

## Analisis Karakteristik Konsumen dalam Pembelian Produk Pertanian di Istana Tani Pusat

Rohmatul Ummah

Universitas Islam Malang

email: [21901032055@unisma.ac.id](mailto:21901032055@unisma.ac.id)

### Abstract

*In purchasing agricultural drugs, farmers or consumers have different behaviors. The purpose of this study was to determine the characteristics of consumers who buy agricultural products at the Central Farmer's Palace. The samples taken were 50 respondents. The method used is accidental sampling. Data collection was done by interview. The analysis used in this study was descriptive analysis. The results of this study are the characteristics of consumers in buying agricultural products, the majority of respondents (86%) are male, aged between 51-60 years (48%), generally have a junior high school education (40%), who have an income of between Rp. 1,500,000 – Rp. 3,000,000.*

**Keywords:** karakteristik konsumen, pembelian, produk pertanian

### Pendahuluan

Obat pertanian atau pestisida adalah zat atau bahan kimia yang digunakan petani untuk membasmi hama tanaman yang dapat menghambat pertumbuhan tanaman. Dalam pembelian obat pertanian, petani atau konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda.

Dari segi ekonomi, permintaan kebutuhan pertanian bersifat inelastis, yaitu perubahan harga kebutuhan pertanian tidak akan berpengaruh signifikan terhadap tingkat permintaan konsumen terhadap produk asalkan tidak terlalu signifikan. Kemudian beberapa konsumen akan beralih ke produk yang serupa sebagai penggantinya.

Dalam hal ini konsumen memegang peranan penting dalam menentukan jumlah produksi atau penawaran melalui pengeluaran mereka yang dilakukan dengan produk itu. Hal ini tercermin dalam efek harga terhadap kuantitas penawaran dan permintaan. Di sisi lain, dari sudut pandang aktivitas pasar bukan hanya interaksi antara penawaran dan permintaan akan tetapi orang atau organisasilah yang membutuhkan produk itu dan kemudian tentang siapa orang atau organisasi yang membutuhkan produk serta apa sifat-sifatnya

Dari sudut pandang masyarakat, keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh keluarga, karena keluarga dapat digambarkan sebagai anggota masyarakat yang paling

mendasar yang hidup bersama dan berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan individu dan antar individu dalam keluarga. Menurut Sumarwan (2004), karakteristik konsumen dapat dibagi atas dasar usia, pendidikan dan pekerjaan, lokasi geografik, pendapatan, dan kelas sosial. Karakteristik konsumen akan mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Setiap konsumen akan membelanjakan atau mengalokasikan pendapatannya untuk dibelikan barang-barang untuk memenuhi kebutuhannya. Teori kepuasan konsumen akan membahas apa reaksi konsumen dalam kesediannya membeli suatu barang manakala terjadi perubahan pendapatan yang mereka peroleh; manakala terjadi perubahan harga dari barang yang bersangkutan, manakala terjadi perubahan cita rasa konsumen itu sendiri. Setiap konsumen memiliki alasan tertentu mengapa ingin membeli suatu barang kebutuhan atau menentukan dimana mereka akan berbelanja kebutuhan mereka.

Pendahuluan mencakup latar belakang atas isu atau permasalahan serta urgensi dan rasionalisasi kegiatan (penelitian atau pengabdian). Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini. Tinjauan pustaka yang relevan dan pengembangan hipotesis (jika ada) dimasukkan dalam bagian ini.

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Keraton Agri Nusantara tepatnya di Jl. Raya Jetis – Bungkal, Desa Ngasinan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Ponorogo selama 6 bulan yaitu mulai Februari sampai dengan bulan Juli 2022. Metode yang digunakan untuk memperoleh data di PT. Keraton Agri Nusantara adalah: Wawancara, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai data yang diinginkan dengan cara bertanya kepada narasumber secara langsung dengan tujuan memperoleh data primer dan sekunder yang selanjutnya akan digunakan sebagai bahan penyusunan artikel ini. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dalam membeli produk pertanian. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling* sebanyak 50 responden. *Accidental sampling* yaitu penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan tujuan tertentu dari peneliti. Pemilihan dilakukan dengan alasan responden bersedia dan memiliki wewenang untuk menjawab daftar pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti. Analisis yang digunakan dalam menentukan karakteristik konsumen adalah dengan analisis statistik deskriptif.

