

KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PREFERENSI KONSUMEN JERUK PAMELO

W Nahraeni^{1a}, A Rahayu², A Yusdiarti¹, Yaskur¹

¹Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Djuanda Bogor

²Jurusan Agrroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Djuanda Bogor

Jalan Tol Ciawi 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720

^aKorespondensi: Wini Nahraeni Email : wini.nahraeni@unida.ac.id

ABSTRAK

Di Indonesia terdapat beragam kultivar pameLO dengan rasa, warna, ukuran dan bentuk buah beragam. Selama ini, usahatani pameLO tidak didasarkan pada preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian pameLO dan preferensi konsumen terhadap atribut pameLO. Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif. Responden berjumlah 70 orang yang berasal dari Jakarta, Bogor, dan Sukabumi. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam melakukan pembelian, sebagian besar konsumen memilih pasar tradisional, tujuan pembelian adalah mencari variasi buah yang segar dan pencuci mulut, Informasi pembelian berasal dari keluarga, dengan proses pembelian mendadak saat melihat Jeruk PameLO. Jeruk PameLO dibeli pada musim tertentu (musim panen), Jumlah Jeruk yang biasa dibeli hanya 1-2 buah tiap pembelian dan sebagian besar konsumen tidak mengetahui kultivar pameLO yang dibeli mereka beli mereka hanya mengetahui bahwa itu adalah Jeruk Bali, Sebagian besar konsumen menyukai pameLO yang memiliki atribut kandungan vitamin banyak, rasa manis, banyak mengandung air (*juicy*), tekstur empuk/halus, warna daging merah tua, beraroma harum, mempunyai ukuran buah standar (tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil), sepah (*graininess*) tidak ada, jumlah biji antara sedikit sampai tidak berbiji, dan harga tidak terlalu mahal atau biasa saja. Pengembangan pameLO lebih diprioritaskan pada pameLO yang tidak berbiji dan bersepah sedikit.

Kata Kunci: *AksesI PameLO, Atribut PameLO, Keputusan pembelian, Preferensi*

PENDAHULUAN

Komoditas hortikultura merupakan komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan sangat berpotensi untuk meningkatkan pendapatan petani, baik skala kecil maupun skala besar. Jeruk (*Citrus sp.*) adalah tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Sejak ratusan tahun yang lalu, jeruk sudah tumbuh di Indonesia baik secara alami atau dibudidayakan. Jenis jeruk lokal yang dibudidayakan di Indonesia adalah jeruk keprok (*Citrus reticulate/nobilis L.*), jeruk siam (*C. microcarpa L.* dan *C. sinensis L.*) yang terdiri atas Siam Pontianak, Siam Garut, Siam Lumajang, serta jeruk besar (*C. maxima Herr.*) yang terdiri atas jeruk

Nambangan-Madlum dan Bali (Kementan, 2015)

PameLO berasal dari Malesia, kemudian menyebar ke Indo-Cina, Cina Selatan, Jepang Selatan, India Barat, Mediterania dan Amerika Tropik (Niyomdham 1992). Walaupun tempat asal pameLO yang tepat tidak diketahui, tetapi kemungkinan besar dari Malaysia, Thailand dan Indonesia, karena di daerah ini banyak dijumpai kerabat liarnya (Thulaja 2003). Kini pameLO telah diproduksi secara komersial di 74 negara baik untuk memenuhi kebutuhan lokal maupun ekspor (Talon dan Gmitter Jr. 2008).

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi sentra produksi jeruk besar (pameLO). Salah satu kabupaten penghasil

pamelo terbesar adalah Kabupaten Magetan. Di Kabupaten Magetan pengusaha pamelo terutama dilakukan di Kecamatan Bendo, Takeran, Sukomoro dan Kawedanaan. Budidaya pamelo di Magetan tidak hanya di pekarangan, tetapi dilakukan pula di lahan tegalan dan di lahan bekas sawah.

