

Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Kacang Panjang (*Vigna unguiculata ssp. Sesquipedalis*) Di Pasar Tradisional Rakyat Ngabang Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak

Insyafan Zendrato¹⁾, Hery Medianto Kurniawan²⁾, Sri Widarti³⁾

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Sains, dan Teknologi Universitas Panca Bhakti Pontianak

Email: zendratoinsvaf@gmail.com

Abstract

The purpose of the research, which was carried out in December 2023–January 2024 at the Ngabang People's Traditional Market, Ngabang District, Landak Regency, is to assess and ascertain consumer attitudes on the purchase of fresh long bean vegetables at the market. Using an incidental sampling strategy, the research was able to obtain 50 respondents who satisfied the research's criteria. The respondents in this study were consumers who were purchasing long bean vegetables. The collected data is processed, assembled, examined, and concluded using the descriptive analysis data analysis method. The three variables in this study are the conative, emotional, and cognitive aspects of evaluative attitudes. All three have the same indicators, which are price, vegetal texture, cleanliness, brightness, and freshness. Following collection, the aforementioned data was examined using a Likert scale. According to the research findings, nearly all respondents had favorable opinions about purchasing fresh long bean vegetables when asked the questions that were included in the consumer attitude analysis

Keywords: *f consumer attitude, long beans, traditional markets*

PENDAHULUAN

Sayuran merupakan bagian penting dalam kesehatan. Sayuran yang dikonsumsi cukup dengan membantu melindungi tubuh dari segala penyakit. Badan Nasional Perencanaan Pembangunan Perencanaan Pembangunan (BPPN, 2007) memperkirakan 11% penyakit stroke dan 31 % serangan jantung disebabkan oleh pola makan yang kekurangan sayur - sayuran. Badan. Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pola makan yang sehat tercermin dari makin banyaknya pilihan dalam mengkonsumsi makanan yang segar dan layak konsumsi. Hal itu seiring dengan meningkatnya kesadaran dan kebutuhan, dinamika masyarakat Indonesia adalah tema yang selayaknya mendapat perhatian lebih serius dari berbagai pihak di Indonesia (Prasojo, 2013).

Sayuran segar Kacang Panjang dengan Bahasa latin (*Vigna unguiculata ssp.sesquipedalis*) adalah salah satu sayuran yang cukup populer di masyarakat dengan berbagai varietas menu sayuran yang beragam untuk dikonsumsi, selain itu kacang panjang juga banyak dijumpai di pasar-pasar sekitar. Pada umumnya manfaat dalam mengkonsumsi sayuran kacang panjang diantaranya kandungan gizi yang sangat banyak yang dapat menunjang sumber kaborhidrat dan protein, melancarkan proses pencernaan, dan mencegah penyerapan lemak (Pertiwi et al., 2021).

Menurut Walgito (2001), sikap diartikan sebagai keyakinan atau pendapat seseorang terhadap suatu keadaan, subjek, atau objek, disertai perasaan tertentu yang menjadi dasar tingkah laku dan tanggapan seseorang dengan cara tertentu yang dipilihnya.

Sikap konsumen terkait dengan kepercayaan dan perilaku. Hal ini dikarenakan kepercayaan merupakan salah satu faktor yang membentuk sikap konsumen. Sikap konsumen terbentuk oleh adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk atau objek tertentu. Terbentuknya sikap konsumen membentuk kepribadian dan niat untuk bertindak, dengan niat tersebut mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumen (Widhiani, 2006).

Pemenuhan kebutuhan khususnya sayuran segar kacang panjang oleh konsumen dilakukan dengan melakukan keputusan pembelian dan juga pemahaman sikap konsumen di pasar tradisional rakyat Ngabang. Gambaran tentang sikap konsumen masyarakat yang berbeda-beda dan berbelanja di pasar juga sangat penting untuk diketahui, agar penjual dipasar pun memahami akan karakteristik sikap pembeli yang dapat menjadi faktor tolak ukur untuk mengetahui atribut- atribut yang sangat penting untuk diperjual belikan dipasar tradisional ngabang. Sikap konsumen terhadap suatu produk dapat bervariasi bergantung pada orientasinya Setiadi (2010).

