula merah tebu, semakin baik tingkat perekonomian konsumen maka konsumen

akan semakin selektif dalam menentukan produk yang lebih berkualitas. Dengan meningkatnya pendapatan, konsumen akan mempunyai respon yang lebih baik terhadap pembelian gula merah tebu.

Perilaku konsumen dapat dilihat dari seberapa besar pendapatan mereka yang dialokasikan untuk membeli gula merah tebu. Dalam usaha mengalokasikan pendapatannya untuk konsumsi tersebut, konsumen akan dihadapkan pada proses membuat keputusan terhadap produk atau jasa yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus mencapai kepuasan. Konsumen dengan pendapatan tinggi akan membeli gula merah tebu dalam jumlah yang lebih banyak. Pada kondisi inilah sebenarnya perilaku konsumen sudah mulai berjalan.

Penelitian ini bertujuan: 1). untuk mengetahui karakteristik konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember 2). untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember 3). untuk mengetahui hubungan pendapatan konsumen dengan jumlah pembelian gula merah tebu di Kabupaten Jember.

## BAHAN DAN METODE

Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive methode*) dengan mengambil sampel konsumen di empat pasar di Kabupaten Jember Propinsi Jawa Timur. Pasar tradisional yang dipilih adalah pasar Tanjung sebagai *market center*, pasar Arjasa (utara), pasar Jenggawah (selatan) dan pasar Bangsalsari (barat). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan korelasional. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara dengan konsumen gula merah tebu dan data sekunder yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini. Metode pengambilan contoh yang digunakan adalah *Convenience Sampling* yaitu metode pengambilan sampel pada konsumen yang secara sengaja membeli gula merah tebu pada saat penelitian dilakukan (Umar, 2003).

Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan pertama mengenai karakteristik konsumen gula merah tebu yaitu menggunakan analisis deskriptif melalui wawancara langsung dengan konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember.

Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan kedua mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu dengan menggunakan analisis faktor dengan formulasi sebagai berikut (Wibisono, 2003):

$$X_i = \sum_{j=1}^m A_{ij} F_j + b_i U_i$$

Keterangan:

- $X_i$  = variable independen ke  $i$
- $F_j$  = faktor kesamaan ke  $j$
- $U_i$  = faktor unik ke  $i$
- $m$  = jumlah faktor umum
- $A_{ij}$  = koefisien faktor kesamaan
- $B_i$  = Koefisien faktor unik
- $I = 1, 2, 3, 4, \dots, p$

Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan ketiga mengenai hubungan antara tingkat pendapatan dengan jumlah pembelian gula merah tebu menggunakan analisis chi square. Uji Chi-Square digunakan untuk menguji apakah beberapa ukuran nominal berhubungan satu sama lain atau tidak. Atau dengan perkataan lain, apakah dua atau lebih distribusi populasi didistribusikan dalam bentuk sama dan sehubungan dengan kriteria yang diinginkan. Analisis dapat dihitung dengan rumus (Nasir, 2009):

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan:

- $X^2$  = Nilai Chi-Square
- $f_o$  = Frekuensi observasi
- $f_h$  = Frekuensi harapan

Kriteria pengambilan keputusan Jika  $X^2$  hitung  $\leq X^2$  tabel dengan taraf kepercayaan sebesar 95%,  $H_0$  diterima maka tidak ada hubungan yang nyata antara tingkat pendapatan terhadap jumlah pembelian gula merah tebu. Jika  $X^2$  hitung  $> X^2$  tabel dengan taraf kepercayaan sebesar 95%,  $H_0$  ditolak maka terdapat hubungan yang nyata antara tingkat pendapatan terhadap jumlah pembelian gula merah tebu.

## HASIL

### Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu di Kabupaten Jember

Karakteristik konsumen pada penelitian ini dibedakan atas, usia, pendidikan terakhir, pendapatan keluarga, pekerjaan, jumlah pembelian dan frekuensi pembelian gula merah tebu. Konsumen ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi berkenaan dengan perilaku konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember.

