

Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Jamur Tiram Segar Di Kabupaten Probolinggo (Studi Kasus Pasar Semampir Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo)

³⁾Novita Lidyana, ¹⁾Dewi Anggun Oktaviani, ²⁾Refi Rahmawati

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan

³ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Panca Marga Probolinggo

*Email: novitalidyana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini dilaksanakan Pasar Tradisional Pasar Semampir dengan mengambil responden konsumen jamur tiram. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2023. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teknik analisis dalam teori *reasoned action*, yaitu model yang dikembangkan oleh Fishbein. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah karakteristik konsumen jamur tiram 92% berjenis kelamin perempuan. Konsumen jamur paling banyak terdistribusi pada kelompok umur 35 – 44. Untuk pendidikan formalnya adalah tamat SMA. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan dapat diketahui konsumen yang paling banyak melakukan pembelian jamur tiram memiliki pendapatan berkisar 1,5 juta – 3 juta atau sebanyak 50%. Sikap konsumen terhadap pembelian jamur tiram bernilai positif dengan skor 4,104 yang secara keseluruhan nilai ini menunjukkan sikap konsumen terhadap jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo berada di skala baik. Perilaku konsumen dalam membeli jamur tiram menunjukkan hasil yang positif dengan nilai 279,06 yang berarti bahwa perilaku pembelian konsumen terhadap jamur tiram adalah baik.

Kata Kunci : perilaku konsumen; jamur tiram

ABSTRACT

This research aims to determine the characteristics of oyster mushroom consumers in Semampir Market, Probolinggo Regency. This research was carried out at the Semampir Traditional Market by taking oyster mushroom consumer respondents. The research was carried out in August 2023. The analytical method used in this research refers to analytical techniques in reasoned action theory, namely the model developed by Fishbein. The results obtained from this research are that 92% of oyster mushroom consumers are female. Mushroom consumers are mostly distributed in the age group 35 – 44. Formal education is high school graduation. Consumer characteristics based on income can be seen that consumers who buy the most oyster mushrooms have an income ranging from 1.5 million - 3 million or as much as 50%. Consumer attitudes towards purchasing oyster mushrooms are positive with a score of 4.104, which overall shows the consumer's attitude. of oyster mushrooms in the Semampir Market, Probolinggo Regency is on a "good scale". Consumer behavior in purchasing oyster mushrooms shows positive results with a value of 279.06, which means that consumer purchasing behavior towards oyster mushrooms is good.

Keywords: Consumer; Behavior; Oyster Mushrooms

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang menghasilkan berbagai macam komoditi pertanian, salah satunya adalah jamur tiram. Jmaur

tiram merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki kandungan gizi yang sangat baik (Diani heryanti, n.d.) serta memegang peran penting untuk meningkatkan mutu gizi dalam makanan



sehari-hari yang dibutuhkan oleh setiap orang. Buah mengandung banyak protein serta mineral yang merupakan komponen gizi penting bagi tubuh setiap manusia.

Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat menjadi pilihan yang dipertimbangkan dalam pemenuhan protein, sehingga produsen penghasil jamur selalu diserbu konsumen. Pilihan positif ini perlu dikembangkan lebih luas sehingga terbentuk pola makan yang sehat. Keberadaan jamur sebagai salah satu jenis bahan pangan telah cukup lama dikenal oleh masyarakat di Indonesia, yaitu sebagai salah satu bahan pangan yang mengandung protein nabati yang tinggi bila dibandingkan dengan bahan pangan lainnya. Selain itu jamur juga menjadi bagian didalam pembuatan obat-obatan tradisional seperti jamu-jamu ataupun obat-obatan modern (Ririn Arifah, 2014).

Berdasarkan kementan (2020) Jamur merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mengandung protein baik. USDA merilis dalam setiap 100 gram jamur terdapat 3,1 gram protein. Rasanya juga lezat dan baik untuk kesehatan tubuh. Jamur juga diyakini dapat meredakan kanker, pencegah HIV dan sederet manfaat penangkal penyakit lainnya. Potensi produksi jamur dinilai sangat besar dan dapat menciptakan peluang bisnis. Budidayanya juga mudah dilakukan bahkan dengan metode tanam

ramah lingkungan jelas sangat bagus bagi kesehatan tubuh.