## Hasil Dan Pembahasan Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk pertanian di istana tani pusat. Karakteristik konsumen yang dimaksud adalah karakteristik sosial ekonomi yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan, jenis kelamin dan pendapatan.

### Umur Konsumen

Tingkat pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh usia mereka, orang akan mengubah pola pembeliannya seiring bertambahnya usia demikian pula pada konsumen produk pertanian. Hal ini dipengaruhi oleh kecenderungan dalam berbelanja yang mana semakin berumur seseorang akan lebih menyukai berbelanja di toko pertanian yang lebih lengkap.

Tabel 1  
Karakteristik Responden berdasarkan umur

Usia	Jumlah	Rerata
40-50	11	28%
51-60	17	43%
61-70	11	28%
71-80	1	3%

Tabel 1 diatas dapat dilihat karakteristik konsumen yang membeli produk pertanian di Istana Tani pusat berdasarkan usia, sebagian besar merupakan responden yang memiliki selang usia 51-60 tahun sebanyak 17 orang atau 43%, persentase terbesar kedua merupakan kaum dewasa dengan usia 40-50 tahun sebanyak 11 orang atau 28% dan usia 61-70 tahun sebanyak 11 orang atau 28%, dan responden berusia 71-80 tahun sebanyak 1 orang atau 3%. Berdasarkan usia responden yang membeli produk pertanian di Istana Tani pusat didominasi oleh responden yang berusia 51-60 tahun.

### Jenis Kelamin

Tabel 2  
Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Rerata
Perempuan	6	15%
Laki-laki	34	85%

Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli produk pertanian di istana tani pusat adalah laki-laki sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 85%. Hal ini berkaitan dengan jenis barang yang diteliti berupa produk pertanian dimana yang berbelanja umumnya laki-laki.

### Pendidikan

Perilaku konsumen terhadap satu sama lain tidak sama tergantung pada pendidikan mereka. Pendidikan mempengaruhi nilai-nilai, cara berpikir, sudut pandang, dan bahkan persepsi terhadap masalah yang dikaitkan dengannya.

Tabel 3  
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Rerata
SD	8	20%
SLTP	19	48%
SLTA	9	23%
S1	4	10%

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SD sebanyak 8 orang atau 20%, responden berpendidikan SLTP sebanyak 19 orang atau 48%, responden berpendidikan SLTA sebanyak 9 orang atau 23%, responden berpendidikan S1 sebanyak 4 orang atau 10%. Berdasarkan pendidikan, konsumen yang membeli produk di Istana Tani pusat didominasi oleh responden yang berpendidikan SLTP.

#### **Pendapatan**

Berdasarkan dari tingkat pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan responden, kebanyakan berpenghasilan per bulan Rp 1.000.000,- Rp 3.000.000,- . Keadaan ekonomi merupakan faktor dominan teratas yang dipertimbangkan konsumen. Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang berkaitan erat dengan pendapatan konsumen.

#### **Kesimpulan**

Karakteristik konsumen dalam membeli produk pertanian mayoritas responden (86%) adalah laki-laki, yang berusia antara 51-60 tahun (48%), pada umumnya berpendidikan SLTP (40%), yang memiliki pendapatan antara Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000.

#### **Referensi**

- Pahlevi, Bayu A. 2020. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Telur Ayam Buras di Kelurahan Tembilahan Kota. Jurnal Agribisnis, Vol.9 No.1.
- Febriani, Nola. 2019. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Jurnal Agribisnis, Vol.9 No.1.

Vermila, Chezy WM. 2016. Analisis Karakteristik Konsumen yang Berbelanja Sembilan Bahan Pokok di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Jurnal Agribisnis, Vol.18 No.2.

Mardani. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Jeruk di Pasar Tembilahan Kota Kabupaten Indragiri Hilir. Jurnal Agribisnis, Vol.8 No.2