Konsumen pada penelitian ini adalah orang yang sedang membeli gula merah tebu pada saat dilakukan penelitian. Lokasi pengambilan data konsumen pada 4 pasar tradisional di Kabupaten Jember yaitu Pasar Tanjung (*market center*), Pasar Arjasa, Pasar Jenggawah, dan Pasar Bangsalsari. Total konsumen pada penelitian ini adalah 48 konsumen, terdiri dari 48 konsumen perempuan.

Tabel 1. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Jenis Kelamin di Kabupaten Jember Tahun 2013

Konsumen	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
Laki-laki	0	0
Perempuan	48	100,00
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa semua konsumen gula merah tebu berjenis kelamin perempuan. sejumlah 48 konsumen (100%). Hal ini menunjukkan bahwa selain adanya faktor budaya masyarakat yang lebih mengharuskan perempuan dalam berbelanja ke pasar, juga perannya sebagai ibu rumah tangga dan pembuat keputusan dalam jenis-jenis pemenuhan konsumsi keluarganya termasuk pemilihan dan pembelian gula merah tebu atas dasar ekonomis dan kandungan gizi yang lebih komplet dibandingkan jenis gula merah tebu yang lain atau gula pasir

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Usia di Kabupaten Jember Tahun 2013

Konsumen	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
18-29	9	18,75
30-41	12	25,00
42-53	21	43,75
54--66	6	12,50
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa usia konsumen yang membeli gula merah tebu terbanyak yaitu pada usia 42 – 53 tahun

(43,75%). Keadaan tersebut menjadi penentu bahwa mulai berkembangnya pengetahuan masyarakat bahwa pada usia tersebut akan rentan terhadap penyakit sehingga konsumen beralih menggunakan gula merah tebu sebagai tambahan pemanis makanan atau minuman.

Tabel 3. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Pendapatan di Kabupaten Jember Tahun 2013

Pendapatan	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
≤950.000- 1.484.000	24	50,00
≥1.500.000-3.450.000	21	43,75
≥ 3.500.000	3	6,25
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 3 sebagian besar konsumen yang membeli gula merah tebu adalah konsumen dengan pendapatan rendah Rp. ≤ 950.000 – Rp. 1.484.000 (50%) selanjutnya konsumen dengan pendapatan menengah Rp. 1.500.000 – Rp 3.450.000 (43,75%) dan konsumen dengan pendapatan lebih besar dari Rp. 3.500.000 sebanyak 3 orang (6,25%). Data ini memperjelas bahwa posisi gula merah tebu sebagai pemanis alternatif yang ekonomis menjadi pilihan masyarakat ekonomi menengah kebawah. Bagi mereka, harga gula merah tebu dinilai sangat ekonomis (dibandingkan jenis gula merah lain seperti gula merah aren dan gula merah kelapa), karena mereka harus membagi pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan keluarga lainnya sehingga pemanis tradisional tersebut adalah pilihan terbaik

Tabel 4. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Pekerjaan di Kabupaten Jember Tahun 2013

Konsumen	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
Wiraswasta	13	27,08
Pegawai Swasta	7	8,33
Guru	12	25,00
Ibu Rumah Tangga	19	39,58
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa konsumen yang membeli gula merah tebu di dominasi oleh konsumen ibu rumah tangga (39,58%). Pekerjaan lainnya wiraswasta (27,08%), pegawai swasta (8,33) selanjutnya pekerjaan guru (25,00%). Jenis pekerjaan konsumen terbanyak berturut-turut adalah ibu rumah tangga dan wiraswasta, hal ini dikarenakan ibu rumah tangga lebih banyak memiliki waktu untuk berbelanja sendiri dipasar tradisional dibandingkan konsumen lainnya. Dapat dilihat juga bahwa jenis pekerjaan wiraswasta jumlahnya terbanyak kedua setelah ibu rumah tangga, hal ini dikarenakan walaupun konsumen memiliki pekerjaan seperti membuka warung kelontong, penjahit, ataupun membuka warung makanan, konsumen masih menyempatkan waktu untuk berbelanja sendiri di pasar tradisional.