Salah satu komoditas pertanian di Kabupaten Probolinggo (Lidyana et al., 2021) adalah jamur tiram. Dimana potensi budidaya jamur tiram semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh kesadaran masyarakat dalam memilih berbagai jenis makanan yang memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi. Serta didukung oleh kondisi ekonomi masyarakat yang memungkinkan terhadap perilaku dalam memilih bahan baku dengan kualitas yang baik.

Tingkat konsumsi masyarakat akan jamur segar diantaranya dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian jamur tiram untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, diantaranya adalah faktor psikologis yang terkait dengan motivasi, pengetahuan dan sikap.

Produsen/petani jamur tiram perlu memahami bagaimana sikap konsumen terhadap jamur tiram sehingga prdusen/petani dapat merencanakan atau mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam menjangkau konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen

jamur serta menganalisis sikap dan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian jamur tiram di Kabupaten Probolinggo.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Probolinggo tepatnya di salah satu Pasar Tradisional Pasar Semampir dengan mengambil responden konsumen jamur tiram. Pemilihan lokasi ini berdasarkan atas pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan salah satu sentra penjualan jamur tiram dan ramai dikunjungi oleh konsumen. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2023.

Metode Pengambilan Sampel dan Data

Pengambilan sampel konsumen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Random Sampling* yaitu responden yang bertemu langsung dan kebetulan membeli jamur tiram di Pasar Semampir. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian yang dipilih dari populasi yang tidak normal, tidak diharapkan akan tepat. Akan tetapi untuk sampel yang lebih besar atau sama dengan 30 terlepas dari distribusi populasinya, dapat dianggap mendekati distribusi normal. Dengan demikian penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 40 konsumen.

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam

penelitian ini mengacu pada teknik analisis dalam teori *reasoned action*, yaitu model yang dikembangkan oleh Fishbein. Model Analisis Fishbein yaitu suatu model yang menunjukkan sikap konsumen terhadap suatu objek tertentu didasarkan pada perangkat kepercayaan yang diringkas mengenai atribut objek yang bersangkutan yang diberi bobot oleh evaluasi terhadap atribut (Engel, 1995).

1. Model Sikap (AB)

Untuk menganalisis sikap konsumen terhadap pembelian jamur tiram di Pasar Semampir, digunakan rumus (Umar, 2000) sebagai berikut :

$$AB = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Dalam hal ini b_i dan e_i masing-masing diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$b_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(x_i)}{n}$$

$$e_i = \frac{\sum_{i=1}^n r_i f(y_i)}{n}$$

Keterangan :

r_i = Bobot skor ke- i

$f(x_i)$ = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke- i untuk variabel keyakinan (b_i)

$f(y_i)$ = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke- i untuk variabel evaluasi (e_i)

AB = Sikap total individu terhadap atribut jamur tiram

b_i = Kekuatan keyakinan konsumen terhadap atribut jamur tiram

e_i = Evaluasi terhadap atribut jamur tiram

n = Jumlah kriteria atribut jamur tiram yang



relevan
 Bobot = a : 2, b : 1, c : -1, dan d : -2

$$MC_i = \frac{\sum_{j=1}^n rif(y_j)}{n}$$

Variabel ini bersifat internal individu, berkaitan langsung dengan objek penelitian dan atribut-atribut langsung yang memiliki peranan penting dalam pengukuran perilaku. Dalam penelitian ini komponen atribut jamur tiram untuk analisis variabel keyakinan dan sikap adalah :

- a. Atribut yang melekat pada jamur tiram yaitu kesegaran, warna, kandungan zat, manfaat bagi kesehatan, harga, dan kemudahan memperoleh.
- b. Variabel keyakinan, yaitu keyakinan individu terhadap atribut jamur tiram.
- c. Variabel evaluasi, yaitu akibat yang ditimbulkan jika mengkonsumsi jamur tiram.