Keberadaan pasar tradisional juga sangat mempengaruhi potensi sayuran yang baik jika para pedagang di pasar itu sendiri menjual produk sayur-sayuran yang segar. Sayuran kacang panjang di pasar tradisional rakyat Ngabang sangat melimpah adanya di tinjau dari observasi peneliti dan ditunjang dengan data produksi dan produktivitas sayuran kacang panjang tingkat kabupaten bahkan kecamatan. Pasokan sayuran kacang panjang juga cukup banyak di pasarkan sehingga dikarenakan banyak maka secara otomatis harga sayuran kacang panjang ikut turun tanpa melihat tingkat atribut yang baik seperti kesegaran, kebersihan, tekstur, kecerahan warna, dan harga. Dengan demikian penulis tertarik mengangkat judul penelitian ini adalah “Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Kacang Panjang Di Pasar Tradisioanl rakyat Ngabang”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional rakyat Ngabang Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak pada bulan Desember 2023 sampai dengan Januari 2024. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data terdiri atas observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pasar tradisional rakyat Ngabang yang sedang membeli sayuran segar kacang panjang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability berupa accidental sampling, yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Dari penentuan responden tersebut peneliti mendapatkan sebanyak 50 responden sebagai sampel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Sampel yang diharapkan oleh peneliti sebanyak 50 orang responden
2. Responden yang sedang berbelanja di pasar tradisional ngabang dan sedang membeli sayuran segar kacang panjang.
3. Umur yang harus menjadi sampel harus diatas 17 tahun karena dianggap dapat menentukan tingkat kepuasan dan dapat melakukan pengambilan keputusan pembelian.

Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif, dimana data yang diperoleh diolah, disusun, dianalisis, dan disimpulkan. Penelitian ini difokuskan pada 3 komponen variabel sikap yaitu Komponen Respon Evaluative Kognitif (pengetahuan), Komponen Evaluative Afektif (emosional), dan Komponen Evaluatif Konatif (kecenderungan). Masing-masing komponen ini memiliki indikator atribut yang sama adalah Harga, Kesegaran, Kecerahan, Kebersihan, dan Tekstur Sayuran. Sehingga kemudian dianalisis menggunakan skala likert.

Tabel 1. Skala Likert Penelitian

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	RR	Ragu-Ragu	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Kemudian hasil data yang diperoleh dengan analisis sikap konsumen dalam membeli sayuran segar kacang panjang tersebut akan dianalisis dengan mengacu pada pendapat (Umar, 2010), dimana rentang skor dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$RS = m - n/b$$

RS = Rentang Skala

m = Nilai Tertinggi dalam skala likert

n = Nilai Terendah dalam skala likert b = Jumlah kelas yang di bentuk

Nilai skor tertinggi = Responden x Alternatif jawaban tertinggi

Nilai skor terendah = Alternatif jawaban terendah yang dipilih x Responden Nilai skor tertinggi = (50 x 5) = 250

Nilai skor terendah = $(50 \times 1) = 50$ Total range = $250 - 50 = 200/5 = 40$

Sehingga kriteria respon dari responden dapat dilihat dari rata-rata skor nilai yang diperoleh dengan penjelasan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Tabel Kriteria

Range	Kategori
>210 – 250	Sangat Baik/Sangat Setuju
>170 – 210	Baik/Setuju
>130 – 170	Cukup Baik/Ragu-ragu
>90 – 130	Rendah/Tidak Setuju
>50 – 90	Sangat Rendah/Sangat Tidak Setuju

Sumber: Data Olahan (2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilaksanakan di pasar tradisional rakyat Ngabang ini mengangkat tentang bagaimana sikap responden dalam membeli sayuran segar kacang panjang. Dalam hal ini ada tiga variabel dengan masing-masing indikator yang sama dan akan di fokuskan oleh peneliti untuk mengukur sikap responden dilokasi penelitan. Adapun Lima indikator tersebut ialah atribut yang berkaitan pada sayuran segar kacang panjang yakni harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan, dan tekstur sayuran. Kelima indikator ini mengacu juga pada variabel sikap konsumen komponen evaluative kognitif, evaluative afektif, dan evaluative konatif. Hasil dari penelitian dapat terurai pada bagian-bagian berikut.

