

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki sektor pertanian yang mempunyai peran penting dalam perekonomian. Subsektor pertanian yang dikembangkan di Indonesia tidak hanya dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, melainkan juga tanaman hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan

Sub sektor hortikultura hingga saat ini masih menjadi salah satu komoditas strategis pertanian di Indonesia. Sejauh ini, pengembangan hortikultura dilakukan sebagai upaya: 1) Pelestarian lingkungan penciptaan lingkungan asri, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan, 2) Menarik investasi skala kecil dan menengah, 3) Pengendalian inflasi dan stabilisasi harga komoditas strategis (cabai merah dan bawang merah), 4) Pelestarian dan pengembangan identitas nasional (anggrek, jamu, dll), 5) Peningkatan ketahanan pangan melalui penyediaan karbohidrat alternatif (pisang, kentang, dll), dan 6) Menunjang pengembangan sektor pariwisata (agro wisata) (Dirjen Hortikultura, 2013).

Komoditas hortikultura telah tumbuh dan berkembang menjadi salah satu komoditas pertanian yang cukup diminati di pasar. Rata-rata pertumbuhan permintaan pasar terhadap produk hortikultura mencapai 11 %, sedangkan pada komoditas pertanian lain seperti tanaman perkebunan dan tanaman pangan masih pada kisaran 7 – 8 %. Kondisi ini dipengaruhi oleh semakin tingginya kesadaran konsumen akan arti penting komoditas hortikultura yang tidak hanya sebagai bahan pangan, tetapi juga mempunyai kontribusi kepada aspek kesehatan, estetika dan lingkungan. Komoditas ini telah menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat serta ikon bagi beberapa daerah di Indonesia. (Dirjen Hortikultura, 2013).

Pengembangan komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan dapat dirancang sebagai salah satu sumber pertumbuhan baru dalam perekonomian nasional. Salah satu komoditas hortikultura yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah durian (Tirtawinata, 2016).

Durian (*Durio zibethinus*) merupakan tanaman asli Asia Tenggara yang beriklim tropic basah, terutama Indonesia. Tanaman durian merupakan salah satu

tanaman hortikultura yang berasal dari beberapa genus yang berbeda, yaitu *Durio zibethinus*, *Durio kutejensis*, *Durio oxleyanus*, *Durio dulcis*, dan *Durio Graveyolens* (Badan Litbang Pertanian, 2013). Durian merupakan salah satu buah yang sangat digemari masyarakat Indonesia. Semenanjung Malaya, Sumatera, dan Kalimantan merupakan habitat dan pusat asal durian yang memiliki keragaman yang tinggi (Tirtawinata, 2016).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia, produksi buah durian di Indonesia dari tahun 2020-2024 mengalami fluktuasi cenderung naik yang mana produksi terendah pada rentang waktu tersebut pada tahun 2020 dengan jumlah produksi 11.331.948 kuintal (Lampiran 1). Pada tahun 2024 jumlah produksi buah durian di Indonesia mencapai 19.617.055 kuintal (Lampiran 1). Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi penghasil buah durian terbanyak di Indonesia pada tahun 2024 (Lampiran 2). Hal itu dikarenakan produksi durian di Sumatera Barat terus meningkat dari sebanyak 1.314.301 kuintal pada tahun 2020 hingga mencapai 2.196.381 kuintal pada tahun 2022 (Lampiran 3). Tingginya produksi durian di Sumatera Barat ini menjadi peluang besar bagi pelaku usaha untuk menciptakan inovasi produk olahan berbahan dasar durian yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dibanding penjualan buah segar.

Mengingat sifat buah durian yang tidak tahan lama pada suhu ruang, maka peran agroindustri sangat diperlukan. Agroindustri merupakan kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku utama untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan produk primer (Soekartawi, 2003). Melalui kegiatan pengolahan tersebut, produk pertanian tidak hanya memiliki masa simpan yang lebih lama, tetapi juga mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Pengolahan ini dapat dilakukan pada komoditas tanaman pangan, hortikultura, maupun perkebunan dan pada akhirnya mendorong terciptanya keterkaitan usaha antara sektor pertanian sebagai penyedia bahan baku dan sektor industri sebagai pengolahnya (Soekartawi, 2003).

Salah satu industri yang mampu menciptakan nilai tambah pada komoditas hortikultura tersebut adalah Arfam's Durian, sebuah Industri Kecil Menengah

(IKM) yang mengolah buah durian menjadi berbagai produk makanan penutup (*dessert*) di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam, Kabupaten Padang Pariaman. Perkembangan usaha saat ini diwarnai persaingan yang semakin ketat di berbagai bidang, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan (Mantik, 2015). Banyaknya industri pengolahan menyebabkan pelaku usaha harus dapat mempertahankan produk agar terus diminati konsumen, sementara dari sisi konsumen, persaingan menciptakan banyak alternatif pilihan yang semakin memperumit proses keputusan pembelian.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi hal yang sangat penting. Menurut Menurut Sumarwan (2011), perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2004). Salah satu aspek terpenting dalam perilaku konsumen adalah keputusan pembelian, yaitu tahap di mana konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif (Kotler dan Amstrong, 2018). Dengan memahami proses dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut, pelaku usaha dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen (Kotler dan Keller, 2009).