Berbagai aksesori pamelo yang terdapat di Kabupaten Magetan sampai saat ini konsumen tidak mengetahui kualitas dari aksesori pamelo yang dibelinya. Pengetahuan konsumen tentang berbagai aksesori pamelo masih terbatas dan beberapa aksesori juga menurun populasinya, karena karakter buahnya kurang disukai konsumen (misalnya warna daging buah pucat/putih, rasa getir atau masam yang tajam, masa simpan terlalu pendek), sehingga tidak lagi ditanam oleh petani.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Engel *et al.* (1994) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan individu yang langsung terlibat dalam usaha mendapatkan, mengkonsumsi, dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut. Tiga faktor utama yang mempengaruhi proses pembelian yaitu faktor lingkungan, perbedaan individu, dan psikologis.

Penelitian preferensi konsumen telah banyak dilakukan antara lain oleh Adiyoga *et al.* (2009), Kiloes (2012), Muzdalifah (2012). Namun secara khusus penelitian preferensi buah pamelo relatif belum ada yang meneliti, kecuali secara teknik budidaya dan analisis finansial. Hasil penelitian Adiyoga (2009) menunjukkan pada jeruk siam, atribut rasa dipersepsi konsumen sebagai atribut paling penting (urutan 1) dan harga merupakan urutan terendah. Sebagian besar konsumen menyukai jeruk siam yang memiliki atribut rasa manis, warna kulit hijau, permukaan

kulit mengkilat-halus, berkulit tipis dan berserat rendah. Disarankan untuk memperbaiki produktivitas dan kualitas jeruk siam dan adanya perubahan struktur jeruk siam untuk mengimbangi perubahan preferensi konsumen.

Kiloes (2012) dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa kesegaran adalah atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen dalam membeli jeruk, diikuti oleh atribut rasa, harga, warna, tekstur, aroma, dan ukuran. Semenara itu Moser *et al.* (2011) menyatakan terdapat perbedaan atribut yang disukai konsumen buah-buahan dan sayuran. Analisis yang berbeda antar negara (USA, Canada, Argentina, Australia, Eropa, Asia Timur (Cina dan Thailand) menyimpulkan bahwa hanya aspek kesehatan yang sama sementara itu atribut lainnya bervariasi antar negara dimana konsumen tinggal.

Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui preferensi keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk pamelo dan konsumen terhadap Jeruk Pamelo. Memahami perilaku konsumen buah-buahan merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis. Informasi ini diperlukan sebagai bahan masukan untuk merencanakan produksi, mengembangkan produk dan memasarkan buah-buahan dengan baik.

Di Kabupaten Magetan telah dilepas lima kultivar pamelo oleh Kementerian Pertanian, yaitu Nambangan, Sri Nyonya, Bali Merah, Magetan dan Gulung. Kultivar pamelo yang paling banyak diusahakan di Kabupaten Magetan adalah 'Nambangan', Di samping kelima kultivar tersebut, masih dijumpai aksesori yang belum dilepas, antara lain Bali Putih, Adas Duku dan Jawa (Rahayu 2012). Paling sedikit telah diketahui tiga aksesori Jawa berbeda ('Jawa 1', 'Jawa 2' dan 'Jawa 3') (Rahayu 2012). Tidak tertutup kemungkinan, masih terdapat aksesori pamelo yang belum diketahui namanya.

Menurut Dhitama, (2002), Pamelo yang dibudidayakan oleh petani pada saat ini hanya didasarkan pada varietas pamelo

yang memiliki kekuatan dalam daya simpan dan belum mengacu kepada keinginan konsumen. Permasalahannya ini karena petani tidak memiliki informasi pasar terutama mengenai permintaan dan harga. Kualitas buah yang rendah juga menjadi salah satu permasalahan, petani tidak mengetahui kualitas produk dan tidak meningkatkan kualitas hasil sehingga pada kenyataannya di lapangan untuk menemukan buah jeruk besar yang memiliki standar kualitas yang baik dan harga yang bersaing.

Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan pembelian jeruk pabelo dan menganalisis atribut-atribut jeruk pabelo yang disukai konsumen

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian usahatani dan pemasaran telah dilakukan Kecamatan Sukomoro dan Bendo. Penelaahan preferensi konsumen dilakukan di tiga kota yaitu Bogor, Sukabumi dan Jakarta sebagai daerah pemasaran pabelo. Penelitian dilakukan pada bulan Juli – Agustus 2016

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan responden dengan menggunakan kuesioner yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Kuesioner yang disebarkan kepada konsumen berisi pertanyaan-pertanyaan yang meliputi karakteristik responden, dan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut pabelo. Karakteristik responden yang dikumpulkan antara lain: umur, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, pengalaman, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait meliputi Kementerian Pertanian, Badan Pusat Statistik, Balai Penelitian dan Dinas Pertanian Kabupaten Magetan, serta literatur pendukung baik melalui buku maupun internet.

