

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN BUAH PIR (*PYRUS*) PADA PASAR MODEREN *HYPERMART* PALU GRAND MALL**

### **Factors that Influence the Demand for Pears (*pyrus*) On the Modern Market *Hypermart* Hammer Grand Mall**

*Nada Pramudia Putri*<sup>1)</sup>, *Marhawati*<sup>2)</sup>, *Dewi Nur Asih*<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

<sup>2)</sup>Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

Email : [Nadapramudiaputri20@gmail.com](mailto:Nadapramudiaputri20@gmail.com), [wati\\_chairil@hotmail.com](mailto:wati_chairil@hotmail.com), [dewinurasih@yahoo.com](mailto:dewinurasih@yahoo.com)

#### **ABSTRACT**

This study aims to find out the effect of income, the price of pears, the price of imported apples, number of family and consumer's taste on the demand for pears fruit at the Modern Market Hypermart Palu Grand Mall. This research conducted in May - July 2018. The determination of respondents was carried out using accidental sampling with a total sample of 30 consumer's while, the analytical tool used in this study is a Linear Regression Analysis. The results show that simultaneously the income, the price of pears, the price of imported apples, the number of family and the taste of consumer gave a real influence on the demand for pear fruit in the modern market Hypermart Palu Grand Mall. The t test show partially were the variables income, price, of pears and consumers taste that have a significant effect on the demand for more over pears on the Hypermart Palu Grand Mall modern market, while the price of imported apples and the number of family were the variables that not have a significant effect on fruit demand pears at the modern market *hypermart* Palu Grand Mall.

**Keywords:** Demand, Pear Fruit, Price

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, jumlah tanggungan keluarga dan selera konsumen terhadap permintaan buah pir pada Pasar Modern Hypermart Palu Grand Mall. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2018. Penentuan responden dilakukan menggunakan sampling aksidental dengan jumlah sampel sebanyak 30 konsumen Buah Pir, sedangkan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat analisis Regresi Linear. Hasil penelitian menunjukkan secara bersama-sama pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, jumlah tanggungan keluarga dan selera konsumen memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan buah pir pada pasar moderen Hypermart Palu Grand Mall. Hasil uji t, menunjukan secara parsial variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah pir pada pasar modern *hypermart* Palu Grand Mall adalah pendapatan, harga buah pir dan selera konsumen, sedangkan harga buah apel impor dan tanggungan keluarga merupakan variabel yang tidak memberikan pengaruh nyata kepada permintaan buah pir pada pasar modern *hypermart* Palu Grand Mall.

**Kata Kunci :** Permintaan, Pir, Harga

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional, di antaranya memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan petani, serta meningkatkan pendapatan nasional melalui penerimaan devisa. Pembangunan pertanian di satu sisi dituntut untuk menjamin pendapatan yang layak bagi petani, sedangkan di sisi lain mampu menyediakan hasil pertanian dalam jumlah yang cukup dengan harga terjangkau oleh masyarakat. Salah satu upaya yang ditempuh untuk meningkatkan pendapatan petanian dalah dengan cara mengusahakan komoditas pertanian yang mempunyai nilai ekonomis tinggi serta mempunyai potensi pasar yang cukup besar, baik pasardalam negeri maupun luar negeri. Sub sektor pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan adalah hortikultura yang meliputi tanaman buah-buahan, sayuran dan bunga. Buah-buahan cukup potensial untuk dikembangkan mengingat permintaan akan buah-buahan tersebut terus meningkat (Kementerian Pertanian, 2009).

Damianus (2015) meneliti tentang “Analisis Permintaan Buah Anggur (*Vitis Sp*) pada Pasar Modern di Kota Ambon” Hasil analisis memperlihatkan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 73,4. Hal ini berarti 73,4 % variasi permintaan buah anggur dapat dijelaskan oleh variabel independent seperti harga anggur (X1), harga melon (X2), harga semangka (X3), harga jeruk (X4), jumlah pembelih (X5). Sisanya sebesar 26,6% oleh variabel lain diluar model. Analisis regresi permintaan buah anggur terlihat nilai F-hit sebesar 16,527 dan signifikan pada  $\alpha$ : 1%, mengindikasi permintaan buah anggur di pasar moderen dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel bebas. Nilai elastisitas silang dari permintaan buah anggur terhadap buah melon sebesar  $0,75 > 0$  dan buah melon terhadap buah anggur sebesar  $0,39 > 0$  berarti antara buah anggur dan buah melon merupakan barang substitusi, yaitu

bila harga anggur mengalami kenaikan maka jumlah buah anggur yang diminta akan menurun dan Sebaliknya.