Tabel 5. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Pendidikan di Kabupaten Jember Tahun 2013

Konsumen	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
Tidak tamat SD	0	00,00
Tamat SD	9	18,75
Tamat SMP	14	29,17
Tamat SMA	14	29,17
Tamat PT	11	22,92
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa konsumen yang membeli gula merah tebu di pasar tradisional memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, yang terbanyak adalah konsumen dengan tingkat pendidikan tamat SMA (29,17%). Berikutnya konsumen dengan latar pendidikan tamat SMP (27,08%), selanjutnya konsumen dengan pendidikan tamat PT (22,92%) dan yang terendah konsumen dengan pendidikan taamat SD (20,83%).

Tabel 6. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Jumlah Pembelian di Kabupaten Jember Tahun 2013

Jumlah Pembelian	Jumlah	Persentase (%)
100gr	25	52,08
250gr	17	35,42
500gr	6	12,50
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Jumlah pembelian gula merah tebu yang diuraikan pada Tabel 6 menjelaskan kuantitas gula merah tebu yang dibeli. Konsumen yang membeli 100gr setiap bulannya (52,08%). Hal ini dikarenakan konsumen yang membeli 100gr setiap bulannya untuk konsumsi sendiri sehingga hanya untuk pemenuhan kebutuhan pribadi dan keluarga, menurut konsumen jumlah pembelian 100gr sangat cukup untuk pemakaian satu bulan karena gula merah tebu tidak digunakan sebagai pemanis dalam membuat masakan atau minuman setiap hari, tetapi hanya pada waktu tertentu saja, seperti membuat kolak pisang.

Selanjutnya konsumen yang membeli 250gr setiap bulannya (35,42%), memberikan alasan yaitu, sebagai persediaan selama satu bulan karena konsumen beralasan tidak setiap hari atau setiap minggu pergi belanja di pasar, untuk itu konsumen membeli gula merah tebu sebanyak 250gr untuk persediaan. Konsumen yang membeli 500 gr (12,50%) digunakan untuk kebutuhan yang lebih besar seperti untuk acara selamatan yang membutuhkan gula merah tebu lebih banyak. Karena pada saat tersebut akan dibuat berbagai jenis kue yang membutuhkan gula merah tebu sebagai tambahan pemanis.

Tabel 7. Karakteristik Konsumen Gula Merah Tebu Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Kabupaten Jember Tahun 2013

Frekuensi Pembelian (per bulan)	Jumlah konsumen	Persentase (%)
≤ 2 kali	44	87,50
> 2 kali	6	12,50
Jumlah	48	100,00

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Frekuensi pembelian yang di uraikan pada Tabel 7 menjelaskan bahwa responden yang membeli kembali gula merah tebu kurang dari 2 kali sampai 2 kali (87,50%) dari 48 responden . Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membutuhkan gula merah tebu dalam waktu tidak terjadwal, responden memberikan alasan bahwa pembelian gula merah tebu dilakukan apabila akan membuat makanan yang membutuhkan gula merah tebu, seperti kolak, es dawet, sambal, maupun jamu. Frekuensi pembelian gula merah tebu yang tidak pasti dalam satu bulan ini, berdasarkan keinginan dari konsumen atau pada kebutuhan tertentu saja.