Bagi usaha pengolahan hasil pertanian seperti Arfam's Durian, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting, terutama ketika usaha tersebut dalam upaya pengembangan pasar dan peningkatan volume penjualan. Informasi mengenai faktor-faktor tersebut dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif serta meningkatkan daya saing di pasar. Melalui penelitian tentang konsumen, pelaku usaha dapat mencari tahu apa yang sebenarnya dibutuhkan pasar dan apa yang melatarbelakangi konsumen hingga mereka memutuskan melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

B. Rumusan Masalah

Kecamatan 2x11 Kayu Tanam merupakan salah satu kecamatan dengan produksi durian terbanyak di Kabupaten Padang Pariaman. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik 2024, produksi durian di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam mencapai 11.944 kuintal pada tahun 2024 (Lampiran 3). Jumlah produksi tersebut menunjukkan bahwa durian merupakan komoditas hortikultura yang memiliki potensi ekonomi besar di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam. Kondisi ini menghasilkan kesempatan besar bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan buah durian sebagai produk konsumsi yang bernilai jual tinggi.

Salah satu usaha yang memanfaatkan potensi tersebut adalah Arfam's Durian, sebuah IKM di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam yang didirikan oleh Ibu Quratul Ayuni dan Ibu Radhina Rahim pada tahun 2017. Berawal dari skala *home industry*, usaha ini termotivasi untuk mengembangkan produk *dessert* berbahan dasar durian mengingat pemanfaatan durian di daerah tersebut masih terbatas pada penjualan buah kupas dengan nilai jual relatif stagnan, di samping sifat buah durian yang hanya tahan sekitar 4-8 jam pada suhu ruang. Saat ini Arfam's Durian menghasilkan lebih dari 20 produk unggulan seperti talam durian, kue lapis Surabaya, *pancake* durian, *roll* abon sambalado durian, dodol durian, dan coklat durian, dengan rentang harga Rp6.000 hingga Rp80.000 (Lampiran 5). Seluruh produk telah memperoleh sertifikasi P-IRT dan Halal, sehingga aspek keamanan dan kebersihan produk terjamin. Produksi dilakukan setiap hari dengan volume yang menyesuaikan permintaan dan ketersediaan bahan baku durian lokal.

Berdasarkan keterangan pemilik usaha, jumlah konsumen yang datang ke Arfam's Durian rata-rata lebih dari 100 pengunjung dalam 1 hari. Namun demikian, tidak seluruh pengunjung tersebut melakukan transaksi pembelian. Terdapat sebagian pengunjung yang hanya melihat-lihat produk, menanyakan harga, atau sekadar mampir tanpa membeli, terutama pada kelompok wisatawan yang melintas di jalur Padang-Bukittinggi. Selain itu, terdapat konsumen yang datang karena rekomendasi teman maupun keluarga, sementara sebagian lainnya lebih mempertimbangkan kualitas produk dan harga sebelum memutuskan membeli. Data omset usaha pada periode Maret 2025 hingga Maret 2026

(Lampiran 6) juga menunjukkan adanya fluktuasi penjualan yang tidak selalu berbanding lurus dengan jumlah kunjungan yang menunjukkan bahwa tingginya arus pengunjung belum tentu menghasilkan keputusan pembelian yang optimal. Konsumen yang datang tidak hanya berasal dari masyarakat sekitar Kecamatan 2x11 Kayu Tanam, tetapi juga berasal dari wisatawan maupun masyarakat yang melintasi jalur Padang-Bukittinggi. Pola kunjungan konsumen umumnya mengalami peningkatan pada waktu-waktu tertentu, seperti pada akhir pekan, musim durian, maupun periode liburan.

Seiring dengan perkembangan usaha, usaha ini membuka toko pertama pada Desember 2019 yang beralamat di Jl. Lintas Padang-Bukittinggi, Kecamatan 2x11 Kayu Tanam. Pada tahun 2021, Arfam's Durian melakukan ekspansi dengan membuka cabang kedua di Kota Padang. Namun, pada tahun 2023 toko cabang tersebut terpaksa ditutup karena mengalami penurunan penjualan yang disebabkan oleh ketidaksesuaian antara lokasi usaha dengan karakteristik konsumen di wilayah tersebut. Cabang di Kota Padang berada pada kawasan perkantoran yang didominasi oleh pekerja kantor, sementara produk yang ditawarkan lebih cenderung sebagai produk oleh-oleh, sehingga terjadi kesalahan sasaran pasar, di mana kebutuhan masyarakat di sekitar lokasi tidak sesuai dengan karakteristik produk yang ditawarkan, sehingga volume penjualan terus menurun. Selain itu, faktor keterbatasan kapasitas produksi serta adanya pertimbangan untuk lebih fokus mengembangkan toko utama di Kayu Tanam menjadi dasar pengambilan keputusan untuk menutup cabang tersebut. Kondisi ini membuktikan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh ketepatan dalam memahami perilaku dan kebutuhan konsumen di lokasi penjualan.