Kebutuhan buah-buahan di Indonesia akan terpenuhi manakala ketersediaan produk didukung pula dengan daya beli masyarakat. Usaha pemenuhan kebutuhan dan selera konsumen terhadap buah-buahan tercemin dengan semakin membanjirnya buah impor di Indonesia, dimana total produksi buah impor di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Produk Buah Impor Di Indonesia Pada Tahun 2012-2016

No	Tahun	Produksi (Ton)/tahun
1	2012	848
2	2013	667
3	2014	789
4	2015	666
5	2016	848

Sumber : Kementerian Perdagangan 2017

Tabel 1 menunjukkan data produk buah impor Indonesia dari tahun 2012 hingga tahun 2016 yang berfluktuasi. Pada tahun 2012 jumlah produksi buah impor berjumlah 848 ton/tahun, mengalami penurunan menjadi 667 ton/tahun pada tahun 2013, kemudian pada tahun 2014 produksi buah impor kembali meningkat menjadi 789 ton/tahun. Pada tahun 2015 jumlah produksi buah impor kembali menurun sebesar 666 ton/tahun hingga tahun 2016 total buah impor di Indonesia mengalami kenaikan hingga 848 ton/tahun. Produksi buah impor di Indonesia terus meningkat dikarenakan produksi buah lokal belum memperhatikan tingkat mutu, ketidakseragaman jenis buah, dan kesulitan transportasi menjadikan buah lokal sulit meningkatkan pemasaran buah-buah lokal ke pasar.

Masuknya buah impor khususnya di Sulawesi Tengah tidak terlepas dari kemampuan buah impor dalam membentuk citranya sebagai buah yang bermutu, bergengsi, mudah diperoleh dipasaran dan

penampilan menarik serta mampu menunjukkan status sosial pembeli buah tersebut. Pasar moderen atau lebih dikenal sebagai supermarket merupakan tempat perdagangan yang menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari termasuk buah-buahan, dengan banyak pilihan dan kemudahan kepada konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan pada satu tempat. Pada pasar modern barang yang diperdagangkan memiliki kualitas yang baik. Keunggulan pasar ini yaitu tempatnya bersih, nyaman dan ruangan yang ber AC sehingga konsumen merasa aman dan nyaman saat berbelanja. Salah satu supermarket di Provinsi Sulawesi Tengah yang menyediakan serta menjual buah-buahan impor yakni *Hypermart*. Perkembangan produk buah impor impor di pasar modern *Hypermart* Palu Grand Mall Kota Palu dapat dilihat dari pembelian buahimpor pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2. Volume Pembelian Buah Impor di *Hypemart* Palu Grand Mall Pada Tahun 2013-2016 (Ton)

Tahun	Pir	Anggur	Apel	Jeruk
2013	3,71	4,12	8,4	2,5
2014	8,00	14,82	24,61	11,25
2015	7,21	11,91	18,00	9,51
2016	8,34	13,21	26,53	8,75

Sumber : *SBI Hypermart Palu Grand Mall 2017*

Tabel 2 menunjukkan data mengenai pembelian buah impor di *Hypermart (Palu Grand Mall)* dari tahun 2013 hingga tahun 2016 mengalami fluktuasi khususnya pada buah pir. Pada tahun 2013 pembelian buah pir berjumlah 3,71 ton lalu pada tahun 2014 meningkat menjadi 8,00 ton, kemudian pada tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 7,21 ton, sampai pada tahun 2016 pembelian buah pir kembali meningkat peningkatan menjadi 8,34 ton.

Fluktuasi pembelian buah impor terkait dengan kemampuan manusia untuk melakukan pembelian/permintaan. Nicholson

(2001), menyatakan bahwa kemampuan manusia melakukan permintaan terhadap suatu barang berubah-ubah, kadang naik, kadang turun. Kemampuan manusia dipengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang. Faktor-faktor tersebut yaitu harga barang (komoditi), harga barang lain, jumlah tanggungan, dan selera. Setiadi (2003), menambahkan bahwa permintaan suatu barang juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti umur dan pendidikan. Lebih lanjut Raharjo P dan Manurung M (2001), menambahkan bahwa permintaan suatu barang juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti pendapatan keluarga, dan jumlah tanggungan.