Metode Penentuan Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 70 orang, yang tersebar di tiga kota yaitu Bogor, Sukabumi dan Jakarta. Pengambilan responden dilakukan secara purposive yaitu konsumen yang pernah membeli pabelo.

Metoda Analisis Data

Multi atribut buah pabelo dapat dilihat dari “kriteria mutu” produk buah yang meliputi (1) mutu visual atau penampakan (2) *mouthfeel* (rasa di mulut) (3) nilai gizi dan zat berkhasiat (mutu fungsional) (4) keamanan konsumsi, (5) kemudahan penanganan, dan (6) sifat mutu lainnya (Poerwanto, Susanto dan Setyati (2002). Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk. Kotler (1997) menyatakan bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan untuk melihat keputusan pembelian konsumen dan preferensi dilakukan secara deskriptif. Data diolah dengan menggunakan SPSS 20. Atribut kunci yang digunakan dalam penelitian ini ada 10 atribut yaitu harga, rasa, ukuran buah, warna daging buah, jumlah biji, aroma buah, tekstur, juiciness, graininess, dan kandungan vitamin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Konsumen Pabelo

Karakteristik konsumen Jeruk Pabelo digambarkan melalui umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga. Hasil analisis pada Tabel 1 menunjukkan bahwa responden sebagian besar didominasi oleh wanita, usia berada pada kisaran umur 30-39 tahun (25,7%), dengan tingkat pendidikan sebagian besar responden adalah Sarjana

(S1). Berdasarkan jenis pekerjaan, sebagian besar responden adalah ibu rumah tangga (35,7%). Pegawai swasta (32,9%) dan yang terendah (2,9%) pedagang. Dilihat dari tingkat pendapatan keluarga, sebagian besar

responden berada pada kisaran pendapatan Rp1.000.000 – Rp4.000.000 (97,2%), dengan jumlah tanggungan keluarga sebagian besar (70%) berjumlah 1-4 orang.

Tabel 1 Karakteristik Responden Preferensi Konsumen, 2016

Variabel	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	13	18,6
	Wanita	57	81,4
	Jumlah	70	100
Usia (Tahun)	<20	1	1,4
	21-29	14	20
	30-39	18	25,7
	40-49	16	22,9
	50-59	16	22,9
	>60	5	7,1
	Jumlah	70	100
Pendidikan (tahun)	SD	6	8,6
	SLP	9	12,9
	SLA	19	27,1
	S1	27	38,6
	S2	6	8,6
	S3	3	4,3
	Jumlah	70	100
Pekerjaan	IRT	25	35,7
	Pedagang	2	2,9
	Pegawai Negeri	18	25,7
	Pegawai Swasta	23	32,9
	Lainnya	2	2,9
	Jumlah	70	100
Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	tidak ada tanggungan	10	14,3
	1 – 4	49	70
	5 – 8	11	15,7
	Jumlah	70	100
Pendapatan (Rp)	<1	1	1,4
	1.00 – 2.00	34	48,6
	3.00 – 4.00	34	48,6
	>5.00	1	1,4
	Jumlah	70	100

Keputusan Pembelian Konsumen Jeruk Pameló

a. Tempat Pembelian Konsumen Jeruk Pameló

Proses pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi Jeruk Pameló dipengaruhi oleh karakteristik yang

berbeda. Keputusan konsumen dalam menentukan tempat pembelian pameló dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan hasil dari Tabel 2, tempat yang paling banyak dikunjungi responden untuk membeli adalah pasar tradisional, diikuti pedagang keliling, toko buah dan membeli

pamelo dari petani atau tetangga ketika sedang musim panen.

