

RINGKASAN

ADAM WAHYU BUNAYA. 0910441001. KARAKTERISTIK SOSIAL EKONOMI KONSUMEN CUKA APEL (STUDI KASUS DI KOTA BATU JAWA TIMUR). Dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS. selaku Dosen Pembimbing Utama.

Apel salah satu buah yang banyak dikonsumsi di Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Widyawati 2012, Rata-rata konsumsi buah apel di Indonesia mencapai 1,1 kg perkapita pertahun. Apel mengandung quercetin dalam jumlah tinggi. Dalam 100 gram buah apel, terkandung sekitar 4,42 mg aglikon quercetin dan 13,2 mg glikosida quercetin. Kandungan quercetin ini bervariasi tiap buahnya dipengaruhi oleh perbedaan varietas, nutrisi tanaman yang dipakai, kondisi pertumbuhan, proses pengolahan, dan penyimpanan.

Apel merupakan komoditas utama paling terkenal di kota Batu atau bisa dikatakan sebagai buah khas kota tersebut yang memiliki ciri khas dan dapat membawa nama kota Batu sebagai “Kota Apel”. Hal ini disebabkan karena apel dapat dibudidayakan dan berhasil dikembangkan di daerah Batu dan sekitarnya. Apel yang rasanya manis, agak asam, dan renyah ini digemari dan disukai konsumen diberbagai kalangan, sehingga permintaan apel ini semakin meningkat baik dari Malang sendiri, Surabaya, dan semua wilayah di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta bahkan tersebar diberbagai propinsi di Indonesia.

Kota Malang, merupakan pusat budidaya buah apel (Batu dan Poncokusumo). Apel (*Malus sylvestris Mill*) Malang terdapat dalam berbagai varietas unggulan yang memiliki karakteristik dan kekhasan tersendiri seperti *Rome Beauty*, *Manalagi*, *Anna*, dan *Wangling*. Dari keempat varietas unggulan tersebut, apel *Rome Beauty* dan *Manalagi* merupakan yang paling populer dan banyak terlihat dijual di swalayan. Tetapi kepopuleran dua varietas apel tersebut tergantikan seiring dengan banyaknya apel impor yang masuk ke Indonesia. Harga apel impor yang relatif lebih murah menyebabkan apel lokal tidak mampu bersaing di pasaran sehingga produsen apel di Indonesia memikirkan bagaimana caranya membuat produk yang berbahan baku apel, seperti kripik apel, jenang apel, sari apel, dan cuka apel.

Di antara produk tersebut, cuka apel merupakan salah satu olahan yang cukup populer saat ini. Cuka apel merupakan produk herbal yang terbuat dari buah apel yang difermentasi dengan beberapa bahan alami atau kimia dasar. Salah satu merk cuka apel yang cukup terkenal di masyarakat Indonesia adalah *Tahesta* yang telah berproduksi membuat cuka apel sejak 2001 (TAHESTA, 2016).

Prospek industri usaha cuka apel dinilai baik dan layak untuk dikembangkan karena potensi pasar yang mendukung, dilihat dari khasiat cuka apel yang begitu banyak seperti penekan nafsu makan dan penurunan berat badan atau sebagai obat diet dimana khasiat tersebut merupakan alasan utama konsumen menggunakan produk tersebut. Dengan adanya cuka apel ini dapat meningkatkan pendapatan, memberikan lapangan kerja serta dapat membuktikan bahwa kualitas masyarakat semakin maju dan berkembang.

Tujuan penelitian ini untuk : (1) Mendeskripsikan perilaku pembelian cuka apel, (2) dan mengetahui karakteristik sosial ekonomi cuka apel. Pemilihan tempat dilakukan sengaja dengan mempertimbangkan di kota Batu, Jawa Timur terdapat banyak produk olahan apel, terutama produk cuka apel. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2016. Metode penentuan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*.

Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan proses pengambilan keputusan dalam pembelian cuka apel oleh responden. Selain itu digunakan juga *Cross Tabulation* (Tabulasi Silang) untuk melihat hubungan antara fenomena yang diteliti.

Hasil analisis deskriptif perilaku konsumen cuka apel menganggap konsumsi cuka apel penting karena sebagai kebutuhan kesehatan. Konsumen mendapatkan informasi mengenai cuka apel dari keluarga. Konsumen membeli cuka satu kali setiap bulannya baik untuk konsumsi sendiri maupun konsumsi keluarga. Responden telah mengkonsumsi cuka apel selama lebih dari 1 hingga 6 bulan dan digunakan sebagai obat kesehatan.