Alfauzan, dkk (2015) berdasarkan hasil penelitian “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor di Pasar Johar Kota Semarang (Studi Kasus buah Apel Fuji dan Jeruk Mandarin)” dapat disimpulkan sebagai berikut :1. Karakteristik Konsumen Apel Fuji dan Jeruk Mandarin di Pasar Johar Konsumen Apel Fuji dan Jeruk Mandarin mayoritas berasal dari kalangan usia 31-40 tahun, dengan pendapatan Rp. 2.000.000-3.000.000/bulan, berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dengan tingkat pendidikan terakhir SMU, mempunyai jumlah anggota keluarga antara 3-4 orang. 2.Proses Keputusan Pembelian Konsumen Apel Fuji dan Jeruk Mandarin konsumen menunjukkan motivasi pembelian yang sama untuk mengkonsumsi Apel Fuji dan Jeruk Mandarin sebagai kebiasaan, sedangkan manfaat yang dicari adalah mendapatkan rasa segar.

Penulis melihat rendahnya permintaan akan buah pir seperti terlihat pada Tabel 2. Tabel 2 menunjukkan peningkatan permintaan buah pir, namun dengan tren yang berfluktuasi, dibandingkan buah impor lainnya. Buah pir merupakan buah yang memiliki permintaan terendah, walaupun buah pir merupakan salah satu buah impor yang sering diminati oleh konsumen, karena alasan kandungan gizi, kesehatan, serta gengsi. Hal ini menarik peneliti untuk

mengkaji faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam membeli buah pir.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah berapa besar pengaruh pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, tanggungan keluarga, serta selera konsumen terhadap permintaan buah pir (*pyrus*) pada pasar moderen *Hypermart* Palu Grand Mall?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, tanggungan keluarga, serta selera konsumen terhadap permintaan buah pir (*pyrus*) pada pasar moderen *Hypermart* Palu Grand Mall.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dilaksanakan untuk menambah wawasan terkait penelitian buah impor khususnya buah pir dan melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Tadulako.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terkait dalam meningkatkan daya saing pasar dan dapat memberikan pendapatan maksimal serta menjadi acuan penelitian selanjutnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di pasar modern *Hypermart* Palu Grand Mall yang beralamat di Jl. Diponegoro, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Pemilihan daerah penelitian ini diambil dengan sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu pasar *modern* yang menyediakan buah pir di Kota Palu dan telah berdiri sejak lima tahun terakhir sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi dan melakukan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2018.

Penentuan responden yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan sampling aksidental. Sugiono (2008), menyatakan sampling aksidental merupakan tehnik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik responden yang dibutuhkan yakni konsumen yang membeli buah pir pada pasar moderen (*hypermart*) dengan tujuan untuk dikonsumsi dan sudah menjadi kebiasaannya dalam membeli buah pir dengan frekuensi pembelian minimal satu bulan sekali, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden, yakni seseorang yang berbelanja buah pir di *Hypermart* Palu Grand Mall, dengan pertimbangan sebagai konsumen buah pir yang ada di *Hypermart* yang dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat dan representatif sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah meliputi data primer dan data sekunder, dimana data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur maupun instansi-intansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

## Metode Analisis Data

### *Analisis Regresi Linear Berganda*

Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah pir selanjutnya dianalisis dengan analisis regresi linear berganda. Jonathan (2006), menyatakan pengujian hipotesis dapat diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga buah pir, pendapatan konsumen, harga buah apel impor, jumlah tanggungan keluarga dan selera konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + D_1X_1 + e$$

Keterangan :

Y= Permintaan konsumen buah pir (Kg)

a = Intersep

b1-b5 =Nilai Koefisien regresi

X<sub>1</sub>= Pendapatan konsumen (Rp/Bulan)

X<sub>2</sub>= Harga buah Pir (Rp)

X<sub>3</sub>= Harga barang substitusi (Rp)

X<sub>4</sub>= Tanggungankeluarga (Orang)

D<sub>1</sub>= Selera, (1 = Suka, 0 = Tidak Suka)

E = Error (kesalahan)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Karakteristik Responden.** Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang membeli produk buah pir di *Hypermart* yang merupakan salah satu pasar moderen di Kota Palu. Mayoritas responden yang mengkonsumsi buah pir adalah ibu rumah tangga, dimana responden di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur dan pendapatan.