Model Norma Subjektif (SN)

Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif (Umar, 2000) yang timbul dari *referen* yang berdampak terhadap perilaku konsumen dalam pembelian jamur tiram digunakan rumus sebagai berikut :

$$SN = \sum_{i=1}^n NB_i MC_i$$

Dalam hal ini NB_j dan MC_j masing-masing diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$NB_i = \frac{\sum_{j=1}^n rif(x_j)}{n}$$

Keterangan :

- r_j = Bobot skor ke-j
- $f(x_i)$ = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel keyakinan normatif (NB_j)
- $f(y_i)$ = Jumlah responden yang memiliki bobot skor ke-i untuk variabel motivasi (MC_j)
- SN = Norma Subjektif
- NB_j = Keyakinan normatif individu
- MC_j = Motivasi dari referen
- n = jumlah referen yang relevan
- bobot = a:2, b:1, c:-1 dan d: -2

Variabel ini bersifat eksternal dan mempunyai pengaruh terhadap perilaku individu. Variabel ini menekankan bahwa *referen* atau orang lain yang dipercaya berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli jamur tiram. Variabel norma subjektif menurut Fishbein terbagi menjadi dua :

1. Variabel keyakinan normatif, yaitu keyakinan normatif konsumen bahwa orang lain (*referen*) yang berpendapat bahwa konsumen sebaiknya membeli jamur tiram.
2. Variabel motivasi, yaitu motivasi konsumen untuk menuruti pendapat orang lain (*referen*) untuk membeli jamur tiram.
3. Komponen-komponen dari variabel keyakinan normatif dan variabel motivasi terdiri dari : legalitas produk dan orang sekitar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Sosial Demografi

Konsumen Jamur Tiram



a. Jenis Kelamin Konsumen Jamur Tiram

Konsumen jamur tiram yang menjadi responden penelitian berjumlah 40 orang. Jenis kelamin responden 92% berjenis kelamin perempuan. Dan sisanya 8% berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menandakan bahwa perempuan banyak yang berbelanja memenuhi kebutuhan keluarga.

b. Umur Konsumen Jamur Tiram

Secara rinci distribusi umur konsumen pada tabel dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Distribusi Umur Konsumen Jamur Tiram

No	Umur (Tahun)	Jumlah	
		Konsumen	%
1	15 – 24	5	12
2	25 – 34	10	25
3	35 – 44	20	50
4	45 – 54	2	5
5	55 – 64	3	7
Jumlah		40	100

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa konsumen jamur paling banyak terdistribusi pada kelompok umur 35 – 44 tahun atau kelompok umur sedang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada umur-umur tersebut merupakan umur produktif yang memungkinkan seseorang untuk berupaya belanja secara maksimal mungkin dalam memenuhi kebutuhan hidup rumah tangga serta memiliki kesadaran memilih makanan berkualitas tinggi.

c. Pendidikan Konsumen Jamur Tiram

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa pendidikan konsumen jamur tiram terdistribusi disemua pendidikan. Secara rinci pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Pendidikan Konsumen

Jamur Tiram

No	Pendidikan	Jumlah	
		Konsumen	%
1	Tidak tamat SD	2	5
2	Tamat SD	5	12
3	Tamat SMP	3	7
4	Tamat SMA	20	50
5	Diploma 1	10	25
Jumlah		40	100

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Bila ditinjau dari pendidikan formalnya, pendidikan konsumen jamur tiram adalah tamat SMA. Namun ada beberapa konsumen yang masih bestatus mahasiswa. Artinya pendidikan tersebut bisa bertambah. Mengingat tingkat pendidikan yang bersatus “sedang” menunjukkan bahwa kesadaran dalam pemilihan makanan berbahan dasar jamur tiram menjadi salah satu pertimbangan karena memiliki pendidikan yang sedang. Artinya dengan adanya pendidikan tersebut memungkinkan seseorang untuk berperilaku hidup sehat.

d. Pendapatan Konsumen Jamur

Pendapatan konsumen jamur tiram dari hasil penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. Distribusi Pendapatan Konsumen Jamur Tiram

No	Pendapatan	Jumlah	
		Konsumen	%
1	Rp. 800.000 –	11	23
2	Rp.1.500.000	20	50
3	Rp. 1.500.000 –	9	22
	Rp.3.000.000		
	Rp.3.000.000 –		
	Rp.5.000.000		
Jumlah		-	100

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Karakteristi konsumen berdasarkan pendapatan dapat diketahui konsumen yang paling banyak melakukan pembelian

jamur tiram memiliki pendapatan berkisar 1,5 juta – 3 juta atau sebanyak 50%, dan yang paling sedikit 3 juta – 5 juta sebesar 22%.

Analisis Sikap Konsumen terhadap Pembelian Jamur tiram (AB)

Model Fishbein menekankan bahwa sikap konsumen terhadap atribut suatu produk terbentuk karena adanya keyakinan terhadap atribut produk yang relevan dengan keinginan konsumen serta hasil evaluasi terhadap atribut tersebut. Dengan mempengaruhi sikap konsumen, para pemasar dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Suatu sikap yang diikuti oleh keyakinan tinggi selain sulit berubah, juga besar kemungkinannya diwujudkan dalam perilaku.