Karakteristik konsumen cuka apel sebagian besar perempuan, dengan tingkat usia antara 20 hingga 47 tahun dimana pada rentang usia tersebut termasuk usia muda dan memiliki kebutuhan akan kesehatan. Konsumen cuka apel memiliki pendidikan tinggi yaitu sarjana dimana pendidikan tinggi juga lebih memiliki pengetahuan luas dan lebih mudah untuk mencari informasi. Konsumen cuka apel memiliki pendapatan Rp 10.000.000,00 atau lebih per bulannya. Konsumen cuka apel perempuan merupakan ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan mengurus urusan rumah seperti memasak.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini antara lain : (1) Produsen atau penjual sebaiknya dapat melihat dan memahami berbagai bentuk perilaku konsumen sehingga dapat melakukan perencanaan pemasaran yang sesuai dengan segmentasi pasar, (2) Produsen cuka apel sebaiknya harus lebih giat dalam kegiatan promosi produk cuka apel.

SUMMARY

ADAM WAHYU BUNAYA. 0910441001. SOCIO-ECONOMIC CHARACTERISTICS OF APPLE VINEGAR CONSUMERS (CASE STUDY IN BATU TOWN, EAST JAVA). Under supervised by Prof. Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS. as The Main Supervisor.

Apples are one of the fruits are mostly consumed in Indonesia. Based on the Central Statistics Agency (BPS) in Widyawati 2012, average consumption of apples in Indonesia reached 1,1 kg per capita per year. Apples contain quercetin in high quantities. In 100 grams of apples, contained approximately 4.42 mg and 13.2 mg quercetin aglycone quercetin glycosides. The content of quercetin was varied each fruit affected by different varieties, plant nutrients used, growing conditions, processing, and storage.

Apples are a major commodity in the Batu city's most famous or can be regarded as typical fruit of the city that are typical and can bring a city name Stone as "Apple City". This is because apples can be cultivated and developed successfully in the Batu and the surrounding areas. Apples are sweet, slightly sour and crunchy is favored and preferred by consumers in various circles, so the demand for apples is increasing both of Malang, Surabaya, and all regions in East Java, Central Java, West Java, Jakarta and even scattered across different provinces in Indonesia.

Malang, an apple fruit cultivation center (Batu and Poncokusumo). Apples (*Malus sylvestris* Mill) Malang are in many seed varieties that have the characteristics and peculiarities of its own such as Rome Beauty, Manalagi, Anna, and Wangling. The four varieties of seed, Rome Beauty apples and Manalagi is the most popular and widely seen sold in supermarkets. But the popularity of two varieties of apples are replaced as many apples imported into Indonesia. The price of imported apples are relatively cheaper cause local apples are not able to compete in the market so that the production of apples in Indonesia think about how to make a product that is made from apples, like apple crisp, apple porridge, apple cider and cider vinegar.

Among these products, apple cider vinegar is one of the preparations are quite popular today. Apple cider vinegar is an herbal product made from fermented apples with some natural ingredients or chemical basis. One brand of cider vinegar is quite famous in Indonesian society is Tahesta that have been in production since 2001 made apple vinegar (TAHESTA, 2016).

Apple vinegar industry outlook is considered good business and deserve to be developed because of the potential market that supports, seen from the properties of apple vinegar so much as an appetite suppressant and weight loss or as a diet drug where these properties are the main reasons consumers use these products. With the apple vinegar can increase revenue, provide employment and be able to prove that the public quality and growing.

The purpose of this study to: (1) Describe the purchasing behavior of apple vinegar, (2) and knowing the socio-economic characteristics of apple vinegar. Site selection is done deliberately by considering in Batu, East Java, there are a lot of processed apple products, especially products cider vinegar. The study was

conducted in May 2016. The sampling method in this research is accidental sampling.

Data processing using descriptive analysis to describe the decision-making process in the purchase of apple vinegar by respondents. In addition it is also used Cross Tabulation (Cross Tabulation) to see the relationship between the phenomenon under study.

Result from descriptive analysis of consumer behavior vinegar apple cider vinegar consumption considers important because as health needs. Consumers get information about apple vinegar from the family. Consumers buy vinegar once every month either for personal consumption or family consumption. Respondents had to consume apple cider vinegar for more than 1 to 6 months and is used as a medical drug.

Characteristics of apple vinegar consumers mostly women, with ages between 20 to 47 years where the age range that included a young age and have a need for health. Consumers apple vinegar have a college education is a bachelor where higher education is also more extensive knowledge and easier to find information. Consumers apple vinegar has a revenue of Rp 10,000,000.00 or more per month. Consumers apple vinegar women are housewives who have the care of home affairs activities like cooking.

Recommendation given based on this study are: (1) the producer or seller should be able to see and understand the various forms of consumer behavior so that it can carry out marketing planning in accordance with market segmentation, (2) The producer of apple vinegar should have to be more active in promotional activities apple vinegar products.