**Jenis Kelamin.** Secara umum konsumen yang melakukan kegiatan berbelanja buah pir adalah perempuan, untuk lebih jelasnya responden pir berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Konsumen Buah pir berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah ( Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	4	13,33
2	Perempuan	26	86,67
Jumlah		30	100,00

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam membeli buah pir didominasi perempuan, hal ini terlihat dari jumlah presentasi responden sebesar 86,67% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya memiliki presentasi sebesar 13,33%.

**Umur Responden.** Umur merupakan waktu yang telah dihabiskan seseorang untuk menjalani hidup. Tingkat umur seseorang mempengaruhi kedewasaan seseorang dalam berpikir, terkait pentingnya konsumsi buah pir dalam pemenuhan kebutuhan gizi seseorang.

Umur responden pada penelitian berkisar antara 25 hingga 58 tahun. Hal tersebut menunjukkan semua responden yang membeli buah pir berada pada usia produktif. Hal ini sesuai kategori umur produktif yaitu berkisar yang dinyatakan oleh BPS yakni 15 sampai 64 tahun (Badan Pusat Statistik, 2017). Hasil ini menunjukkan bahwa responden buah Pir masih aktif dalam mempertimbangkan pembelian buah pir yang akan dikonsumsi.

**Tingkat Pendidikan.** Tingkat pendidikan mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut semakin besar. Data tingkat pendidikan responden buah pir dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden konsumen Buah pir berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SMA	4	13,33
2	S1	23	76,67
3	S2	3	10,00
Jumlah		30	100,00

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2018

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden buah pir memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, hal ini terlihat pada responden buah pir yang memiliki tingkat pendidikan tertinggi yaitu S1 dengan nilai persentase sebesar 76,67% atau sebanyak 23 jiwa, dan tingkat pendidikan terendah yaitu tingkat pendidikan S2 hanya memiliki persentase sebesar 10,00% atau sebanyak 3 jiwa.

**Jumlah Tanggungan Keluarga.** Keluarga adalah lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Anggota keluarga akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan buah pir. Data jumlah tanggungan keluarga responden buah pir dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden Buah Pir berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 1	3	10,00
2	2 – 3	20	66,67
3	4 – 5	7	23,33
Jumlah		30	100,00

Sumber :Data Primer Setelah diolah, 2018

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden buah pir memiliki jumlah tanggungan 2-3 orang dengan persentase nilai tertinggi sebesar 66,67%. Jumlah tanggungan keluarga 0-1 memiliki nilai persentase terendah sebesar 10,00% dan jumlah tanggungan keluarga 4-5 dengan presentasi nilai sebesar 23,33%. Artinya bahwa semakin besar jumlah tanggungan keluarga dalam satu rumah tangga maka semakin besar pula jumlah kebutuhan pokok khususnya Buah Pir.

**Pendapatan.** Tingkat pendapatan akan mempengaruhi besar kecilnya daya beli konsumen. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragam kebutuhan, begitu pun sebaliknya. Data responden buah pir berdasarkan pendapatan dapat dilihat dalam Tabel 7.

Tabel 7 menunjukkan data pendapatan responden buah pir menunjukkan jumlah responden terbesar memiliki pendapatan Rp. 4.000.000 – Rp. 5.300.000 sebanyak 13 orang 43,33% sedangkan responden terkecil memiliki pendapatan antara Rp. 5.300.000 – Rp. 6.600.000 dengan presentasi sebesar 23,33%. Besarnya pendapatan konsumen

dalam hal ini akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumsi, sehingga mempengaruhi daya beli konsumen terhadap buah pir.

