ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP GULA KEMASAN DI DESA PASAR BARU PANGEAN KECAMATAN PANGEAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI PROVINSI RIAU

Andi Alatas, SP. M.Sc

Staff Pengajar Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Email : [andy.a28583@gmail.com](mailto:andy.a28583@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli gula kemasan di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, yang mana setiap warung yang ada diambil masing-masing 25 konsumen yang terdiri dari 4 warung yang ada. Metode penelitian yang digunakan adalah accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara.. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif. Karakteristik konsumen yaitu usia konsumen yang memilih gula kemasan berada pada usia 20 – 25 tahun dengan persentase 57 %, konsumen yang memilih gula tanpa kemasan berada pada usia 26 – 65 dengan persentase 43 %. Untuk karakteristik jenis kelamin diperoleh angka 35 persen laki- laki yang mana mereka tidak terlalu mementingkan merek dan kemasan pada produk gula yang mereka beli, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan mereka lebih selektif memilih gula dengan kemasan yang cukup bagus dan menarik dalam penelitian ini didapati sebanyak

65 persen. Untuk karakteristik harga konsumen memilih gula tanpa kemasan, hal ini dikarenakan gula tanpa kemasan memiliki harga yang lebih murah dibadingkan dengan harga gula kemasan didapati sebanyak 90 persen, sedangkan yang memilih gula kemasan hanya 10 persen. Untuk karakyteristik kategori pendidikan didominasi pendidikan tingkat SD sebanyak 39 % disusul tingkat SLTP 30%. Selanjutnya untuk kategori karakteristik jenis pekerjaan konsumen memiliki pekerjaan ibu rumah tangga hal ini dikarenakan mayoritas yang membeli produk gula adalah ibu-ibu. Untuk kategori karakteristik pendapatan yang memiliki persentase tertinggi yaitu Rp. 1.500.000 – 2.999.000 dengan jumlah responden sebanyak 44 orang atau sama dengan 44 %.

Keywords : konsumen, gula, dan analisis karakteristik

ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics of consumers who buy packaged sugar in Pasar Baru Pangean Village, Pangean District, Kuantan Singingi Regency. Samples taken as many as 100 people, in which each stall is taken each of 25 consumers consisting of 4 existing stalls. The research method used was accidental sampling. Data collection was carried out by interview. The analysis used in the study was descriptive analysis. Characteristics of consumers is the age of consumers who choose packaged sugar is at the age of 20-25 years with a percentage of 57%, consumers who choose packaged sugar are at the age of 26-65 with a percentage of 43%. For gender characteristics, it is found that 35 percent of men are not too concerned with the brand and packaging of the sugar products they buy, whereas for female gender they are more selective in choosing sugar with a pretty good and attractive packaging in this study. percent. For the price characteristics of consumers choosing unpackaged sugar, this is because unpackaged sugar has a cheaper price compared to the price of packaged sugar found as much as 90 percent, while those who choose packaged sugar are only 10 percent. For the education category, the education category was dominated by elementary school education with 39%, followed by the junior high school level, 30%. Furthermore, for the category of characteristics of the types of jobs consumers have housewife jobs, this is because the majority who buy sugar products are mothers. For the category of income characteristics that have the highest percentage of Rp. 1,500,000 - 2,999,000 with a total of 44 respondents or 44%.

Keywords: consumer, sugar, and characteristic analysis

PENDAHULUAN

Gula sebagai sukrosa diperoleh dari [nira,](https://id.wikipedia.org/wiki/Nira) [tebu,](https://id.wikipedia.org/wiki/Tebu) [bit gula,](https://id.wikipedia.org/wiki/Bit_gula) atau [aren.](https://id.wikipedia.org/wiki/Aren) Meskipun demikian, terdapat sumber-sumber gula minor lainnya, seperti kelapa. Sumber- sumber pemanis lain, seperti [umbi dahlia](https://id.wikipedia.org/wiki/Dahlia), [anggur,](https://id.wikipedia.org/wiki/Anggur) atau bulir [jagung,](https://id.wikipedia.org/wiki/Jagung) juga menghasilkan semacam pemanis namun bukan tersusun dari sukrosa sebagai komponen utama. Proses untuk menghasilkan gula mencakup tahap ekstraksi (pemerasan) diikuti dengan pemurnian melalui [distilasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Distilasi) (penyulingan). Sumber gula di Indonesia sejak masa lampau adalah cairan [bunga](https://id.wikipedia.org/wiki/Bunga) ([nira](https://id.wikipedia.org/wiki/Nira)) [kelapa](https://id.wikipedia.org/wiki/Kelapa) atau [enau,](https://id.wikipedia.org/wiki/Enau) serta cairan batang tebu. Tebu adalah tumbuhan asli dari [Nusantara,](https://id.wikipedia.org/wiki/Nusantara) terutama di bagian timur. Adapun jenis- jenis gula yaitu : gula merah, gula tebu, dan gula bit. (Arifin, 2009).