Sebagian besar konsumen membeli pamelo di pasar tradisional dengan beberapa alasan antara lain: dekat dengan rumah, sekaligus membeli kebutuhan lainnya, lebih banyak pilihan untuk ukuran,

dan harga. Supermarket dipilih konsumen sebagai tempat pembelian dengan alasan kualitas lebih terjamin, sedangkan pembelian di toko buah dilakukan dengan alasan lebih higienis, praktis, kesegarannya terjamin,.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Pembelian, 2016

No	Tempat Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Alasan
1	Pasar tradisional	34	48,6	lebih murah lokasinya dekat
2	Supermarket	6	8,6	kualitas terjamin
3	Toko buah	8	11,4	lebih fresh dan bisa dicoba
4	Pedagang keliling/mobil pinggir jalan	18	25,7	mendadak ketika diinginkan
5	Petani, tetangga	4	5,7	lebih segar langsung dari pohon
	Total	70	100,0	

b. Motivasi Pembelian Konsumen Jeruk Pamelo

Motivasi konsumen untuk membeli Jeruk Pamelo didorong oleh keinginannya untuk mencari variasi buah (61,4%), sumber vitamin (28,6%), dan kebiasaan

keluarga (7,1%), Konsumen yang senang buah-buahan terutama jeruk terdorong untuk membeli pamelo karena selain memiliki rasa buah yang segar, pamelo juga mengandung banyak air sehingga dapat menambah kesegaran.

Tabel 3. Distribusi Konsumen Menurut Motivasi Pembelian, 2016

No	Motivasi Pembelian Pamelo	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Kebiasaan keluarga	5	7,1
2	Mencari variasi buah	43	61,4
3	Sumber vitamin	20	28,6
4	Kesegaran rasa	1	1,4
5	Lainnya (kesukaan)	1	1,4
	Total	70	100,0

c. Alasan Pembelian Konsumen Jeruk Pamelo

Tabel 4 memperlihatkan distribusi responden menurut alasan pembelian. Sebagian besar konsumen (52,9%) tertarik

membeli Jeruk Pamelo karena rasanya yang segar, 21,4% karena warna daging buahnya, 18,6% karena ukurannya, 4,3% karena harganya, dan hanya 2,9% tertarik karena penampilannya.

Tabel 4. Distribusi Responden Menurut Alasan Pembelian, 2016

No	Alasan Pembelian Jeruk	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rasa	37	52,9
2	Warna	15	21,4
3	Harga	3	4,3
4	Ukuran	13	18,6
5	Penampilan	2	2,9
	Total	70	100,0

d. Manfaat yang Ingin Dicari Konsumen Jeruk Pamel

Tabel 5 memperlihatkan distribusi responden mengenai manfaat yang dicari dalam mengkonsumsi pamel. Alasan kesehatan merupakan manfaat yang dicari

responden. Sebagian besar konsumen (47,1%) menyatakan bahwa mereka mengkonsumsi pamel untuk pencuci mulut, menjaga kesehatan 37,1% dan sisanya untuk pemenuhan empat sehat lima sempurna dan kesegaran.

Tabel 5 Distribusi Responden Menurut Manfaat yang Ingin Dicari, 2016

No	Manfaat	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Menjaga kesehatan	26	37,1
2	Pemenuhan 4 sehat 5 sempurna	5	7,1
3	Pencuci mulut	33	47,1
4	Lainnya	6	8,6
	Total	70	100,0

e. Informasi Pembelian Pamel Konsumen Jeruk Pamel

Tabel 6 menunjukkan bahwa setelah konsumen mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhannya, tahapan selanjutnya adalah mencari informasi untuk memenuhi

kebutuhannya. Sumber informasi dalam pembelian Jeruk Pamel lebih didominasi oleh Keluarga (51,4%) diikuti oleh penjual (22,9%), informasi dari teman (14,3%) dan yang terakhir informasi berasal dari iklan (5,7%)

Tabel 6 Distribusi Menurut Informasi Pembelian Pamel, 2016

No	Informasi Pamel	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Keluarga	36	51,4
2	Teman	10	14,3
3	Penjual	16	22,9
4	Iklan	4	5,7
5	Lainnya	4	5,7
	Total	70	100,0

f. Proses Pembelian Konsumen Jeruk Pamel

Sebagian besar responden melakukan pembelian Jeruk Pamel secara mendadak ketika diinginkan (60%), mendadak ketika melihat penjual Jeruk

Pamel (30%), Konsumen menyatakan mereka tertarik membeli karena melihat ada penjual pamel yang dijual dengan menggunakan mobil di pinggir jalan ketika pamel sedang musim berbuah (Tabel 7).