Tabel 7. Karakteristik Responden Buah Pir Berdasarkan Pendapatannya

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	4.000.000 - 5.300.000	13	43.33
2	5.300.000 - 6.600.000	7	23.33
3	6.600.000 - 8.000.000	10	33.33
Jumlah		30	100.00

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2018

**Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>.** Berdasarkan hasil analisis SPSS 21 Model Summary menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup> adalah 0,728 atau 72,8%. Hal ini menjelaskan bahwa variasi permintaan buah pir di pasar modern *Hypermart* Kota Palu mampu dijelaskan oleh variabel pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, jumlah tanggungan keluarga dan selera sebesar 0,728 atau 72,8%, sedangkan sisanya 27,2% dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

**Uji F (Simultan).** Berdasarkan uji F pada Tabel ANOVA, menunjukkan bahwa nilai signifikan  $F_{hitung} (12,846) > F_{tabel} (2,620)$  pada tingkat signifikansi ( $\alpha 5\% = 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, jumlah tanggungan keluarga dan selera konsumen terhadap permintaan buah pir. Dimana secara simultan atau secara bersama-sama. variabel pendapatan ( $X_1$ ), harga buah pir ( $X_2$ ), harga buah apel impor ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) dan selera konsumen ( $D_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah pir. Uji

simultan tersebut diperkuat oleh asumsi multikolonieritas, dimana pada asumsi multikolonieritas didapatkan tidak terjadi multikolonieritas atau memenuhi asumsi multikolonieritas. Hal ini berarti variabel yang digunakan yaitu pendapatan, harga buah pir, harga buah apel, jumlah tanggungan keluarga dan selera tidak memiliki korelasi yang asosiatif (hubungan yang erat). Sehingga dari semua variabel yang digunakan dan diamati dapat mempengaruhi permintaan buah pir secara bersama-sama.

Tabel 8. Output Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Pir pada Pasar Moderen (*Hypermart*) Palu Grand Mall

Variabel	Koef. Regresi	t- hitung	Signifikan
Intersep	-26,590	-3,161	0,004
Pendapatan (X <sub>1</sub> )	2,510	2,231	0,035
Harga Buah Pir (X <sub>2</sub> )	3,171	5,028	0,000
Harga Buah Apel Impor (X <sub>3</sub> )	-0,96	-0,974	0,340
Tanggungan Keluarga (X <sub>4</sub> )	-0,143	-1,514	0,143
Selera Konsumen (D <sub>1</sub> )	0,786	3,581	0,002

Keterangan :

Tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$  dan  $1\%$

$R^2 = 0,728$

F-hitung = 12,846

t-tabel = 1,710

F-Tabel = 2,620

**Uji Parsial (Uji t).** Berdasarkan hasil uji t pada tabel coefficient yang dilakukan, terdapat variabel yang berpengaruh nyata dan berpengaruh tidak nyata (signifikan) terhadap permintaan buah pir pada Pasar Modern *Hypermart* Palu Grand Mall.

Hasil regresi diperoleh variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah pir adalah pendapatan (X<sub>1</sub>), harga buah pir (X<sub>2</sub>) dan selera konsumen (D<sub>1</sub>) berdasarkan perbandingan signifikansi pada tingkat kesalahan sebesar 5% dan 1% maka ketiga variabel tersebut menunjukkan nilai lebih kecil yang artinya variabel tersebut memberikan pengaruh kepada variabel terikatnya. Adapun variabel bebas yang berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah pir adalah variabel harga buah apel impor (X<sub>3</sub>) dan jumlah tanggungan keluarga (X<sub>4</sub>), dimana nilai yang diperoleh signifikan lebih besar dari 5%.

Estimasi model persamaan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Buah Pir pada Pasar Moderen *Hypermart* Palu Grand Mall adalah:

$$Y = -26,590 + 2,510X_1 + 3,171X_2 - 0,96X_3 - 0,143X_4 + 0,786D_1 + e$$

Keterangan :

Y = Permintaan Konsumen Terhadap Buah Pir (Kg)

b<sub>0</sub> = Intersep

b<sub>1</sub>-b<sub>4</sub> = Parameter Yang Diuji

X<sub>1</sub> = Pendapatan (Rp/Bulan)

X<sub>2</sub> = Harga Buah Pir (Rp)

X<sub>3</sub> = Harga Buah Apel (Rp)

X<sub>4</sub> = Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)

D<sub>1</sub> = Selera Konsumen ( 1 = Suka, 0 = Tidak Suka )

e = Error Term (Kesalahan Pengganggu)

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang mempengaruhi permintaan buah pir pada Pasar Moderen *Hypermart* di Palu Grand Mall diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Pendapatan (X<sub>1</sub>)

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X<sub>1</sub>) berpengaruh nyata, dimana  $t_{hitung} 2,231 > t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh (0,035) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 2,510. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan

pendapatan sebesar 1 satuan harga (Rupiah) akan meningkatkan jumlah permintaan buah pir sebesar 2,510gr dengan asumsi *ceteris varibus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, yang artinya variabel pendapatan secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah pir (*pyrus*) pada pasar modern *Hypermart* Palu Grand Mall.