1. Keyakinan Konsumen terhadap Atribut Jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo (bi)

Keyakinan (bi) adalah analisis pernyataan tentang keyakinan yang timbul dari dalam diri konsumen terhadap atribut yang dimiliki jamur tiram. Atribut yang diteliti adalah kesegaran, kandungan gizi, manfaat bagi tubuh, harga, dan kemudahan mendapatkan. Tabel 4 menunjukkan keyakinan konsumen terhadap atribut jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo.

Tabel 4. Variabel Keyakinan (bi) terhadap Atribut Jamur tiram di Pasar

Semampir Kabupaten Probolinggo

No	Keyakinan terhadap Atribut Jamur Tiram	Skor Jawaban				Jumlah	Skor
		2	1	-1	-1		
1	Kesegaran Jamur	10	24	5	1	38	0,78
2	Kandungan Gizi	9	30	1	-	34	0,73
3	Manfaat bagi tubuh	5	25	5	-	25	0,65
4	Harga	15	30	2	-	47	1,31
5	Kemudahan membeli	10	20	10	-	45	1,21

Sumber : diolah dari data primer,

2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa yang paling mempengaruhi konsumen dalam membeli jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo adalah *harga* dengan skor sebesar 1,31. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen meyakini bahwa harga jamur tiram di Pasar Semampir lebih murah dibandingkan jamur tiram ditempat-tempat lain.

Atribut kedua adalah *kemudahan membeli*. Hal ini terlihat dari skor keyakinan konsumen yang paling besar yaitu 1,21. Ini dikarenakan bahwa jamur tiram mudah didapatkan, khususnya di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo. Konsumen meyakini bahwa jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo ketersediaan jamur tiram selalu ada.

Atribut selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli jamur tiram adalah *kesegaran jamur dan kandungan gizi yang ada pada jamur tiram*. Ini terlihat dari nilai variabel memiliki skor sebesar 0,758 dan 0,73. Kesegaran jamur tiram yang ada di Pasar Semampir

Kabupaten probolinggo memiliki kualitas yang bagus. Selain itu konsumen memiliki keyakinan bahwa jamur tiram selain bahan Model Fishbein menyatakan bahwa jumlah keyakinan utama tentang suatu objek sikap cenderung tidak lebih dari enam hingga sembilan atribut. Dengan keterbatasan kapasitas konsumen dalam menerjemahkan dan mengintegrasikan informasi, jumlah keyakinan utama atas beberapa jenis objek tertentu bahkan mungkin lebih sedikit. Kenyataannya, ketika konsumen memiliki pengetahuan yang terbatas tentang produk dengan tingkat keterlibatan rendah, sikap konsumen didasarkan kepada jumlah keyakinan utama yang sangat sedikit mungkin satu atau dua saja. Sebaliknya

makanan yang sehat juga memiliki kandungan gizi yang dibutuhkan oleh tubuh .

sikap konsumen terhadap produk yang lebih relevan terhadap pribadi didasarkan pada jumlah keyakinan utama yang lebih banyak. Hal ini dikaitkan dengan evaluasi yang mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu atribut (Simamora, 2004).

2. Evaluasi Konsumen terhadap Atribut Jamur Tiram (ei)

Atribut yang di teliti oleh konsumen pada jamur tiram kesegaran, warna, kandungan gizi, manfaat bagi tubuh, harga, dan kemudahan membeli. Hasil evaluasi konsumen terhadap pembelian buah dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Variabel Evaluasi (ei) terhadap Atribut Jamur Tiram

No	Evaluasi (ei)	Skor Jawaban				Jumlah	Skor
		2	1	-1	-1		
1	Kesegaran Jamur	10	20	-	1	31	0,69
2	Kandungan Gizi	19	30	1	-	51	1,73
3	Manfaat bagi tubuh	5	25	5	-	30	0,65
4	Harga	15	20	2	-	37	0,71
5	Kemudahan membeli	10	15	5	-	35	0,81