Kategori frekuensi pembelian kedua yaitu konsumen yang melakukan pembelian lebih dari 2 kali dalam sebulan (12,50%). Alasan responden melakukan pembelian dengan kategori tersebut untuk kebutuhan yang lebih besar seperti membuat kue-kue tradisional, karena salah satu pekerjaan responden menerima pesanan kue-kue tradisional.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

Variabel	Notasi	Item Statistik		
		Mean	Std. deviation	N
Pendidikan	X1	2,3333	1,14613	48
Merek	X2	2,0208	0,91068	48
Harga	X3	2,1250	1,08422	48
Usia	X4	1,6250	0,93683	48
Pendapatann	X5	2,7708	1,34068	48
Warna	X6	2,2708	1,19822	48
Tekstur	X7	2,5000	1,19822	48
Aroma	X8	2,4167	1,33422	48
Rasa	X9	1,9792	1,08156	48
Kebersihan	X10	2,4167	1,35007	48
Kand_gizi	X11	2,4167	1,16388	48
Pem_gizi	X12	2,0625	1,06003	48

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Terdapat 12 variabel yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumen gula merah tebu, meliputi tingkat pendidikan (X1), merek (X2), harga (X3), usia (X4), pendapatan (X5), warna (X6), tekstur (X7), aroma (X8), rasa (X9), kebersihan (X10), kandungan gizi (X11), pemenuhan gizi (X12).

Sebelum melakukan analisis faktor, data hasil kuisioner perlu diuji terlebih dahulu reliabilitasnya untuk mengetahui apakah data tersebut konsisten dan dapat dipercaya sesuai dengan tujuan pengukuran. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan uji statistic *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $\geq$  0,6 dan validitas data dengan melihat hasil dari standart deviasi. Hasil pengujian standart deviasi tersaji pada tabel 8.

Hasil Tabel 8. dapat dilihat bahwa nilai standar deviasi setiap variabel berada diatas nol sehingga tidak ada atribut atau variabel yang harus dikeluarkan. Hasil ini menunjukkan bahwa semua atribut variabel diatas dibutuhkan dalam melihat perilaku konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember. Dapat disimpulkan bahwa atribut variabel diatas layak untuk dianalisis secara statistic dan dapat dilakukan analisis faktor.

Tabel 9. Hasil Analisis Nilai MSA (*Measure of Sampling Adequency*) pada *Anti-Image Correlation*

Atribut Variabel yang Dikeluarkan	Nilai MSA
Merek (X2)	0,439
Pemenuhan gizi (X12)	0,461

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Pada nilai *Anti Image Correlation* terdapat satu variabel yang memiliki nilai kurang dari 0.5 yaitu variabel merek (X2) dan variabel pemenuhan gizi (X12). Variabel merek dikeluarkan dari model karena dalam membeli gula merah tebu konsumen tidak melihat dari merek. Sedangkan variabel pemenuhan gizi dikeluarkan dari model karena untuk memenuhi gizi anggota keluarga bisa didapat dari makanan lain.

Tabel 10. Hasil Analisis Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen Gula Merah Tebu di Kabupaten Jember

Atribut Variabel	Faktor	
	1	2
Pendidikan (X1)	0,784	0,047
Usia (X4)	0,598	0,233
Warna (X6)	0,666	0,096
Tekstur (X7)	0,777	0,342
Aroma (X8)	0,813	-0,003
Rasa (X9)	0,813	0,208
Kebersihan (X10)	0,717	0,225
Kandungan Gizi (X11)	0,784	0,047
Harga (X3)	0,202	0,674
Pendapatan (X5)	0,017	0,817
Eigenvalue	4,512	1,468
Varians	45,116	14,680
Cumulative	45,116	59,797

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Variabel-variabel yang dapat dilanjutkan untuk menjadi faktor setelah nilai KMO and Bartlett's Test diatas 0.5 dan nilai MSA tidak ada lagi nilai dibawah 0.5 berjumlah 10 variabel. Hasil analisis faktor tersebut membentuk 2 faktor. Variabel yang mengelompok menjadi 2 faktor tersebut dapat dijelaskan pada Tabel 10.