Gula (sukrosa) memiliki peranan yang penting dalam proses fermentasi yaitu sebagai sumber nutrisi bagi bakteri

A. xylinum. Gula yang beredar di pasaran ada beberapa jenis, di antaranya yaitu: 1) gula tebu atau yang lebih dikenal dengan sebutan gula pasir;2) gula batu yangmerupakan hasil dari pengkristalan gula pasir yang berbentuk bongkahan kristal yang lebih besar dibandingkan dengan gula pasir; 3) gula kelapa ataulebih dikenal dengan sebutan gula merah; 4) gula aren dan 5) gula jagung. Setiap jenis gula tersebut tentunya memiliki tingkat kemanisan yang berbeda sehingga akan mempengaruhi ketebalan natayang dihasilkan.

Pola distribusi perdagangan mempunyai peran penting dalam perekonomian masyarakat. Pola distribusi menggambarkan rangkaian jalur perpindahan suatu baranghasil

produksimulai dari produsen sampai ke konsumen akhir pada suatu wilayah tertentu. Pola distribusi yang efisien membantu produsen menjual barangnya dan mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang kebutuhannya dengan biaya yang serendah-rendahnya sehingga harga barang yang dibayarkan terjangkau bagi konsumen akhir. (BPS, 2018).

Gula merupakan suatu karbohidrat sederhana yang menjadi sumber energi dan komoditi perdagangan utama dalam bentuk kristal. Hal ini terbukti dengan permintaan masyarakat akan gula yang terus meningkat. Dengan meningkatnya perkembangan penduduk maka akan semakin meningkat pula konsumsi masyarakat akan gula yang perludisertai dengan meningkatnya produksi gula.Hingga saat ini hanya sekitar setengah dari kebutuhan gula nasional terpenuhi dari produksi dalam negeri, selebihnya dipenuhi dari gula impor.Kebutuhan impor gula cenderungmeningkat 5% sampai 8%,tiap tahun". (Suryo Alam, 2011).

Gula pasir merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat Indonesia saat ini dan masih mengalami kendala dalam proses pendistribusian perdagangan. Hal ini terlihat dari fluktuasi dan disparitas harga gula pasir yang cukup tinggi antara harga pada tingkatprodusen dan harga yang diterima oleh konsumen. Kebutuhan masyarakat Indonesia yang cukup tinggi disertai ketersediaan gula pasir dalam negeri yang tidak mencukupi juga menjadi masalah dalam proses pendistribusian.Di sisi lain, keterlibatan importir dalam memasok gula pasir di Indonesia juga menjadi salah satu faktor penentu pendistribusian gula pasir (BPS, 2018).

Permintaan gula pasir masyarakat Indonesia relatif tinggi seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, perkembangan industri makanan dan minuman serta perkembangan hotel dan restoran. Hal ini ditunjukkan melalui data hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2017 bahwa rata-rata konsumsi gula pasir per kapita dalam sebulan adalah 5,212 ons. Proyeksi penduduk Indonesia tahun 2017 adalah sebesar 261,8609 juta jiwa, sehingga diperkirakan konsumsi gula pasir tahun 2017 adalah 3,376 juta ton sedangkan luas areal perkebunan tebu dari tahun 2014 hingga 2017 terus menurun

begitu pula dengan produksi gula pasir di Indonesia. Pasokan gula pasir yang tidak mampu dipenuhi oleh produksi domestik memunculkan terjadinya aktivitas impor gula pasir.(BPS, 2018)