Tabel 7 Distribusi Menurut Proses Pembelian

No	Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Terencana	5	7,1
2	Mendadak ketika diinginkan	42	60,0
3	Mendadak saat melihat penjual	21	30,0
4	Lainnya	2	2,9
	Total	70	100,0

g. Frekuensi dan Jumlah Pembelian Konsumen Jeruk Pamel

Berbeda dengan pembelian jeruk siam yang tersedia setiap hari, pamel dibeli ketika sedang musimnya. Sebagian besar responden membeli 1-2 kali per bulan, seminggu sekali, 2-3 kali dalam setahun, bahkan 35,7% menyatakan sudah

lama sekali tidak membeli pamel. Hal ini disebabkan ketika musim berakhir, maka pamel pun hilang dari pasaran. Jumlah pembelian pamel dalam satu kali pembelian berkisar 1-2 buah (77,1%) dan hanya 2,9% membeli 5 - 6 buah karena dibeli untuk kebutuhan syukuran tujuh bulanan

Tabel 8. Distribusi Menurut Frekuensi dan Jumlah Pembelian, 2016

No	Uraian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Frekuensi pembelian		
	seminggu sekali	2	2,9
	1-2 kali per bulan	24	34,3
	sekali dalam 2-3 bulan	11	15,7
	2-3 kali setahun	8	11,4
	lainnya (1-4 tahun sekali)	25	35,7
	Total	70	100,0
2	Jumlah pembelian		
	1-2 buah	54	77,1
	3-4 buah	14	20,0
	5-6 buah	2	2,9
	>6 buah	0	0,0
	Total	70	100,0

h. Pengetahuan Konsumen Tentang Kultivar Jeruk Pamel

Menurut Rahayu (2012) terdapat 7 aksesori Jeruk Pamel dari Kabupaten Magetan yang sudah diketahui. Dari hasil survei di lapangan diperoleh 13 aksesori yang ditanam oleh petani di Kecamatan Sukomoro dan Bendo. Akan tetapi fakta dilapangan sedikit sekali konsumen yang

mengetahui bahwa aksesori Jeruk Pamel yang akan dibelinya ternyata banyak jenisnya. Pengetahuan konsumen akan aksesori Jeruk Pamel dapat dilihat pada Tabel 9. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh hasil sebagian besar konsumen tidak mengetahui aksesori Jeruk Pamel mana yang akan dibelinya (87,1%) .

Tabel 14 Distribusi Menurut Pengetahuan Tentang Kultivar

No	Pengetahuan Varietas	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Mengetahui varietas	9	12,9
2	Tidak mengetahui varietas	61	87,1
	Total	70	100,0

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk atau

jasa. Preferensi konsumen terhadap Jeruk Pamel dapat dilihat dari beberapa atribut-atributnya (Kotler 2014).

Tabel 10 Jumlah Konsumen yang Memilih Atribut Jeruk Pamelو

Atribut	Nilai Rerata	Peringkat	Responden yang Memilih Atribut tersebut		
Kandungan vitamin	4,53	1	0 % tidak ada	2,8 sedikit	97,1 % banyak
Rasa buah	4,50	2	0 % asam	2,8 % asam manis	97 % manis
<i>Juiceness</i>	4,09	3	0 % kurang juicy	10 % biasa	88,4 % juicy
Tekstur buah	3,94	4	0 % keras	17,1 % agak empuk	82,8 % empuk
Aroma buah	3,69	5	10 % tidak beraroma	89,9 % harum	
Warna daging buah	3,84	6	2,4 % putih kemerahan	20 % merah muda	77,1 % merah tua
Ukuran buah	3,64	7	4,2 % kecil	41,4 % standar	54,2 % besar
<i>Grainness</i>	3,34	8	21,4 % banyak	37,1 % sedikit	41,3 % tidak ada
Harga	3,33	9	15,6 % mahal	45 % biasa	38,4 % murah
Jumlah biji	3,14	10	27,1 % berbiji	78,7 % tidak berbiji	