1. Faktor 1 (Usia dan Kualitas), meliputi variabel usia (X4), variabel warna (X6), variabel tekstur (X7), variabel aroma (X8), variabel rasa (X9), variabel kebersihan (X10), variabel kandungan gizi (X11). Faktor ini mempunyai hubungan yang erat yang ditunjukkan oleh nilai presentase varians 45.116%, nilai tersebut menunjukkan faktor kualitas dan gizi merupakan faktor paling dominan yang pertama yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember.
2. Faktor 2 (Harga dan Pendapatan), meliputi variabel harga (X2) dan variabel dan variabel pendapatan (X5). Faktor ini mempunyai hubungan yang erat yang ditunjukkan dengan nilai varians 14.680% menunjukkan bahwa faktor budaya merupakan faktor dominan kedua diantara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember.

Tabel 11. Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Jumlah Pembelian Gula Merah Tebu di Kabupaten Jember

Pendapatan	Jumlah Pembelian			Total	X2 Hitung	X2 Tabel
	Rendah	Menengah	Tinggi			
Rendah	13	9	1	23	3,857	9,488
Menengah	9	9	1	19		
Tinggi	1	4	1	6		
Total	23	22	3	48		

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 11. dapat diketahui bahwa responden dengan pendapatan rendah, jumlah pembelian gula merah tebu lebih tinggi dari

pada responden dengan pendapatan menengah maupun pendapatan tinggi. Berdasarkan hasil analisis chi square sebanyak 23 responden (47,9%) jumlah pembeliannya rendah, sedangkan yang jumlah belinya sedang 19 responden (39,6%) dan responden dengan jumlah pembelian gula merah tinggi 6 responden (12,5%).

Setelah data dianalisis diperoleh nilai  $X^2$  hitung 3,857 lebih kecil dari nilai  $X^2$  tabel sebesar 9,488 sehingga  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat hubungan yang nyata antara tingkat pendapatan dengan jumlah pembelian gula merah tebu. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa pendapatan konsumen tidak memiliki hubungan yang nyata dengan perilaku konsumen terhadap jumlah pembelian gula merah tebu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendapatan konsumen yang diwakili oleh konsumen dengan tingkat pendapatan rendah Rp.  $\leq$  950.000 – Rp. 1.484.000 dan konsumen dengan pendapatan menengah Rp.  $\geq$  1.500.000 – Rp. 3.450.000 serta konsumen dengan pendapatan tinggi yaitu Rp.  $>$  3.500.000 menganggap bahwa jumlah pembelian gula merah tebu tidak dipengaruhi oleh tingkat pendapatan sehingga didapat kesimpulan bahwa semua konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember pada tingkat pendapatan tinggi, menengah maupun rendah memiliki penilaian yang sama terhadap jumlah pembelian gula merah tebu.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan tanggapan konsumen bahwa jumlah pembelian gula merah tebu tidak berdasarkan pada tingkat pendapatan melainkan konsumen melakukan pembelian selama satu bulan sesuai dengan kebutuhan akan gula merah tebu.

## PEMBAHASAN

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Gula Merah Tebu di Kabupaten Jember

Hasil 12 variabel setelah dianalisis dikelompokkan menjadi 2 faktor. Dua variabel yang dikeluarkan karena nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) pada *Anti-Image Correlation* dibawah 0.5 sehingga variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Variabel-variabel yang dikeluarkan adalah Merek ( $X_2$ ) dan Pemenuhan gizi ( $X_{12}$ ). Kadua variabel tersebut dikeluarkan satu-persatu dimulai dari nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) pada *Anti-Image Correlation* yang terkecil terlebih dahulu. Setelah kedua variabel dikeluarkan di dapat 10 variabel yang mengelompok menjadi 2 faktor.

