

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selain menjadi penyedia pangan, sektor ini juga berkontribusi sebagai sumber devisa dan penyerapan tenaga kerja lebih dari 30 persen (Kusumaningrum, 2019). Salah satu subsektor pertanian yang menjadi fondasi utama dalam perekonomian nasional adalah sektor hortikultura. Menurut Muqorrobin (2025) subsektor hortikultura merupakan subsektor pertanian yang dinilai cukup potensial untuk dikembangkan karena memiliki waktu usaha yang cenderung lama, sehingga mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi.

Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang menjanjikan terutama buah-buahan tropis, karena iklim di Indonesia memungkinkan buah tersebut bisa tumbuh dan dipanen kapan saja sepanjang tahun (Muqorrobin, 2025). Menurut Supriyanto dkk (2025) komoditas buah-buahan tropis merupakan jenis komoditas buah-buahan yang dibudidayakan di suatu negara tertentu dengan adanya penyesuaian tertentu. Selain itu perkembangan konsumsi buah-buahan di Indonesia terus meningkat seiring kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, sehingga subsektor hortikultura, khususnya buah-buahan tropis, memiliki peluang pasar yang besar (Widiyanto, 2019).

Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu provinsi di Indonesia dengan perolehan hasil produksi buah-buahan tropis (Badan Pusat Statistik, 2025). Salah satu Jenis buah-buahan tropis yang banyak diusahakan diantaranya adalah melon. Tanaman melon (*Cucumis Melo L.*) merupakan salah satu tanaman hortikultura *family Cucurbitaceae* yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan. Hal ini terjadi karena buah melon memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan memiliki potensi pasar yang cukup besar (Zahiro dkk, 2024). Melon merupakan salah satu tanaman buah tropis yang mulai banyak dikembangkan, karena melon merupakan salah satu tanaman buah semusim yang mempunyai produktivitas tinggi dibandingkan tanaman buah semusim lainnya. Rincian hasil produksi melon di wilayah Pulau Jawa disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Melon Di Wilayah Pulau Jawa Tahun 2022-2024

Provinsi	Kuintal			Total
	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024	
Jawa Timur	622.868,00	592.460,00	603.613,59	1.818.941,59
Jawa Tengah	262.312,00	230.860,00	278.448,12	771.620,12
DI Yogyakarta	70.010,00	108.850,00	103.182,82	282.042,82
Jawa Barat	12.815,00	11.870,00	15.984,78	40.669,78
Banten	2.896,00	2.980,00	2.258,64	8.134,64
DKI Jakarta	53,00	2.090,00	28,17	2.171,17

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Sejak tiga tahun terakhir, Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu provinsi di pulau Jawa dengan hasil produksi buah melon tertinggi setelah provinsi Jawa Timur, DI Yogyakarta dan Jawa Tengah. Menurut Badan Pusat Statistik (2025) diketahui bahwa pada tahun 2024 hasil produksi buah melon di Provinsi Jawa Barat mencapai 15.984,78 kuintal. Secara keseluruhan, Provinsi Jawa Barat mampu menghasilkan buah melon sebanyak 40.669,78 kuintal dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Jumlah tersebut berasal dari berbagai wilayah Jawa Barat yang memiliki kondisi iklim dan cuaca yang cocok untuk budidaya melon. Adapun salah satu kota di Jawa Barat yang telah mengembangkan usahatani buah melon adalah Kota Tasikmalaya.

Kota Tasikmalaya menjadi salah satu daerah yang mulai mengembangkan komoditas hortikultura khususnya buah-buahan seperti melon. Berdasarkan Badan Pusat Statistika Kota Tasikmalaya (2020), buah melon mulai tercatat pada Tahun 2020 dengan total produksi sebanyak 150 kuintal per tahun. Menurut Suprianta (2022) tanaman melon dapat tumbuh dengan baik pada suhu optimum antara 25-30°C, intensitas cahaya matahari sekitar 10-12 jam sehari, kelembaban yang baik sekitar 70-80 persen. Hal tersebut selaras dengan cuaca dan kondisi iklim yang ada di daerah Kota Tasikmalaya (Fadilah dkk, 2024).