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Pernyataan konsumen tentang evaluasi atribut jamur tiram diperoleh bahwa kandungan gizi menjadi faktor utama dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini berarti kandungan zat gizi yang ada pada jamur tiram tidak mengandung residu bahan kimia dalam pembudidayaannya sehingga aman dikonsumsi oleh konsumen, atribut kandungan gizi memperoleh nilai tertinggi

sebesar 1,73. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumsi terhadap jamur tiram lebih disebabkan oleh evaluasi positif oleh konsumen terhadap kandungan gizi jamur tiram. Atribut lainnya yang menjadi pendukung evaluasi konsumen terhadap jamur tiram adalah kemudahan membeli dengan skor sebesar 0,81. Dan atribut lain memiliki nilai yang relatif kecil



3. Sikap Konsumen terhadap Produk Jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo (AB)

Berdasarkan analisis keyakinan (b_i) dan evaluasi (e_i) diperoleh sikap total individu terhadap atribut jamur tiram di

Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo berdasarkan variabel keyakinan dan variabel evaluasi yang telah diperoleh, ditunjukkan pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Sikap Total Individu Terhadap Atribut Jamur Tiram Di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo

No	Atribut Jamur Tiram	b_i	e_i	AB
1	Kesegaran Jamur	0,78	0,69	0,538
2	Kandungan Gizi	0,73	1,73	0,532
3	Manfaat bagi tubuh	0,65	0,65	1,124
4	Harga	1,31	0,71	0,930
5	Kemudahan membeli	1,21	0,81	0,980
Nilai Sikap Konsumen				4,104

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Dari tabel di atas, sikap konsumen terhadap jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo bernilai positif dengan skor 4,104. Sikap konsumen terhadap atribut *manfaat bagi tubuh* memperoleh skor tertinggi yaitu sebesar 1,124. Artinya bahwa konsumen meyakini jamur tiram mengandung zat protein yang tinggi sebesar 27%, karbohidrat (58%) dan dapat dikategorikan sebagai komoditas pertanian organik, karena dalam proses penanaman jamur tidak menggunakan pupuk buatan. Kemudian diikuti oleh atribut kemudahan membeli dengan nilai 0,98, dan seterusnya. Sikap konsumen akan atribut ini membuat konsumen mengambil keputusan dalam berperilaku membeli produk jamur tiram. Konsumen memahami bahwa jamur tiram bermanfaat bagi kesehatan dan

dikonsumsi lebih aman, manfaat bagi kesehatan, kesegaran jamur dan harga menjadi alasan-alasan penting dalam pengambilan keputusan mengonsumsi jamur tiram oleh konsumen. Kandungan gizi tidak menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli jamur

4. Analisis Norma Subjektif Konsumen terhadap Pembelian Jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo (SN)

Norma subjektif terbentuk karena adanya keyakinan normatif dan motivasi dari referen yang dipercayai oleh konsumen. Penelitian terhadap norma subyektif dimaksudkan untuk mengetahui apakah lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengonsumsi jamur tiram. Sedangkan referen yang digunakan



dalam hal ini adalah legalitas produk serta orang-orang di sekitar konsumen lainnya.

5. Keyakinan Normatif Konsumen terhadap Pembelian Jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo (Nbj)

Variabel keyakinan konsumen terhadap referen adalah keyakinan konsumen mengenal pengaruh keyakinan orang lain terhadap pembelian jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo. Hasil analisis keyakinan terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Keyakinan Normatif Konsumen terhadap Pembelian Jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo

No	Referen	NBj	MCj	NBj x MCj (SN)
1	Legalitas Produk	1,25	1,45	1,81
2	Orang sekitar	0.56	0.02	0,01
Norma Subjektif Konsumen				1,82

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Berdasarkan hasil analisis penelitian keyakinan normatif konsumen terhadap jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo diperoleh bahwa legalitas produk bernilai positif yaitu 1,82. Bentuk legalitas produk jamur tiram yaitu peran pemerintah dalam melindungi konsumen jamur tiram berupa pengaturan, pengawasan dan juga pembinaan agar konsumen memperoleh rasa aman terhadap jamur tiram. Konsumen meyakini *referen* yang menjadi acuan konsumen dalam membeli jamur tiram dipengaruhi oleh legalitas produk (pengawasan dari pemerintah) dan berperan dalam keputusan membeli konsumen.