1. Sikap Responden Komponen Evaluatif Kognitif/Pengetahuan Responden.

Tabel 3. Tanggapan Responden Terhadap Komponen Kognitif

Evaluative Kognitif/Pengtahuan Responden	Total Skor	Rata-Rata Skor	Kategori/Kriteria
Harga	229	4,58	Sangat Setuju
Kesegaran	224	4,48	Sangat Setuju
Kecerahan Warna	220	4,4	Sangat Setuju
Kebersihan	228	4,56	Sangat Setuju
Tekstur	229	4,58	Sangat Setuju
Total Rata-Rata Skor		22,6	Sangat Setuju

Sumber: Data Olahan (2024).

Komponen evaluative kognitif, mendapatkan rata-rata skor tertinggi sebesar 4,58 dan skor terendah 4,4 sehingga dapat diperoleh total rata-rata range dari komponen evaluative kognitif yaitu 22,6.

2. Sikap Responden Komponen Evaluatif Afektif/Emosional Responden.

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Komponen Afektif

Evaluative Afektif/Emosional Responden	Total Skor	Rata-Rata Skor	Kategori/Kriteria
Harga	221	4,42	Sangat Setuju
Kesegaran	222	4,22	Sangat Setuju
Kecerahan Warna	214	4,28	Sangat Setuju
Kebersihan	225	4,5	Sangat Setuju
Tekstur	232	4,64	Sangat Setuju
Total Rata-Rata Skor		22,06	Sangat Setuju

Sumber: Data Olahan (2024).

Komponen evaluative afektif, mendapatkan rata-rata skor tertinggi sebesar 4, 64 dan skor terendah 4, 5 sehingga dapat diperoleh total range rata-rata range dari komponen evaluative afektif yaitu 22,06.

3. Sikap Responden Komponen Evaluatif Konatif/Kecenderungan Perilaku Responden.

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Komponen Konatif

Evaluative Konatif/Kecenderungan Responden	Total Skor	Rata-Rata Skor	Kategori/Kriteria
Harga	227	4,54	Sangat Setuju
Kesegaran	227	4,54	Sangat Setuju
Kecerahan Warna	226	4,52	Sangat Setuju
Kebersihan	223	4,46	Sangat Setuju
Tekstur	212	4,24	Sangat Setuju
Total Rata-Rata Skor		22,32	Sangat Setuju

Sumber: Data Olahan (2024).

Komponen evaluative konatif, mendapatkan rata-rata skor tertinggi sebesar 4, 54 dan skor terendah 4, 24 sehingga dapat diperoleh total rata-rata range dari komponen evaluative konatif yaitu 22, 3. Uraian ketiga komponen variabel penelitian ini dapat juga diketahui total dari keseluruhan nilai rata-rata yaitu sebesar 22,32.

Keseluruhan variabel yang telah di uraikan yaitu komponen sikap evaluative kognitif, komponen sikap evaluative afektif, dan komponen sikap evaluative konatif, menunjukkan hasil yang baik dari ketiga variabel terhadap masing-masing indikator. Sehingga sikap konsumen dalam membeli sayuran segar kacang panjang (*Vigna Unguiculata ssp. Sesquipedalis*) di pasar tradisional rakyat Ngabang memberikan respon yang sesuai dengan kriteria penelitian ini yaitu (SS) Sangat Setuju.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dihasilkan kesimpulan yaitu penambahan CMC berpengaruh nyata terhadap karakteristik kimia *fruit leather* jeruk siam Pontianak yaitu meningkatkan kadar air, abu, dan vitamin C. Namun, tidak berpengaruh nyata terhadap karakteristik fisik *fruit leather* jeruk siam Pontianak (kekerasan), Penambahan CMC juga memberikan pengaruh nyata terhadap karakteristik organoleptik panelis terhadap atribut rasa, namun tidak berpengaruh nyata terhadap atribut tekstur, warna, aroma, dan *overall*. Perlakuan dengan formulasi CMC 0,7% secara keseluruhan yang paling banyak disukai panelis dibandingkan sampel lainnya. Berdasarkan karakteristik fisik dan kimia formulasi terbaik yaitu pada perlakuan CMC 0,3% karena memiliki kandungan vitamin C tertinggi sebesar 0,22% dan kekerasan yang baik sebesar 0,23 kgf serta kadar air sebesar 7,00% dan kadar abu yang rendah sebesar 1,31%.