Beberapa tahun terakhir terdapat beberapa wilayah di Kota Tasikmalaya yang telah melakukan usahatani buah melon. Salah satunya yaitu usahatani buah melon yang ada di Kecamatan Tamansari, yang telah beroperasi sejak tahun 2020 dengan menanam beragam jenis melon melalui sistem *Greenhouse* serta menyediakan layanan petik langsung bagi pengunjung (Obech, 2021). Selain itu, pada Tahun 2025 muncul gagasan destinasi agrowisata di *Greenhouse* Melon Premium Tasikmalaya yang berlokasi di kawasan Cipedes yang mengembangkan buah melon dengan sistem *Greenhouse*, dengan berbagai jenis melon diantaranya: *Sweet*

lavender, *Sweet hami*, *inthanon*, *honey globe*, *fujisawa* dan lain-lain. Selain difungsikan sebagai destinasi agrowisata, *Greenhouse Melon Premium* juga menjadi salah satu yang memasarkan khusus buah melon melalui Galeri Melon Premium Tasikmalaya.

Galeri Melon Premium Tasikmalaya merupakan Galeri yang menjadi tempat khusus penjualan buah melon yang ditujukan kepada konsumen akhir. Galeri Melon Premium Tasikmalaya menyediakan beberapa jenis melon salah satunya jenis *sweet lavender* yang dijual dan menjadi salah satu produk unggulan di Galeri Melon Premium Tasikmalaya. Melon *sweet lavender* dikenal dengan rasanya yang manis, beraroma, serta warna kulit kuning dengan jala tipis, di samping itu jenis ini memiliki tekstur yang renyah dan berair (Sobir dan Firmansyah, 2022). Karakteristik tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, namun disisi lain juga memunculkan perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya memahami preferensi konsumen untuk mengetahui atribut yang menjadi kesukaan dan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen sehingga menjadi dasar informasi bagi pelaku usaha dalam melakukan penjualan melon. Berikut disajikan data penjualan ke konsumen akhir periode Agustus-September 2025.

Tabel 2. Data Penjualan Melon Tahun 2025

Agustus		September	
Jenis melon	Konsumen akhir (orang)	Jenis melon	Konsumen akhir (orang)
Lavender	56	Lavender	48
Hami	33	Hami	39
Inthanon	43	Inthanon	51
Golden melon	32	<i>Honey Globe</i>	14
Fujisawa	26		
Jumlah	190		152

Sumber: Galeri Melon Premium Tasikmalaya, 2025

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa data penjualan selama dua bulan terakhir yang digunakan berasal dari periode Agustus-September 2025. Periode ini dipilih karena merupakan catatan terbaru yang diperoleh dari pelaku usaha. Jenis *sweet lavender* menunjukkan angka penjualan tertinggi dibandingkan jenis lainnya. Melon jenis *sweet lavender* memiliki jumlah konsumen sebanyak 56 konsumen pada bulan Agustus dan 48 konsumen pada bulan September. Angka tersebut menunjukkan hasil yang lebih tinggi dibandingkan jenis lain seperti *sweet hami*, *inthanon*, *honey globe*, maupun *fujisawa*. Hal ini menunjukkan bahwa *sweet*

lavender memiliki tingkat minat yang lebih tinggi dibandingkan melon jenis lainnya. Namun, tingginya penjualan belum tentu sepenuhnya mencerminkan preferensi konsumen, hal ini dapat terjadi karena setiap konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda terhadap atribut seperti rasa buah, aroma buah, warna kulit buah, tekstur buah, ukuran buah dan harga buah, yang dapat menjadi faktor dalam menentukan keputusan pembelian. Jenis *sweet lavender*, *sweet hami*, dan *inthanon* tersedia hampir setiap bulan karena memiliki masa panen secara bergantian sehingga ketersediaan produk dapat diperkirakan, sedangkan jenis lain seperti *golden melon*, *honey globe* dan *fujisawa* hanya dijual pada periode tertentu sesuai jadwal panen. Dengan demikian, data dua bulan tersebut dianggap cukup menggambarkan kondisi penjualan melon di Galeri dan menunjukkan jenis yang paling diminati konsumen, khususnya *sweet lavender*.