Keyakinan normatif konsumen terhadap *referen* orang sekitar diperoleh nilai negatif sebesar 0,01 artinya *referen* orang sekitar bukan merupakan *referen* yang relevan. Konsumen membeli jamur

tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo tidak berdasarkan acuan *referen* orang sekitar. Melainkan berdasarkan pengalaman pribadi konsumen terhadap jamur tiram. Dapat disimpulkan bahwa *referen* orang sekitar tidak mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo

6. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo (BI)

Perilaku dibentuk oleh dua komponen yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Berdasarkan skor jawaban responden terhadap norma subjektif, dapat dihitung bobot empiris menggunakan persentase rata-rata, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :



Tabel 6. Bobot Empiris Sikap (W_1) dan Norma Subjektif (W_2)

W_1	Persentas e	W_2	Persentas e
3	1,50	21	87,1
20	57,7	15	22,3
25	74,30	15	35,0
30	70,05	5	10,0
Rata-rata	50,88		38,6

Sumber : diolah dari data primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa $W_1 > W_2$ atau $51,88 > 38,6$. Berarti pembelian konsumen lebih banyak dilakukan bukan karena pengaruh *referen*, melainkan karena kesadaran yang timbul dari pribadi konsumen itu sendiri

Dalam hal ini, persamaan **Fishbein** yang akan digunakan untuk memprediksi perilaku konsumen dalam membeli jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo adalah :

$$\begin{aligned}
 BI &= W_1 (AB) + W_2 (SN) \\
 BI &= 50,88 (4,104) + 38,6 (1,82) \\
 &= 208,81 + 70,252 \\
 &= 279,06
 \end{aligned}$$

Nilai $BI > 0$ maka perilaku konsumen terhadap produk adalah baik, sedangkan $BI < 0$ maka perilaku konsumen terhadap produk adalah tidak baik. Berdasarkan perhitungan diatas, nilai $BI > 0$ yaitu sebesar 279,06 yang berarti perilaku konsumen terhadap jamur tiram adalah baik. Seperti yang diungkap oleh **Umar (2000)**, nilai BI positif menunjukkan

perilaku konsumen dalam membeli jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo cukup tinggi. Semakin besar skor positif yang diperoleh, maka perilaku konsumen terhadap suatu produk, yakni jamur tiram akan semakin baik

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Karakteristik konsumen jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo adalah berdasarkan Jenis kelamin responden 92% berjenis kelamin perempuan. Konsumen jamur paling banyak terdistribusi pada kelompok umur 35 – 44 tahun atau kelompok umur sedang. Untuk pendidikan formalnya, pendidikan konsumen jamur tiram adalah tamat SMA. Namun ada beberapa konsumen yang masih bestatus mahasiswa. Artinya pendidikan tersebut bisa bertambah. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan dapat diketahui



konsumen yang paling banyak melakukan pembelian jamur tiram memiliki pendapatan berkisar 1,5 juta – 3 juta atau sebanyak 50%, dan yang paling sedikit 3 juta – 5 juta sebesar 22%.

2. Sikap konsumen terhadap pembelian jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo bernilai positif dengan skor 4,104 yang secara keseluruhan nilai ini menunjukkan sikap konsumen terhadap jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo berada di skala baik.
3. Perilaku konsumen dalam membeli jamur tiram di Pasar Semampir Kabupaten Probolinggo menunjukkan hasil yang positif dengan nilai 279,06 yang berarti bahwa perilaku pembelian konsumen terhadap jamur tiram adalah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Diani heryanti, D. rochdiani dan B. setia. (n.d.). *ANALISIS KERAGAAN PASAR (MARKET PERFORMANCE) JAMUR TIRAM PUTIH DI DESA SUKAMULYA KECAMATAN BAREGBEG* Fakultas Pertanian Universitas Galuh Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran
- PENDAHULUAN Sasaran utama pembangunan juga dipercaya mampu membantu penuru.* 583–595.
- Engel, J.F. 1995. **Perilaku Konsumen**.
Terjemahan : F.X. Budiyanto.

BinarupaAksara. Jakarta.

- Lidyana, N., Perwitasari, D. A., & Rustianawati, M. (2021). Revenue And Marketing Channel Of Oyster Mushroom In Probolinggo District. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 11(1), 31–38.
<https://doi.org/10.30741/wiga.v11i1.576>
- Ririn Arifah. (2014). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram Di Kota Pekanbaru*. 1(2), 634.
<https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Simamora, B. 2004. **Panduan Riset Perilaku Konsumen**. PT Gramedia PustakaUtama. Jakarta.
- Umar, H. 2000. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Gramedia PustakaUtama. Jakarta.