1. Sikap responden terhadap harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan, dan tektus sayuran kacang panjang berdasarkan komponen evaluative kognitif sikap yaitu: harga memperoleh total skor 229, kesegaran memperoleh total skor 224, kecerahan warna memperoleh total skor 220, kebersihan memperoleh 228, dan tekstur memperoleh 229. Berdasarkan range >210-250 kelima indikator diatas dapat di kategorikan (SS) “Sangat Setuju” sesuai dengan kriteria atau kategori yang ditetapkan. Kelima indikator yang sudah di dapat diatas sangat memberikan sikap sesuai dengan pengetahuan masing-masing responden. Komponen sikap kognitif berdasarkan pada pengetahuan dari responden yang mencerminkan bagaimana responden mengevaluasi sesuatu secara kritis dan rasional. Artinya melakukan pembelian sayuran kacang panjang didasari dengan pengetahuan dan keyakinan bahwa sayuran tersebut sudah layak untuk dibeli dan telah terbukti baik dalam bentuk fisik dan memungkinkan kandungan gizi baik.

2. Sikap responden terhadap harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan, dan tekstur sayuran kacang panjang berdasarkan komponen evaluative afektif sikap yaitu: harga memperoleh total skor 221, kesegaran memperoleh 211, kecerahan warna memperoleh 214, kebersihan memperoleh 225, dan tekstur memperoleh 232. Berdasarkan range >210-250 kelima indikator diatas juga dikategorikan (SS) "Sangat Setuju". Berdasarkan hasil yang telah didapatkan diatas menjelaskan bagaimana sikap melalui evaluative afektif, artinya responden memilih dan memberikan jawaban benar-benar sesuai dengan yang dirasakan sebelum melakukan pembelian sayur kacang panjang. Umumnya komponen evaluative afektif menjelaskan tentang emosi seseorang tentang sesuatu hal yang dirasa baik itu kecemasan, kebencian, marah, cemburu ataupun suatu hal yang disukai. Dari kelima indikator yang didapatkan dalam penelitian ini responden dengan bijak memberikan emosi menyukai tanpa ada kecemasan ataupun cemburu sesuai dengan pertanyaan yang di sebarakan.
3. Sikap responden terhadap harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan, dan tekstur sayuran kacang panjang berdasarkan komponen evaluative konatif sikap yaitu: harga memperoleh total skor 227, kesegaran memperoleh 227, kecerahan warna memperoleh 226, kebersihan memperoleh 223, dan tekstur sayuran memperoleh 212. Berdasarkan range >210-250 masing-masing indikator diatas juga di kategorikan (SS) "Sangat Setuju". Dari kelima indikator diatas memberikan sikap benar-benar ingin dan cenderung untuk memberikan jawaban sesuai harapan yang seyogyanya responden inginkan. evaluative konatif menjelaskan bagaimana melakukan sesuatu tanpa melibatkan pihak kedua atau ketiga, sikap dalam evaluative konatif ini benar- benar keyakinan dari responden sendiri.
4. Keputusan yang dilakukan setelah mengetahui sikap responden cenderung menginginkan kacang panjang diharga normal yaitu sebesar Rp. 10.000/Kg tergantung dengan kebutuhan yang diinginkan. Kemudian kesegaran yang diinginkan responden ialah kacang panjang yang terlihat baru yang dapat di lihat melalui bentuk fisik yang bebas dari gigitan hama, warna yang mencolok hijau muda keputihan, sampai dengan tekstur yang panjang, lentur dan sedikit keras. Dari hal ini responden mengambil keputusan untuk membeli sayuran kacang panjang tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada jajaran Fakultas Pertanian, Sains, dan Teknologi Universitas Panca Bhakti Pontianak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.

REFERENSI

- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2007). *Rencana aksi nasional pangan dan gizi* (ISBN 978-979-376-27-6). Jakarta: BPPN.
- Pertiwi, S. K., Rizal, K., & Triyanto, Y. (2021). Pengaruh pupuk organik cair urin kambing dan pestisida alami terhadap pertumbuhan tanaman kacang panjang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. (Tambahkan volume, issue, dan halaman jika tersedia)*
- Prasojo. (2013). *Sistem informasi manajemen pendidikan* (Ed. 1, Cet. 1). Yogyakarta: UNY Press.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen* (Cet. 4). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar. (2010). *Desain penelitian manajemen strategik: Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (Edisi 11). Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Widhiyani, A. P. (2006). Aplikasi teori aksi beralasan (*Theory of Reasoned Action*). (Tuliskan sumber jurnal/buku/penerbit jika ada)