#### 1. Faktor 1

Pendidikan terakhir konsumen gula merah tebu paling banyak adalah tamatan SMP dan SMA. Variabel pendidikan memiliki korelasi positif sehingga pendidikan juga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli gula merah tebu. Sebagian konsumen beranggapan semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin tertarik atau mempengaruhi konsumen membeli gula merah tebu hal ini dikarenakan semakin tingginya tingkat pendidikan konsumen semakin banyak pula pengetahuan konsumen mengenai manfaat dari mengkonsumsi gula merah tebu.

Konsumen menilai bahwa faktor usia menjadi pertimbangan penting dalam membeli gula merah tebu karena berdasarkan usia konsumen yang membeli gula merah tebu terbanyak yaitu pada usia 42 – 53 tahun (43,75%). Keadaan tersebut menjadi penentu bahwa mulai berkembangnya pengetahuan masyarakat bahwa pada usia tersebut akan rentan terhadap penyakit sehingga konsumen beralih menggunakan gula merah tebu sebagai tambahan pemanis makanan atau minuman.

Konsumen menilai bahwa sebelum melakukan pembelian, penting bagi konsumen untuk mempertimbangkan kualitas dari gula merah tebu, karena dalam membeli suatu produk yang dilihat pertama kali adalah kualitasnya. Gula merah tebu yang akan dipilih konsumen harus memenuhi kriteria-kriteria persyaratan yang menggambarkan kualitas gula merah tebu. Gula merah tebu yang berkualitas baik memiliki tekstur yang padat, sedangkan gula merah tebu lembek menandakan bahwa gula

merah tebu tersebut sudah lama tersimpan dan sudah terlalu lama terkena udara.

Selain tekstur, warna gula merah tebu juga perlu diperhatikan. Warna gula merah tebu yang baik adalah kuning kecoklatan, apabila gula merah sudah tersimpan dalam waktu yang lama warna gula merah tebu tidak akan berubah namun akan timbul jamur berupa bintik-bintik putih pada permukaan gula merah tebu.

Aroma gula merah tebu juga memiliki ciri khas yang membuat konsumen memilih gula merah tebu, aroma tebu masih tercium pada gula merah tebu. Selain itu, rasa juga variabel perlu diperhatikan, karena gula merah tebu memiliki keunikan tersendiri dalam rasa, rasa manis dari gula merah tebu berbeda dengan jenis pemanis lain seperti gula pasir, apabila gula merah tebu dikonsumsi bukan sebagai pemanis maka rasa dari tebu sangat terasa. Hal tersebut yang membuat rasa gula merah tebu menjadi unik. Selain rasa manis gula merah tebu juga menyehatkan.

Selain itu, konsumen juga melihat dari segi kebersihannya. Kebersihan dapat dilihat dari gula merah tebu itu sendiri dan tempat penjualan, apabila gula merah tebu tersebut kotor maka akan langsung terlihat oleh konsumen. Penjual gula merah tebu di pasar tradisional melakukan pembersihan pada kantong-kantong plastik tempat gula merah tebu agar debu tidak menempel dan menarik konsumen untuk membeli pemanis makanan atau minuman tersebut.

Konsumen menganggap bahwa harus mengkonsumsi gula merah tebu sebagai tambahan pemanis makanan ataupun minuman, walaupun tidak rutin ataupun pada saat tertentu. Hal tersebut dikarenakan untuk kandungan gizi dari gula merah tebu. Kandungan gizi gula merah tebu sangat penting untuk proses metabolisme tubuh manusia. Gula merah tebu mengandung gizi yang lengkap yaitu, kalori, protein, lemak, hidrat arang, kalsium, fosfor, besi, air serta vit A, vit B1, dan vit B2. Konsumen yang membeli gula merah tebu adalah wanita, yaitu 48 pembeli, hal ini menunjukkan bahwa wanita atau seorang ibu menjadi pembuat keputusan dalam mengkonsumsi dan melakukan pembelian gula merah tebu untuk keluarga.