Beragamnya jenis melon menjadikan buah melon memiliki pangsa pasar yang luas. Beragamnya Preferensi yang dimiliki oleh konsumen mendorong produsen/petani dalam mengembangkan berbagai jenis melon sehingga tercipta beragam jenis buah melon untuk memenuhi keinginan dan preferensi konsumen. Preferensi konsumen terhadap buah melon memberikan informasi penting bagi produsen atau petani untuk memahami keinginan/kebutuhan konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak terhadap buah melon. Hal ini dikarenakan, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen akan memperhatikan dan mempertimbangkan terlebih dahulu ciri-ciri fisik atau atribut yang terdapat pada produk tersebut sesuai dengan kesukaan konsumen untuk memperoleh kepuasan.

Adapun atribut-atribut yang melekat pada buah melon *sweet lavender* diantaranya: aroma buah, warna kulit buah, rasa buah, ukuran buah, tekstur daging buah, dan harga buah. Menurut Illu dan Elishtia (2024) atribut produk menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, dikarenakan secara fisik atribut produk membawa berbagai macam manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Dengan mengetahui atribut-atribut buah melon *sweet lavender* yang menjadi preferensi konsumen serta atribut yang paling dipertimbangkan, maka diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan melon yang dihasilkannya. Dalam konteks melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya, penting untuk mengetahui

atribut mana yang paling disukai konsumen agar pelaku usaha dapat menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen.

Preferensi konsumen terhadap atribut suatu produk menjadi salah satu upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen. Menurut Sumarwan (2011) preferensi berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subjektif (individu), yang diukur dengan utilitas, dari atribut berbagai barang, sehingga akan menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan. preferensi konsumen terhadap buah *sweet lavender* dapat memberikan informasi kepada produsen atau petani, untuk mengetahui keinginan konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka terhadap suatu produk. Preferensi konsumen digunakan untuk mengetahui kesukaan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, hal ini terjadi karena konsumen terlebih dahulu akan memperhatikan dan mempertimbangkan ciri-ciri fisik atau atribut yang terdapat pada produk tersebut sesuai dengan kesukaan konsumen untuk memperoleh kepuasan.

Menurut Purwanti dkk (2022) sebagian konsumen memilih mengkonsumsi buah melon karena rasanya yang manis dan sebagian lainnya memilih mengonsumsi buah melon karena ukurannya yang cenderung tidak terlalu besar. Namun, pada umumnya produsen/penjual melon belum mengetahui atribut yang menjadi preferensi konsumen, sehingga mengakibatkan terjadinya ketidaksesuaian antara keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan. Disamping itu belum terdapat penelitian yang secara khusus mengkaji preferensi konsumen terhadap atribut melon jenis *sweet lavender*, khususnya di Galeri Melon Premium Tasikmalaya. Salah satu upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah dengan mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut suatu produk. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya, guna memperoleh informasi mengenai atribut yang menjadi preferensi konsumen dan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha sebagai informasi dasar dalam memahami preferensi konsumen terhadap produk agar lebih sesuai dengan keinginan konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut-atribut melon *sweet lavender* serta perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya?
2. Atribut manakah yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut melon *sweet* serta menganalisis perbedaan preferensi konsumen terhadap melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya
2. Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai preferensi konsumen terhadap atribut melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya.
2. Bagi perusahaan, sebagai sarana informasi dan membantu mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang berdampak pada peningkatan penjualan
3. Bagi pemerintah, sebagai sarana informasi dalam merancang kebijakan publik yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.
4. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi bagi pihak yang membutuhkan untuk penelitian selanjutnya yang mempunyai topik yang sejenis.