Tabel 9. Tingkat Pendapatan Dan Frekuensi Pembelian Buah Pir ( *Pyrus*) Pada Pasar Moderen *Hypermart* Palu Grand Mall, 2018

N	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)	Frekuensi pembelian	Jumlah Pembelian (gr)
1	4.000.00 - 5.300.00	13	43.33	1 minggu sekali	2000
2	5.300.00 - 6.600.00	7	23.33	2 minggu sekali	3000
3	6.600.00 - 8.000.00	10	33.33	2 minggu sekali	4000
Jumlah		30	100.00	2 minggu sekali	9000

Pendapatan konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan buah buah pir. Penelitian ini telah berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara tingkat pendapatan dan jumlah buah pir yang diminta dan dikonsumsi oleh konsumen. Hal ini terlihat dari frekuensi pembelian responden dilokasi penelitian sesuai dengan pendapat Suparmoko (2011), yakni apabila naiknya pendapatan konsumen, konsumsinya terhadap suatu barang semakin besar, ini dapat diartikan barang itu merupakan barang mewah. Sedangkan bila dengan meningkatnya pendapatan konsumen, jumlah suatu barang yang dikonsumsi relatif tetap. Frekuensi pembelian dan jumlah pembelian buah pir menentukan

seberapa sering konsumen membeli dan mengkonsumsi buah tersebut maka barang tersebut merupakan barang kebutuhan sehari-hari.

## 2. Harga Buah Pir ( $X_2$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel harga buah pir ( $X_2$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana  $t_{hitung} 5,028 > t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh (0,000) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,01) dengan nilai koefisien regresi sebesar 3,171. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan harga buah pir sebesar 1 satuan harga (rupiah) akan meningkatkan jumlah permintaan buah pir sebesar 3,171Kg. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel harga buah pir secara parsial berpengaruh sangat nyata terhadap jumlah permintaan buah pir.

Buah pir merupakan salah satu buah impor, besar kecilnya harga buah pir tersebut akan mempengaruhi seberapa besar permintaan konsumen terhadap buah tersebut. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Tjiptono, (2008) yang menyatakan terkait dimensi strategik harga yaitu “harga merupakan determinan utama dalam suatu permintaan” berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecilnya harga memengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen. Namun, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga buah pir yang dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen bukan hanya karena alasan “suka” melainkan karena alasan kesehatan yang menurut konsumen sangat penting bagi kesehatan tubuh. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis yang diperoleh dimana kenaikan harga buah pir pada pasar Moderen *Hypermart* Palu Grand Mall berpengaruh positif meningkatkan permintaan terhadap buah tersebut.

## 3. Harga Buah Apel Impor ( $X_3$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel harga buah apel impor ( $X_3$ ) berpengaruh tidak nyata dimana  $t_{hitung} - 0,974 < t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh (0,340) lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05). Nilai

koefisien regresi sebesar -0,696. Yang berarti bahwa setiap peningkatan Harga Buah Apel Impor sebesar 1 satuan harga (rupiah) berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah pir. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya variabel Harga Buah Apel Impor yang merupakan barang substitusi secara parsial berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan buah pir pada Pasar Moderen *Hypermart* di Palu Grand Mall. Hal ini dikarenakan buah apel impor bukan merupakan buah utama yang menjadi pilihan konsumen dalam penelitian ini, melainkan barang substitusi buah pir. Dengan mengasumsikan harga buah pir tetap (*ceteris paribus*) kenaikan buah substitusi tersebut akan membuat konsumen mencari barang substitusi lainnya yang berasal dari buah lokal misalnya mangga, pepaya dikonsumsi untuk dibeli dan dikonsumsi sebagai barang substitusi. Sehingga kenaikan harga buah apel impor sebagai barang substitusi dalam hal ini tidak berpengaruh terhadap permintaan buah pir.

#### 4. Jumlah Tanggungan Keluarga ( $X_4$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) berpengaruh tidak nyata dimana  $t_{hitung} - 1,514 < t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh (0,143) lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05). Nilai koefisien regresi sebesar -0.143. Yang berarti bahwa setiap peningkatan jumlah tanggungan keluarga sebesar 1 satuan jiwa berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah pir. Kesimpulan yang diperoleh bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya variabel jumlah tanggungan keluarga secara parsial berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan buah pir pada Pasar Moderen *Hypermart* Palu Grand Mall.

Jumlah tanggungan keluarga dalam hal ini bukan merupakan variabel utama yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap buah pir. Hal ini dikarenakan buah pir bukan merupakan makanan pokok bagi setiap keluarga, sehingga semakin

banyaknya jumlah tanggungan keluarga tidak memengaruhi permintaan buah pir. Konsumen dalam hal ini akan lebih memprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan pokok terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan lainnya, termasuk dalam membeli buah pir.

#### 5. Selera Konsumen ( $D_1$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel selera konsumen ( $D_1$ ) berpengaruh nyata secara parsial dimana nilai  $t_{hitung} 3,518 > t_{tabel} 1,710$  dan nilai signifikan yang diperoleh (0,002) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,01). Nilai koefisien regresi sebesar 0,786, hal ini berarti bahwa besarnya permintaan buah pir dipengaruhi oleh selera konsumen yakni apakah konsumen tersebut “suka” atau “tidak suka” dimana selera konsumen yang menyukai buah pir berpengaruh positif dalam meningkatkan permintaan buah pir sebanyak 0,786Kg. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya selera konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan buah pir pada Pasar Moderen *Hypermart* Palu Grand Mall. Mayoritas konsumen yang membeli dan mengkonsumsi buah pir dalam hal ini dipengaruhi oleh perubahan *trend* dalam mengkonsumsi buah serta gensi terhadap konsumsi buah impor. Dimana perubahan trend yang berkembang menjadikan konsumen untuk ikut dan tertarik membeli dan mengkonsumsi buah pir tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Evansyah (2018) yang menyatakan bahwa selera konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan buah pir.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah pir pada Pasar Moderen *Hypermart* Palu Grand Mall yakni pendapatan, harga buah pir, harga buah apel impor, jumlah tanggungan keluarga dan selera, Sedangkan secara parsial diketahui bahwa pendapatan,

harga buah pir dan selera konsumen merupakan variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah pir, sedangkan harga buah apel impor dan jumlah tanggungan keluarga merupakan variabel yang berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah pir pada Pasar Modern *Hypermart* Palu Grand Mall.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan disarankan kepada pihak pasar modern *Hypermart* Palu Grand Mall untuk dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan meningkatkan pelayanan tambahan seperti dalam memilih buah, memberikan informasi harga serta kandungan gizi dari buah impor yang ditawarkan agar konsumen lebih tertarik untuk membeli buah pir serta buah impor lainnya. Kepada pihak konsumen disarankan agar lebih sering untuk mengkonsumsi buah khususnya buah lokal sebagai buah pengganti/substitusi karena dengan mengkonsumsi buah secara rutin adalah bentuk pola hidup yang sehat yang bisa diperoleh baik dari buah impor maupun dari buah lokal.

### DAFTAR PUSTAKA

Alfauzan, Fer. dkk, 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor Di Pasar Johar Kota Semarang (Studi Kasus Buah Apel Fuji Dan Jeruk Mandarin)*. Jurnal Mediagro Vol. 11 No. 1 Hal 35-46.

BPS, 2017 *Sulawesi Tengah Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik. Kota Palu.

Damianus K, 2015. *Analisis Permintaan Buah Anggur (Vitis Sp) pada Pasar Modern*

*Di Kota Ambon*. Volume 3  
No.3 Oktober 2015.

Direktur Jendral Hortikultura. 2015. *Perkembangan PDB Komuditas Hortikultura Indonesia*.

Evansyah, D. 2018. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Sayuran Kangkung Darat di Kota Palu*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Tadulako.

Jonathan, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Kementerian Pertanian, 2009. *Rencana Strategi Kementerian Pertanian Tahun 2010-2014*.

Nicholson, 2001. *Teori Ekonomi Mikro I*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

SBI *Hypermart* Palu Grand Mall, 2017. *Volume Pembelian Buah Impor*.

Setiadi N.J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana, Jakarta.

Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suparmoko. 2011. *Hubungan tingkat pendapatan rumah tangaa dan jumlah barang yang dikonsumsi* . Vol 1. (4) : 874-878, Juli 2015.

Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Andi: Yogyakarta.