Untuk memperoleh lokasi yang lebih strategis serta mendukung perluasan pasar, pada tahun 2024 Arfam's Durian memutuskan untuk merelokasi operasional usahanya ke lokasi yang masih strategis yang masih berada di jalur utama Padang-Bukittinggi. Selain itu, Arfam's Durian berencana melakukan ekspansi kembali dengan membuka toko kedua di daerah lain. Upaya ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat citra merek Arfam's Durian.

Namun, upaya tersebut tidak lepas dari tantangan. Sebelum ekspansi dilakukan, penting bagi manajemen Arfam's untuk memahami terlebih dahulu perilaku dan pola keputusan pembelian yang saat ini berbelanja di lokasi Kayu Tanam. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi hal yang penting dilakukan agar strategi pemasaran yang diterapkan tepat sasaran. Usaha ini perlu memiliki pengetahuan yang luas mengenai kebutuhan, preferensi, serta pertimbangan konsumennya dalam memilih produk sehingga mampu menciptakan keunggulan yang kompetitif dari segi kualitas produk maupun suasana dan pelayanan yang nyaman bagi konsumen.

Meskipun Arfam's Durian memiliki potensi pasar yang signifikan serta adanya variasi produk yang beragam, penutupan salah satu cabang pada tahun 2023 mengindikasikan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh produk, tetapi juga ditentukan oleh pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, belum diketahui faktor apa yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Arfam's Durian.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, terdapat dua permasalahan mendasar yang dihadapi Arfam's Durian. Pertama, meskipun arus pengunjung tinggi yaitu rata-rata 100 orang per hari, tapi tidak seluruh pengunjung akhirnya memutuskan untuk membeli. Kedua, pengalaman penutupan cabang di Kota Padang tahun 2023 membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak dapat diasumsikan sama antara satu lokasi dengan lokasi lainnya. Tanpa pemahaman terhadap faktor-faktor yang mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian baik dari sisi internal diri konsumen (budaya, sosial, pribadi, psikologi) maupun dari sisi bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi), maka usaha sulit dilakukan pengembangan.. Terdapat beberapa aspek yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Arfam's Durian, baik yang berasal dari faktor yang berkaitan dengan karakteristik konsumen maupun dari faktor bauran pemasaran (4P). Pada aspek produk, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana inovasi produk olahan durian yang ditawarkan oleh Arfam's Durian mampu bersaing dengan produk olahan durian segar yang juga banyak diminati oleh konsumen dan produk sejenis lainnya secara konsisten. Selain itu, aspek harga perlu diketahui apakah penetapan harga sudah sesuai dengan daya beli

konsumen. Pada aspek lokasi, perlu dinilai apakah lokasi saat ini sudah cukup strategis dalam menarik konsumen potensial. Kegiatan promosi juga perlu diperhatikan untuk melihat sejauh mana promosi yang dilakukan mampu meyakinkan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh Arfam's Durian. Sementara dari sisi internal konsumen, faktor budaya (kebiasaan membeli oleh-oleh), sosial (pengaruh rekomendasi orang lain), pribadi (tingkat pendapatan dan gaya hidup), serta psikologi (persepsi dan kepercayaan terhadap merek) ikut diduga mempengaruhi keputusan pembelian.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, serta bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat dijadikan landasan dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan usaha Arfam's Durian.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik konsumen Arfam's Durian Kecamatan 2x11 Kayu Tanam?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen di Arfam's Durian?

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dikemukakan maka penelitian ini diberi judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Produk Olahan Durian Pada Usaha Arfam's Durian Di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan :

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen Arfam's Durian di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam.

2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian terhadap produk olahan durian pada usaha Arfam's Durian Di Kecamatan 2x11 Kayu Tanam.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik usaha, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat sehingga dapat membantu dan meningkatkan kualitas pelayanan baik produk ataupun jasa pada konsumen dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang bermanfaat dalam mengembangkan strategi pemasaran.
2. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai perilaku konsumen.
3. Bagi akademisi, sebagai sumber informasi untuk dijadikan bahan referensi pada penelitian selanjutnya.
4. Bagi pembaca, sebagai informasi mengenai perilaku konsumen pada usaha yang bergerak di bidang olahan makanan dan minuman berbahan dasar produk pertanian