Peningkatan jumlahpermintaan gula pasir di Indonesia kemudian dihadapkan dengan kondisi kemunduran produktivitas industri gula Indonesia. Sehingga menjadi suatu permasalahan yang sudah berlangsung lama,semenjak industri gula Indonesia menurun dari salah satu produsen gula dunia hingga kemudianmenjadi importir gula.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode survey penelitian dilaksanakan di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean. Data diambil dengan menggunakan metode convenience sampling / accidental sampling. Dalam penelitian jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 100 konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer diperoleh dari hasil wawancara dari para konsumen atau yang disebut responden dalam penelitian ini. Data tersebut diperoleh dengan cara

membagikan kuisioner yang dibagikan kepada para konsumen. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari dinas-dinas terkait dan sumber-sumber yang mendukung baik menggunakan buku bacaan/literatur yang mendukung. Analisis yang digunakan dalam menetukan karakteristik konsumen adalah dengan analisis statistik deskriptif. Data dapat diperoleh dengan cara mewawancarai konsumen secara langsung dengan menggunakan kuisioner data yang akan diperoleh mengenai karakteristik konsumen ini adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, tingkat pendapatan dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Gula

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari konsumen yang

bersedia diwawancarai dan bersedia memberikan informasi mengenai gula yang sering mereka konsumsi. Pada penelitian ini yang dijadikan karakteristik untuk konsumen diantaranya: a) Usia. b)

Jenis kelamin c) Harga d) Pendidikan e) Jenis Pekerjaan f) Pendapatan. Adapu konsumen yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 100 orang yang terdiri dari 4 warung yang ada di Desa Pasar Baru Pangean.

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan dengan menggunakan kuisioner diperoleh hasil sebagai berikut :

Karakteristik Konsumen Gula dengan Kategori Usia

Usia sangat mempengaruhi sesseorang dalam setiap melakukan aktifitas dalam

hidupnya. Usia akan selalu menjadi indikator dalam menentukan produktif atau tidaknya seseorang, yang juga akan mempengaruhi dalam daya konsumsi terhadap suatu makanan yang dalam penelitian ini konsums gula.

Menurut Prof Koesoemanto (1992) klasifikasi umur digolongkan dalam 3 golongan :

1.Usia dewasa muda ( 18/20-25 tahun) 2.Usia dewasa tua (25-60/65 tahun) 3.Lanjut usia ( > 65 tahun)

Tabel 1. Identitas Responden Konsumen Gula Kemasan Berdasarkan Tingkat Usia di Desa

Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Tahun 2020

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Usia Responden (tahun) | Jumlah | Persentase |
| 1 | 20 – 25 | 57 | 57 % |
| 2 | 26 – 60 | 32 | 32 % |
| 3 | * 60 | 11 | 11 % |

Sumber : data olahan, 2020

Dari Tabel 1. Diatas diketahui bahwa dari 100 konsumen yang memiliki keinginan atau harapan tinggi memilih gula kemasan berada pada usia 20-25 tahun sebanyak 57 orang atau 57 %, sedangakan rentan usia 26-60 sebanyak 32 konsumen atau 32% yang memiliki arti semakin tinggi usia seseorang belum tentu mementingkan bentuk atau kemasan terhadap suatu produk yang dalam penelitian ini adalah gula kemasan. Sedangkan untuk usia yang produktif yaitu

20 -25 terdapat 57 konsumen yang menyukai gula dalam kemasan, hal ini dikarenakan pada usia ini terdapat pola pikir dan informasi yang mudah didapat sehingga mempengaruhi kedalam pilihan untuk memilih gula kemasan.