#### 2. Faktor 2

Konsumen gula merah tebu menilai bahwa faktor harga merupakan faktor penting kedua yang menjadi pertimbangan pada saat membeli gula merah tebu. Hal ini dapat diketahui dari nilai persentase varians sebesar 14,680% yang menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_3$ ) dan variabel pendapatan ( $X_5$ ) penting untuk diperhatikan saat membeli gula merah tebu. Konsumen akan memperhatikan harga yang ditawarkan oleh penjual, karena perbedaan atau selisih harga dengan tempat atau toko lain akan mempengaruhi pembelian gula merah tebu. Rata-rata harga gula merah tebu di pasar tradisional sekitar Rp. 10.500 dan gula merah tebu adalah paling rendah di banding gula merah lainnya yaitu gula merah kelapa Rp. 15.000 dan gula merah aren Rp. 24.000 (Sumber: pedagang di pasar tradisional).

Faktor harga sangat berkaitan erat dengan pendapatan keluarga konsumen karena sebagian besar responden yang membeli gula merah tebu adalah konsumen dengan pendapatan rendah Rp.  $\leq$  950.000 – Rp. 1.484.000 (50%) selanjutnya konsumen dengan pendapatan menengah Rp.  $\geq$  1.500.000 – Rp 3.450.000 (43,75%) dan konsumen dengan pendapatan lebih besar dari Rp.  $>$  3.500.000 (6,25%). Data ini memperjelas bahwa posisi gula merah tebu sebagai pemanis alternatif yang ekonomis menjadi pilihan masyarakat ekonomi menengah kebawah. Bagi mereka, harga gula merah tebu dinilai sangat ekonomis (dibandingkan jenis gula merah lain seperti gula merah aren dan gula merah kelapa), karena mereka harus membagi pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan keluarga lainnya sehingga pemanis tradisional tersebut adalah pilihan terbaik.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis perilaku konsumen gula merah tebu di Kabupaten Jember dan pembahasannya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen gula merah tebu adalah perempuan (100%), berusia 42-53 tahun (43,75%), mayoritas responden berpendidikan tamat SMA (37,50%), bekerja sebagai ibu rumah tangga (39,58%), memiliki tingkat pendapatan keluarga rendah Rp. 950.000 - Rp. 1.484.000 (50,00%), jumlah pembelian gula merah tebu 100gr (52,08%) dan frekuensi pembelian gula merah tebu kurang dari atau sama dengan dua ( $\leq 2$ ) (87,50%).
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen gula merah tebu ada 2 (faktor) yaitu, faktor 1 meliputi, variabel pendidikan, variabel usia, variabel warna, variabel tekstur, variabel aroma, variabel rasa, variabel kebersihan, dan variabel kandungan gizi, dan faktor 2 meliputi variabel harga dan pendapatan.
3. Tidak terdapat hubungan nyata antara pendapatan konsumen dengan jumlah pembelian gula merah tebu.

#### *Saran*

1. Konsumen gula merah tebu selain memperhatikan kualitas gula merah tebu juga memperhatikan merek kemasan, sehingga sebaiknya produsen memberikan merek yang lengkap pada kemasan gula merah tebu dengan mencantumkan sertifikasi kesehatan dan tanggal kadaluarsa.
2. Bagi produsen diharapkan untuk membuat gula merah tebu dalam kemasan yang lebih kecil, misalnya kemasan 100gr atau 500gr, untuk menjaga kebersihan dan higienitas dari gula merah tebu.
3. Bagi pedagang di pasar tradisional perlu memperhatikan faktor kebersihan, dengan membersihkan kemasan agar kualitas dan kebersihan gula merah tebu terjamin dan konsumen merasa aman terhadap produk yang dibeli.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ir. H. Imam Syaffi, MS. yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian karya ilmiah tertulis ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Engel, J.F., Rogger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaupa Aksara.
- Nasir, Mohammad. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. 2003. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Amus.
- Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Wibisono. 2003. *Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama