

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hortikultura adalah subsector pertanian yang memiliki prospek menjanjikan, memberikan kontribusi signifikan terhadap Pembangunan ekonomi, serta berperan penting dalam sumber pendapatan petani, perdagangan, dan penyediaan lapangan kerja. Di Indonesia, tanaman hortikultura dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yaitu buah-buahan, sayuran, tanaman biofarmaka, dan tanaman hias. Dari keempat kategori tersebut, sayuran dan buah-buahan menunjukkan tingkat produksi dan permintaan tertinggi Marpaung et al., (2024). Buah segar merupakan komoditas hortikultura yang memiliki kandungan vitamin dan nutrisi penting untuk memenuhi kebutuhan gizi tubuh. (Lusiana *et al.*, 2023).

Masyarakat mulai menyadari akan pentingnya kecukupan gizi dan pola hidup sehat, sehingga mereka akan sering dalam mengonsumsi buah segar. Salah satu jenis buah yang diminati oleh masyarakat dan memiliki banyak kandungan vitamin adalah buah anggur. Buah anggur (*Vitis vinifera L.*) merupakan buah dari tanaman merambat genus *Vitis* yang kaya akan antioksidan dan bermanfaat untuk kesehatan jantung. Buah anggur memiliki berbagai manfaat bagi tubuh, seperti mendukung kesehatan jantung, melancarkan pencernaan, dan mengatur kadar gula darah. Menurut Gustandi 2013 yang dikutip dalam Nabila *et al.*, (2022) tidak hanya daging buahnya, tetapi biji dan kulit anggur kaya akan antioksidan dengan kadar yang lebih tinggi dari vitamin C. Oleh karena itu, banyak orang mengonsumsi buah anggur untuk alasan kesehatan.

Adanya peningkatan konsumsi buah-buahan, khususnya buah anggur juga mengakibatkan meningkatnya produksi buah anggur di Indonesia, khususnya di Jawa Timur. Berikut merupakan data produksi buah anggur tahun 2022 hingga tahun 2024 berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia:

Tabel 1. 1 Data Produksi Buah Anggur per Tahun (Kwintal)

Tahun	Produksi
2022	3.759
2023	2.008
2024	2.654
Jumlah	8.421

Sumber: Badan Pusat Statistik 2024

Data diatas diperoleh dari BPS, (2024), dalam tabel tersebut menunjukkan produksi buah anggur yang berfluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022 produksi cukup tinggi mencapai 3.759 kwintal, namun pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi 2.008 kwintal, hingga akhirnya pada tahun 2024 terjadi peningkatan kembali sebanyak 646 kwintal sehingga menjadi 2.654 kwintal, dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa adanya peningkatan produksi dan konsumsi buah anggur dalam satu tahun terakhir, hal ini menjadikan konsumsi buah dan sayur sebagai kategori pangan kedua tertinggi setelah padi-padian.

Dalam mendapatkan buah anggur yang segar, tentunya masing-masing orang memiliki selera dan kriteria tersendiri. Dengan demikian, memahami selera dan tindakan dari pembeli (konsumen) adalah informasi pasar yang krusial bagi sektor agribisnis sebagai dasar untuk merencanakan, mengembangkan produk, dan memasarkan dengan lebih efektif Hasan *et al.*, (2022). Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan memperhatikan dan mempertimbangkan atribut yang paling melekat pada produk tersebut apakah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya sehingga melakukan keputusan pembelian. Perbedaan selera dari konsumen itulah yang membuat preferensi mereka beragam, sehingga mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Atribut produk sendiri merupakan karakteristik yang ada pada suatu produk yang dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan proses pembelian (Aiman *et al.*, 2017).

Pembelian terhadap komoditas buah anggur dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti rasa buah, tingkat kesegaran buah, tekstur buah, warna buah dan lain-

lain. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa preferensi buah anggur dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor intrinsik yang meliputi ukuran, betuk, warna, jenis, tekstur, rasa, dan kesegaran buah, serta atribut ekstrinsik yaitu seperti harga dan tempat pembelian. Namun, pada penelitian oleh Widiawati *et al.*, (2025) menjelaskan bahwa atribut seperti kualitas, keamanan, harga, dan rasa tidak begitu berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah lokal. Dari perbedaan hasil penelitian ini, perlu adanya penelitian mendalam mengenai preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah. Meskipun sudah banyak penelitian mengenai buah-buahan, penelitian yang secara khusus menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah anggur masih terbatas. Selain itu, objek dari kedua penelitian diatas dilakukan di pasaran, oleh karena itu tidak dapat mewakili preferensi konsumen pada agrowisata. Perbedaan lokasi tersebut menyebabkan adanya perbedaan pada aribut yang diteliti khususnya tingkat kesegaran buah. Dengan demikian, perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai analisis preferensi konsumen dalam keputusan pembelian buah anggur di agrowisata.

Buah-buahan tidak hanya dapat ditemukan di pasar, tetapi juga dapat diperoleh melalui agrowisata. Agrowisata adalah salah satu bentuk pariwisata yang memanfaatkan potensi lahan pertanian yang dikelola langsung oleh petani. Hal ini menawarkan kesempatan edukasi serta pengalaman rekreasi dan liburan bagi para pengunjung. Selain itu, agrowisata juga dapat meningkatkan nilai ekonomi dari kegiatan-kegiatan tersebut dan memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat setempat. Valentiana *et al.*, (2024). Petik buah sendiri merupakan salah satu jenis wisata yang sedang populer di Indonesia. Petik buah akan menambah wawasan konsumen dari edukasi dan merasakan sensasi memetik buah anggur langsung dari pohonnya. Selain itu, pengunjung juga dapat merasakan sensasi memakan kesegaran buah secara langsung. Hal ini sejalan dengan Jerico *et al.*, (2022) petik buah memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi, sebab di dalamnya dapat mengenal banyak buah dan langsung bisa memetikanya untuk dinikmati.

Terdapat beberapa wisata petik buah di Kabupaten Bojonegoro salah satunya yaitu Agrowisata Unggul Farm yang berlokasi di Desa Trembes Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro. Pada agrowisata ini terdapat berbagai jenis buah yang dapat dipetik langsung oleh pengunjung, diantaranya yaitu anggur, alpukat, jambu, dan pepaya. Di antara berbagai jenis buah, anggur adalah salah satu produk yang paling diminati oleh konsumen. Terdapat tiga varietas anggur yang umum dibudidayakan, yaitu anggur merah, hijau, dan hitam. Setiap konsumen memiliki kriteria yang berbeda saat memilih anggur, baik itu terkait varietas, rasa, harga, tekstur, ukuran, maupun warna kulitnya.

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat buah anggur yang tidak dipilih oleh konsumen sehingga tertinggal di pohonnya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah anggur yang perlu diidentifikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kualitas produk, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta memperkuat daya saing "Agrowisata Unggul Farm" sebagai destinasi agrowisata yang menawarkan buah berkualitas tinggi. Selain itu, penelitian tentang preferensi konsumen terhadap anggur meja dalam konteks agrowisata masih tergolong terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan informasi mengenai preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian anggur, khususnya di sektor agrowisata.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen saat membeli anggur di Agrowisata Unggul Farm. Konsumen mempertimbangkan atribut apa yang mereka anggap paling penting saat membeli, serta jenis anggur mana yang paling mereka sukai. Diharapkan hasil penelitian ini akan menjadi dasar untuk pertimbangan lebih lanjut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola agrowisata dalam memahami perilaku konsumen, meningkatkan kualitas buah anggur sesuai dengan preferensi konsumen, menyusun strategi pemasaran, serta meningkatkan daya saing Agrowisata Unggul Farm.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian buah anggur di Agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro?
2. Atribut apa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen terhadap keputusan pembelian buah anggur di Agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro?
3. Jenis buah anggur apa yang paling diminati berdasarkan preferensi konsumen di Agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut buah anggur yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian di Agrowisata Unggul farm Malo Bojonegoro.
2. Untuk menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah anggur di agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro.
3. Untuk mengetahui jenis buah anggur yang paling diminati berdasarkan preferensi konsumen di Agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis
 - a) Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang agribisnis, perilaku konsumen, serta preferensi konsumen dalam pembelian buah anggur khususnya di Agrowisata.
 - b) Memperkuat kajian teori perilaku konsumen dan keputusan pembelian, khususnya tentang bagaimana atribut produk mempengaruhi keputusan pembelian buah segar.

- c) Menjadi referensi teoritis bagi peneliti selanjutnya yang membahas tentang analisis preferensi konsumen terhadap komoditas hortikultura, khususnya untuk buah anggur segar.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Diharapkan mampu menambah pemahaman dan pengetahuan peneliti tentang perilaku konsumen serta dapat mengembangkan keterampilan dalam merancang dan melaksanakan penelitian lapangan serta analisis data.

b) Bagi Tempat Penelitian

Dapat membantu pengelola wisata dalam memahami preferensi konsumen berdasarkan atribut yang melekat pada buah anggur sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisata, volume kunjungan, dan omset penjualan melalui pendekatan pemasaran yang lebih tepat sasaran.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat memberikan informasi terkait dasar data dan temuan yang dapat dijadikan acuan dalam mengkaji preferensi konsumen di bidang agribisnis, khususnya pada agrowisata dan buah segar terutama buah anggur.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian tentang analisis preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian buah anggur pada Agrowisata Unggul Farm Desa Trembes Malo Bojonegoro, berikut adalah beberapa batasan yang mungkin diterapkan:

1. Penelitian ini akan difokuskan pada Agrowisata Unggul Farm yang berada di Desa Trembes Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro.
2. Pengumpulan data dilakukan selama periode Januari-Mei 2026.
3. Penelitian berfokus pada konsumen yang berada di lokasi dan telah membeli serta merasakan buah anggur di Agrowisata Unggul Farm Trembes Malo.

4. Penelitian ditujukan pada tiga jenis buah anggur yang ada di lokasi penelitian yaitu buah anggur merah, anggur hijau, dan anggur hitam.
5. Variabel penelitian ini dibatasi pada preferensi konsumen yang meliputi atribut jenis buah, rasa buah, harga, tekstur buah, ukuran buah, dan warna kulit buah anggur.
6. Data diperoleh melalui observasi langsung ke lapangan, penyebaran kuesioner, dan wawancara singkat kepada konsumen yang sedang melakukan pembelian buah anggur. Penelitian ini tidak menggunakan data penjualan dan data keuangan internal lainnya.
7. Analisis ini berfokus pada penilaian tingkat preferensi konsumen terhadap atribut buah anggur serta bagaimana atribut tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.