Karakteristik Konsumen Gula dengan Katgori Jenis Kelamin

Faktor jenis kelamin mempengaruhi keinginan dan kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi. Biasanya pemikiran laki-laki dan perempuan mengenai suatu permasalahan berbeda sudut pandangnya (Plumer dalam Suryawan, 2004 : 27). Menurut Soedarno et.al (1992) dalam Yulianti (2000). Jenis kelamin pada penelitian ini memberikan gambaran mengenai respon yang diberikan konsumen terhadap suatu produk yang dalam penelitian gula yang menggunakan kemasan atau gula tanpa kemasan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel. 2 dibawah ini :

Tabel 2. Identitas Responden Konsumen Gula Kemasan Berdasarkan Tingkat Jenis Kelamin di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Tahun 2020

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
| 1 | Laki-laki | 35 | 35 % |
| 2 | Perempuan | 65 | 65 % |
| Jumlah | | 100 | 100 % |

Dari Tabel. 2 diatas diketahui bahwa perempuan memiliki kecendrungan meyukai hal yg indah, begitu halnya dengan gula, perempuan menyukai gula kemasan dikarenakan bentuknya yang menarik dibandingkan dengan gula tanpa kemasaan, sedangkan jenis kelamin laki- laki mereka tidak terlalu memikirkan kemasan dari suatu produk. Sehingga untuk penelitian ini perermpuan memiliki 65 persen konsumen yang menyukai gula kemasan.

Karakteristik Konsumen Gula dengan Kategori harga

Harga merupakan komponen terpenting bagi konsumen untuk memilih suatu

.

produk yang ingin mereka gunakan, termasuk dalam memilih produk gula. Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa **(**Kolter, 2008). Menurut Basu Swastha (2005) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Tjiptono (2005), Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepimilikan atau pengguna suatu barang dan jasa

Tabel 3. Identitas Responden Konsumen Gula Kemasan Berdasarkan Harga di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Tahun 2020

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Kategori | | | Jenis produk | |
| Murah | Sedang | Mahal | kemasan | Non kemasan |
| Jumlah | 10 | 12 | 78 | 10 | 90 |
| Persentase | 10 % | 12% | 78% | 10% | 90% |

Berdasarkan penelitian pada Tabel 3. Diketahui bahwa konsumen menanggapi bahwa gula kemasan memiliki harga yang cukup mahal dibandingkan gula non kemasan. Bedasarkan 100 konsumen yang didata terdapat 78 % menanggapi gula kemasan memiliki harga yang mahal, sedangkan 12 % menjawab dengan harga

yang sedang dan hanya 10 % yang memberi jawaban murah. Dengan tingkat pemilihan gula non kemasan sebanyak 90

%.

Karakteristik Konsumen Gula dengan Kategori Pendidikan

Tingkat pendidikan akan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang terhadap manfaat atau kegunaan dari suatu produk. Begitu pula untuk produk gula dengan adanya tingkat pendidikan akan mempengaruhi konsumen

dalam memilih gula yang akan mereka konsumsi, yang mana produk dengan menggunakan kemasan lebih memiliki kejelasan akan masa berlaku suatu produk, nilai gizi suatu produk, dan keindahan suatu produk.

Tabel 4. Identitas Responden Konsumen Gula Kemasan Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Tahun 2020

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah | Persentase |
| 1 | SD | 39 | 39 % |
| 2 | SLTP | 30 | 30 % |
| 3 | SLTA | 10 | 10 % |
| 4 | Diploma | 6 | 6 % |
| 5 | Sarjana | 14 | 14% |
| 6 | Pasca Sarjana | 1 | 1% |
| Jumlah | | 100 | 100 % |

Berdasarkan pada Tabel 4. Diketahui bahwa konsumen yang membeli gula kemasan berdasarkan tingkat pendidik terdiri dari SD, SLTP, SLTA, Diploma, Sarjana dan Pasca Sarjana. Kemudian untuk konsumen yang terbanyak yaitu SD sebanyak 39 jiwa atau 39%. Sementara konsumen yang membeli gula kemasan

sedikit yaitu Pasca Sarjana sebanyak 1 jiwa atau 1%. Berdasarkan penelitian tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap keinginan konsumen, hal ini dikarenakan karena mayoritas pendidikan konsumen SD.