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menyukai pamelو yang memiliki atribut kandungan vitamin banyak, rasa manis, banyak mengandung air (*juicy*), tekstur empuk/halus, warna daging merah tua, beraroma harum, mempunyai ukuran buah standar (tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil), sepah (*graininess*) tidak ada, jumlah biji antara sedikit sampai tidak berbiji, dan harga tidak terlalu mahal atau biasa saja.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Dalam melakukan pembelian, konsumen lebih memilih pasar tradisional berkeinginan untuk mencari variasi buah yang segar, sebagai pencuci mulut, Informasi konsumen dalam membeli Jeruk Pamelو berasal dari keluarga, dengan proses pembelian mendadak saat melihat Jeruk Pamelو. Jeruk Pamelو dibeli pada musim tertentu (musim panen), Jumlah Jeruk yang biasa dibeli hanya 1-2 buah tiap pembelian dan sebagian besar konsumen tidak mengetahui kultivar pamelو yang dibeli mereka beli mereka hanya mengetahui bahwa itu adalah Jeruk Bali,

Sebagian besar konsumen menyukai pamelو yang memiliki atribut kandungan vitamin banyak, rasa manis, banyak mengandung air (*juicy*), tekstur empuk/halus, warna daging merah tua, beraroma harum, mempunyai ukuran buah standar (tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil), sepah (*graininess*) tidak ada, jumlah

biji antara sedikit sampai tidak berbiji, dan harga tidak terlalu mahal atau biasa saja

Implikasi Kebijakan

‘Nambangan’ merupakan aksesori yang paling diandalkan oleh petani di Kabupaten Magetan. Sementara bila dilihat dari bobot/jumlah biji, aksesori yang potensial dikembangkan adalah ‘Bali Merah 2’ dan ‘Gulung 1’, yang juga memiliki penampilan buah menarik, kandungan vitamin C tinggi dan rasa manis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W., T. Setyowati, M. Ameriana, dan Nurmalinda. 2009. Perilaku Konsumen terhadap Jeruk Siam di Tiga Kota Besar di Indonesia. *J. Hortikultura* 19(1):112-124.
- Dhitama YM. 2002. Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Jeruk (*Citrus Nobilis* var *Microcarpa*) (Studi Kasus Desa sukaras, Kecamatan Samarang, Kabupaten Garut, Jawa Barat). Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Engel, J. F., R. D. Blackwell dan P. W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Kementrian Pertanian. 2015. Outlook Jeruk. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Sekretaris Jendral Kementrian Pertanian ISSN: 1907 - 1507. Jakarta
- Kiloes, A.M. 2012. Penilaian Sikap dan Persepsi Konsumen Terhadap Beberapa Atribut Produk Buah Jeruk

- Lokal dan Impor sebagai Dasar Peningkatan Daya saing Jeruk Nasional. Prosiding Seminar Nasional Pekan Inovasi Teknologi Hortikultura Nasional: Penerapan Inovasi Teknologi Hortikultura dalam Mendukung Pembangunan Hortikultura yang Berdaya Saing dan Berbasis Sumberdaya Genetik Lokal, Lembang, 5 Juli 2012.
- Moser R., Roberta Raffaelli and Dawn Thilmany-McFadden. 2011. Consumer Preferences for Fruit and Vegetables with Credence-Based Attributes: A Review . *International Food and Agribusiness Management Review Volume 14, Issue 2, 2011*
- Muzdalifah. 2012. Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Lokal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Agribisnis Pedesaan Volume 02 Nomor 04 Desember 2012*
- Poerwanto, R., Susanto S., dan S. Setyati, H., 2002. Pengembangan Jeruk Unggulan Indonesia. Makalah Semiloka Nasional Pengembangan Jeruk Unggulan. Bogor 10 – 11 2002.
- Rahayu A. 2012. Evaluasi Kualitas Buah Pamelon Berbiji dan Tidak Berbiji Selama Masa Simpan [disertasi]. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Rahayu, A. 2012. Karakterisasi dan Evaluasi Aksesori Pamelon (*Citrusmaxima* (Burm.) Merr.) Berbiji dan Tidak Berbiji. [disertasi]. Bogor: Sekolah Pascasarjana IPB.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Talon M, Gmitter Jr FG. 2008. Citrus genomics. Review Article. *Intl J Plant Genomics*.17 p.