Karakteristik Konsumen Gula dengan Kategori Jenis Pekerjaan

Tabel 5. Identitas Responden Konsumen Gula Kemasan Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Tahun 2020

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
| 1 | Ibu Rumah Tangga | 55 | 55 % |
| 2 | PNS | 27 | 27 % |
| 3 | Karyawan Swasta | 9 | 9 % |
| 4 | Wiraswasta | 9 | 9 % |
| Jumlah | | 100 | 100 % |

Berdasarkan pada Tabel 5. Diketahui bahwa konsumen yang membeli gula kemasan berdasarkan jenis pekerjaan terdiri dari Ibu rumah tangga yaitu 55%, PNS yaitu 27%, Karyawan Swasta yaitu 9% dan Wiraswasta yaitu 9%. Kemudian untuk konsumen yang terbanyak yaitu ibu

rumah tangga sebanyak 55 jiwa atau 55%. Sementara konsumen yang membeli gula kemasan sedikit yaitu karyawan swasta dan wiraswasta sebanyak 9 jiwa atau 9%. Berdasarkan penelitian jenis pekerjaan tidak berpengaruh terhadap keinginan konsumen, hal ini dikarenakan pada saat

penelitian responden gula mayoritasnya ibu rumah tangga.

Karakteristik Konsumen Gula dengan Kategori Pendapatan

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepadasubjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhibanyaknya barang yang dikonsumsikan,bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsikan adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

Tabel 6 Identitas Responden Konsumen Gula Kemasan Berdasarkan Kategori Pendapatan di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Tahun 2020

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Karakteristik (Rp) | Jumlah | Persentase |
| 1 | < 500.000 | 0 | 0 |
| 2 | Rp. 500.00 – 1.499.000 | 35 | 35 % |
| 3 | Rp. 1.500.000 – 2. 999.000 | 44 | 44 % |
| 4 | Rp. 3.000.000 – 4.999.000 | 16 | % |
| 5 | Rp. 5.000.000 | 5 | % |
| Jumlah | | 100 | 100 % |

Berdasarkan pada Tabel 6. Diketahui bahwa konsumen yang membeli gula kemasan berdasarkan penelitian dengan kategori pendapatan dari yang tertinggi Rp

5.000.000 hingga terendah dari Rp

500.000. dengan peroleh untuk konsumen dengan pendapatan Rp 500.000- 1.499.000 yaitu sebanyak 35 jiwa atau 35%, Rp.1.500.000- 2.999.000 sebanyak 44 %, Kemudian dengan pendapatan Rp

3.000.000 – 4.999.000 sebanyak 16 %. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa karakteristik konsumen produk gula kemasan yang terdiri dari Usia; yang mana usia terbanyak yaitu berkisar antara 20-25 sebanyak 57 %,

untuk kategori karakteristik berdasarkan jenis kelamin tetap didominasi oleh kaum perempuan yakni sebanyak 65 %, selanjutnya untuk kategori karakteristik harga gula kemasan termasuk dalam kategori dengan harga yang mahal yakni sebanyak 78 % sehingga para konsumen lebih memilih gula non kemasan dalam penelitian diperoleh angka sebanyak 90 % konsumen memilih gula non kemasan, sedangkan gula kemasan hanya 10 %. Untuk karakyteristik kategori pendidikan didominasi pendidikan tingkat SD sebanyak 39 % disusul tingkat SLTP 30%. Selanjutnya untuk kategori karakteristik jenis pekerjaan konsumen memiliki pekerjaan ibu rumah tangga hal ini dikarenakan mayoritas yang membeli produk gula adalah ibu-ibu. Untuk kategori karakteristik pendapatan yang memiliki

persentase tertinggi yaitu Rp. 1.500.000 –

2.999.000 dengan jumlah responden sebanyak 44 orang atau sama dengan 44

%.

Saran

Berdasarkan pengamatan dilapangan maka disarankan kepada produsen untuk

memberikan kemasan yang menarik, namun dengan harga yang terjangkau, kemudian untuk gula non kemasan diharapkan konsumen agar memberikan rincian keterangan seperti yang tertera pada gula kemasan, seperti masa kadarluasa, bahan baku serta bahan penunjang yang ada dalam memproduksi gula.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, B. 2009. [Ekonomi swasembada gula di Indonesia.](http://www.bni.co.id/Portals/0/Document/GULA.pdf)

Simamora, Bilson. 2003. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Sumarwan, Ujang. 2003. Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.

Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen : Implikasi pada startegi Pemasaran.Graha Ilmu. YogyakartaTim Penulis. 2000. Pembudidayaan Tebu Di Lahan Sawah Dan Tegalan. Penebar Swadaya. Jakarta

Walpole, R.E. 1992. Pengantar Satistik Edisi ke-3. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta