



**Sikap Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Bawang Merah Organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia**

**Oktavianus Wongga\*<sup>1</sup>, Yoseph Yakob Da Rato<sup>2</sup>, Gabriel Otan Apelabi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Nipa

\*Email: [wongga.17@gmail.com](mailto:wongga.17@gmail.com)

---

**Info Artikel**

Sejarah Artikel:

Diterima: 30 Maret 2021

Direvisi: 10 April 2021

Dipublikasikan: April 2021

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.4733329

---

**Abstract:**

*The purchase of organic onion plants by rational consumers will have a positive attitude towards organic plants. Therefore, an understanding of consumer attitudes and decision making towards purchasing organic plants is needed in the garden of the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Indonesia. The research was conducted to be able to obtain information about consumer attitudes and decision making in purchasing organic shallots and how much public interest in buying organic shallots with the main problem is how consumers' attitudes towards purchasing decision making for organic shallots in the practice garden of the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Indonesia. with the aim of analyzing consumer attitudes towards the attributes of organic shallots in the garden of the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Indonesia. This research was conducted in a purposely selected garden of practice at the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Indonesia. The research sample of 30 people was selected through accidental sampling. The research data were analyzed descriptively qualitatively and quantitatively using the fishbein multi-attribute model. The results showed that the consumer attitude (Ao) gave the highest value to the resistance of shallots, namely 18.2 and the lowest attribute value of shallot product packaging, namely 7.09.*

**Keywords:** *Product Resilience, Consumer Attitudes, Organic Shallots.*

---

**PENDAHULUAN**

Pembangunan pertanian merupakan bagian dari pembangunan nasional, dimana salah satu tujuannya meningkatkan pendapatan petani guna menjamin

kesinambungan pembangunan di Indonesia. Soekartawi (2003:10), pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri di dalam negeri, meningkatkan ekspor,

memperluas kesempatan kerja dan mendorong kesempatan berusaha sekaligus untuk meningkatkan pendapatan petani sehingga diharapkan taraf hidup petani dapat meningkat.

Ariesusanty dkk (2010) mengemukakan bahwa bisnis pertanian organik di Indonesia masih memiliki peluang yang besar dengan jumlah penduduk yang demikian besar menjadi potensi yang besar sebagai konsumen produk organik. Walaupun tidak semua kalangan masyarakat Indonesia mampu membeli hasil pertanian organik, karena harga hasil produk pertanian organik biasanya tergolong cukup mahal. Peluang bisnis produk pertanian organik ini sudah mulai banyak dimanfaatkan terbukti ada peningkatan jumlah lahan pertanian organik Indonesia berdasarkan data Statistik Pertanian Organik Indonesia. *Trend* bahan organik juga mulai merambah ke rumah makan, hotel, restoran, catering yang menyediakan menu organik sehat.

Tanaman organik merupakan komoditas tanaman yang banyak diminati untuk dikembangkan pada saat ini yang dihasilkan dari budidaya pertanian yang dilakukan tanpa menggunakan pupuk dan pestisida kimia. Keistimewaan tanaman organik adalah mengandung antioksidan 10-50 persen di atas tanaman non organik. Zat antioksidan atau zat kekebalan tubuh sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia untuk meningkatkan daya tahan tubuh sehingga tubuh dapat terhindar dari penyakit. Tanaman organik diketahui mengandung vitamin C dan mineral esensial, seperti kalium, fosfor, magnesium, zat besi dan krom, lebih tinggi dibanding dengan nonorganik. Kelemahan dari tanaman organik adalah harganya yang lebih mahal dibandingkan dengan tanaman non organik (Isdiyanti, 2007).

Jaelani (2004:12), bahan bergizi tanaman organik bisa dimanfaatkan oleh tubuh untuk menyediakan energi, membangun jaringan dan mengatur fungsi tubuh. Tanaman organik juga kaya akan zat belerang (sulfur organik) yang ampuh

mengusir datangnya kanker, terutama kanker *gastrointestinal* (perut dan organisme pencernaan). Tanaman organik juga mengandung zat pengatur tumbuh alami berupa hormon auksin dan giberelin. Bawang merah yang berkualitas memiliki bentuk normal (tidak cacat), dengan kondisi cukup kering dan agak keras jika dipencet. Aroma bawang merah yang baik beraroma kuat, kulit umbi berwarna terang dan tidak sedang berkecambah. Banyak masyarakat menggunakan bawang merah sebagai bumbu masak sehingga bawang merah banyak tersedia di pasar. Salah satu tempat konsumen melakukan pembelian adalah pasar.

Sikap konsumen terkait dengan kepercayaan (*believe*) dan perilaku (*behavior*). Hal ini dikarenakan kepercayaan menjadi salah satu faktor yang membentuk sikap konsumen. Sikap konsumen terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk atau obyek tertentu, sehingga sikap konsumen akan menggambarkan kepercayaan (*believe*) konsumen pada suatu produk atau obyek tersebut. Terbentuknya sikap konsumen akan membentuk niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, dengan adanya niat tersebut akan mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumen (Widhiani, 2006:3). Menurut Sumarwan dan Handoko (2004), sikap adalah ungkapan perasaan konsumen terhadap suatu objek apakah disukai atau tidak. Menurut Tastegood (2007), sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait terhadap konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*).

Pembelian tanaman bawang merah organik, konsumen memiliki sikap dan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk mengambil keputusan antara lain kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut seperti atribut yang terkandung

dalam produk, dan manfaat produk itu sendiri. Hal ini berpengaruh terhadap jumlah produk yang dikonsumsi. Konsumen bebas dalam menentukan pilihan membeli bawang merah yang sesuai dengan selera dan sikap atau keinginannya. Pengambilan keputusan konsumen merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif pilihan produk barang atau jasa yang akan dibeli (Sumarwan, 2003). Proses pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk ada lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian (Setiadi, 2003). Produk tanaman organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dapat dijumpai di pasar tradisional yang ada di Kota Maumere seperti di pasar Alok, mini market, pasar Wairkoja, pasar Waigete dan beberapa pasar tradisional lainnya yang ada di kota Maumere.

Pembeli tanaman organik di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia lebih mudah dijumpai dan jumlahnya lebih banyak dibandingkan di swalayan lain disebabkan oleh faktor kebiasaan konsumen yang lebih menyukai berbelanja di pasar tradisional. Selain itu, konsumen mempertimbangkan tingkat kesegaran dan kualitas. Jenis tanaman organik yang disediakan meliputi bawang merah. Konsumen yang rasional akan memiliki sikap positif terhadap tanaman organik dengan penampilan yang segar meskipun harga yang relatif mahal dari pada bawang merah organik.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu pengambilan data dilakukan pada tanggal 01 Oktober sampai 04 Desember 2020. Pengambilan data mengenai sikap konsumen terhadap Pengambilan Keputusan pembelian Produk Bawang Merah organik dilakukan di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

## **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data sangatlah penting karena berhubungan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian sehingga kesimpulan yang diambil adalah benar. Maka dari itu metode pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dengan cara yang tepat. Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah :

### **Data Primer**

Pengumpulan Data primer dilakukan dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang jelas, serta lebih akurat. Adapun data akurat yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi :

#### **Wawancara**

Wawancara adalah percakapan atau Tanya jawab antara dua orang atau lebih yang berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dimana pewawancara memberikan pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab oleh narasumber.

#### **Observasi**

Observasi adalah metode menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkahlaku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

#### **Kuesioner**

Kuesioner adalah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk menjawab. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup.

### **Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian yaitu di kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. Data yang dimaksudkan adalah yang berkaitan tentang jumlah persediaan, jumlah penjualan, profil

perusahaan dan harga bawang merah organik yang ada di lokasi penelitian

### Metode Analisis Data

Analisis data adalah pengolahan data yang didapat dengan menggunakan rumus atau dengan aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian. Data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian diolah dan dianalisa menggunakan teknik pengolahan data untuk menghasilkan suatu kesimpulan atas suatu masalah yang diteliti.

### Analisis Model Multiatribut Fishbein

Analisis model multiatribut Fishbein digunakan untuk menjawab tujuan yaitu sikap konsumen terhadap keputusan dalam membeli tanaman organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

Model multiatribut *fishbein* yang akan digunakan dapat dijelaskan dengan rumus berikut menurut Engel *et al.* (1994) :

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

Keterangan :

$A_o$  = Sikap terhadap objek

$b_i$  = Kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut  $i$

$e_i$  = Evaluasi mengenai atribut  $i$

$n$  = Jumlah atribut yang dimiliki objek

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas Kepercayaan (bi)

Hasil uji validitas kepercayaan (bi) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil uji validitas kepercayaan (bi)

No	Pearson Correlation Atribut	r Hitung	r Tabel	Kriteria
1	bi_1	0,802	0,361	Valid
2	bi_2	0,672	0,361	Valid
3	bi_3	0,849	0,361	Valid
4	bi_4	0,766	0,361	Valid
5	bi_5	0,852	0,361	Valid

6	bi_6	0,867	0,361	Valid
7	bi_7	0,808	0,361	Valid
8	bi_8	0,624	0,361	Valid
9	bi_9	0,830	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 5 Hasil uji validitas kepercayaan (bi) di atas maka dapat diketahui bahwa dengan mencari r hitung dan dibandingkan dengan r tabel sehingga nilai validitas r hitung melebihi nilai 0,2 yaitu bernilai di atas 0,624 dan nilai r tabel melebihi nilai 0,2 yaitu bernilai 0,361 maka hasil uji validitas dinyatakan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas (bi)

Hasil uji reliabilitas (ei) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas (bi)

Cronbach's - Alpha	N of Items
,917	9

Berdasarkan tabel 2 Hasil uji reliabilitas (ei) di atas maka dapat diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan (atribut) mempunyai nilai Cronbach's – Alpha lebih dari 0,6 sehingga atribut dinyatakan baik atau reliable.

### Hasil Uji Evaluasi (ei)

Hasil uji evaluasi (ei) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Hasil uji evaluasi (ei)

No	Pearson Correlation Atribut	r Hitung	r Tabel	Kriteria
1	ei_1	0,566	0,361	Valid
2	ei_2	0,562	0,361	Valid
3	ei_3	0,728	0,361	Valid
4	ei_4	0,745	0,361	Valid
5	ei_5	0,748	0,361	Valid
6	ei_6	0,724	0,361	Valid
7	ei_7	0,702	0,361	Valid
8	ei_8	0,734	0,361	Valid
9	ei_9	0,634	0,361	Valid

Hasil uji evaluasi (*ei*) berdasarkan tabel 3 di atas, maka dapat diketahui bahwa dengan mencari r hitung dan dibandingkan dengan r tabel sehingga nilai validitas r hitung melebihi nilai 0,2 yaitu bernilai di atas 0,562 dan nilai r tabel yaitu 0,361 maka hasil uji evaluasi (*ei*) dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas evaluasi (*ei*) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas evaluasi (*ei*)

Cronbach's - Alpha	N of Items
,837	9

Berdasarkan tabel 4 Hasil uji reliabilitas (*ei*) di atas maka dapat diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan (atribut) mempunyai nilai Cronbach's - Alpha lebih dari 0,6 sehingga atribut dinyatakan diterima atau reliable.

### Hasil Uji Multiatribut Fishbein

Rentangan skala atau patokan ukur nilai kekuatan atau kepercayaan konsumen (*bi*) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Rentangan skala atau patokan ukur nilai kekuatan atau kepercayaan konsumen (*bi*) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

No	Rentangan Skala	Keterangan Nilai
1	1 – 1,8	Sangat Tidak Baik
2	1,81 – 2,6	Tidak Baik
3	2,61 – 3,4	Cukup Baik
4	3,41 – 4,2	Baik
5	4,21 – 5	Sangat Baik

Sehingga hasil uji *bi* terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia berdasarkan hasil olahan data terhadap atribut *bi* dapat dilihat pada tabel hasil olahan data berikut ini :

Tabel 6. Nilai Kepercayaan atribut (*bi*) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun

No	Atribut	Skor Kepercayaan ( <i>bi</i> )	Kategori Tingkat Kepercayaan
1	bi_1	3,73	Baik
2	bi_2	3,67	Baik
3	bi_3	4,30	Sangat Baik
4	bi_4	3,77	Baik
5	bi_5	4,20	Sangat Baik
6	bi_6	4,00	Baik
7	bi_7	4,17	Baik
8	bi_8	3,73	Baik
9	bi_9	4,03	Baik

Tingkat kepercayaan menunjukkan penilaian konsumen terhadap pelaksanaan atribut produk. Penilaian responden terhadap produk bawang merah baik, karena tidak ada satupun atribut produk bawang merah organik yang dinilai tidak baik.

### Menghitung Rentang Skala (RS) dan menentukan Nilai Evaluasi (*ei*)

Untuk menentukan nilai *ei* pada sikap konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere dengan menggunakan rentangan Skala (RS) nilai evaluasi (*ei*) pembeli terhadap tanaman organik bawang merah dapat dilihat secara terperinci pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Rentangan skala atau patokan ukur nilai *ei* terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

No	Rentangan Skala	Keterangan Nilai
1	1 - 1,8	Sangat Tidak Penting
2	1,81 – 2,6	Tidak Penting
3	2,61 – 3,4	Cukup Penting
4	3,41 – 4,2	Penting
5	4,21 - 5	Sangat Penting

Sehingga hasil uji *ei* terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa berdasarkan hasil olahan data terhadap

atribut *ei* dapat dilihat pada tabel hasil olahan data berikut ini :

Tabel 8. Hasil olahan data atribut (*ei*) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

No	Atribut	Skor Kepentingan(ei)	Kategori Tingkat Kepentingan
1	ei_1	3,80	Penting
2	ei_2	1,93	Tidak Penting
3	ei_3	3,87	Penting
4	ei_4	4,37	Sangat Penting
5	ei_5	3,67	Penting
6	ei_6	4,40	Sangat Penting
7	ei_7	4,27	Sangat Penting
8	ei_8	4,23	Sangat Penting
9	ei_9	4,47	Sangat Penting

Dari tabel 8 di atas diketahui bahwa atribut kemasan memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.80 yaitu baik terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia, Atribut Harga bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 1.93 yaitu tidak penting terhadap tanaman organik bawang merah di Kebun Praktek Fakulas Pertanian Universittas Nusa Nipa Indonesia, Atribut kebersihan memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.87 yaitu baik terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut jenis bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.37 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut kesegaran bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.67 yaitu baik terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut warna bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.40 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut kebersihan memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.27 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut warna bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai

*bi* 4.23 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut keutuhan daun bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.47 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah.

### Menghitung model sikap multiatribut Fishbein

Untuk menentukan model sikap multiatribut fishbein konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. Maka Rentangan Skala (RS) model sikap (*Ao*) pembeli terhadap tanaman organik bawang merah dapat dilihat secara terperinci pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Rentangan skala atau patokan ukur model sikap *Ao* terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

No	Rentangan Skala	Keterangan Nilai
1	1 – 5,8	Sangat Tidak Suka
2	5,81 – 10,6	Tidak Suka
3	10,61 – 15,4	Cukup Suka
4	15,41 – 20,2	Suka
5	20,21 – 25,0	Sangat Suka

Sehingga hasil uji *Ao* terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia berdasarkan hasil olahan data terhadap atribut *bi* dan *ei* dapat dilihat pada tabel hasil olahan data berikut ini :

Tabel 10. Sikap konsumen dari (*ei*) evaluasi dan kepercayaan (*bi*) terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia

No	bi	ei	bi x ei	Keterangan
1	3,73	3,80	14.19	Suka
2	3,67	1,93	7.09	Tidak Suka
3	4,30	3,87	16.63	Suka
4	3,77	4,37	16.45	Suka
5	4,20	3,67	15.40	Suka
6	4,00	4,40	17.60	Suka
7	4,17	4,27	17.78	Suka
8	3,73	4,23	15.80	Suka
9	4,03	4,47	18.02	Suka

Analisis sikap konsumen dilakukan setelah penilaian terhadap evaluasi atribut produk dan penilaian kepercayaan atribut produk dilakukan. Sikap konsumen terhadap atribut bawang merah digambarkan dengan simbol  $A_o$ , yang menunjukkan penilaian sikap responden dari hasil perkalian antara setiap skor evaluasi ( $e_i$ ) dengan skor kepercayaan ( $b_i$ ) atribut.

Berdasarkan hasil perhitungan penelitian pada tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa sikap konsumen terhadap semua atribut bawang merah tidak ada yang negatif. Atribut yang memperoleh kategori sikap positif dari responden tersebut berarti kinerja dari atribut produk tersebut sudah baik menurut responden. Menurut Widiharso (2010), beberapa ahli telah meneliti mengapa responden memilih alternatif tengah (Netral) kategori. Ada tiga kemungkinan responden kategori tengah, yaitu : (1) Mereka tidak memiliki sikap atau pendapat, (2) Mereka ingin memberikan penilaian secara seimbang, atau (3) Mereka belum memberikan sikap atau pendapat yang jelas.

Sikap responden terhadap produk bawang merah keseluruhan adalah positif. Hal ini berarti bahwa secara keseluruhan produk bawang merah di kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia telah baik dimata konsumen. Menurut Churchill (2005), secara umum jika seseorang memiliki sikap yang positif terhadap suatu produk atau merek, maka orang itu lebih mungkin membeli produk atau memilih merek tersebut.

Tabel 11. Nilai Sikap Responden terhadap nilai atribut bawang merah organik.

No	Atribut	Skor Evaluasi Kepercayaan ( $b_i$ )	Skor Evaluasi Kepentingan ( $e_i$ )	Sikap Konsumen $A_o$	Kategori Sikap
1	bi_1	3,73	3,80	14,19	Cukup Suka
2	bi_2	3,67	1,93	7,09	Tidak Suka
3	bi_3	4,30	3,87	16,63	Suka
4	bi_4	3,77	4,37	16,45	Suka

5	bi_5	4,20	3,67	15,40	Suka
6	bi_6	4,00	4,40	17,60	Suka
7	bi_7	4,17	4,27	17,78	Suka
8	bi_8	3,73	4,23	15,80	Suka
9	bi_9	4,03	4,47	18,02	Suka
$\sum e_i . b_i$				138,95	Suka

Hasil uji dari masing-masing atribut dapat dijelaskan sebagai berikut :

### Atribut Harga

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek fakultas pertanian universitas nusa nipa maumere dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan ( $b_i$ ) yaitu Atribut Harga bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai  $b_i$  3.67 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah, Atribut evaluasi ( $e_i$ ) yaitu atribut Harga bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai  $e_i$  1.93 yaitu tidak baik terhadap tanaman organik bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

### Atribut Kemasan

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek fakultas pertanian dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan ( $b_i$ ) yaitu atribut kemasan memiliki kepercayaan dengan nilai  $b_i$  3.73 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia dan atribut evaluasi ( $e_i$ ) yaitu atribut kemasan memiliki kepercayaan dengan nilai  $e_i$  3.80 yaitu baik terhadap tanaman organik bawang merah Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

### Atribut kebersihan bawang

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah

kebun praktek dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) yaitu atribut kebersihan memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.30 yaitu sangat penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) yaitu kebersihan memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.87 yaitu baik terhadap tanaman organik bawang merah.

#### **Atribut jenis bawang**

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek fakultas pertanian dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) yaitu atribut jenis bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.77 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) jenis bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *ei* 4.37 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah.

#### **Atribut kesegaran bawang**

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun fakultas pertanian unipa, dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) yaitu atribut kesegaran bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.17 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) kesegaran bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *ei* 3.67 yaitu baik terhadap tanaman organik bawang merah.

#### **Atribut warna bawang**

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek unipa dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) yaitu atribut warna bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.20 yaitu sangat penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) atribut warna bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.40 yaitu

sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah.

#### **Atribut keutuhan daun bawang**

Dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) yaitu atribut keutuhan daun bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.73 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) pada atribut keutuhan daun bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.47 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah.

#### **Atribut bau bawang**

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek fakultas pertanian dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) yaitu atribut bau bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 3.25 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) pada atribut bau bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *ei* 4.37 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah.

#### **Atribut ketahanan bawang**

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek fakultas pertanian unipa dari hasil pengolahan data berdasarkan atribut kepercayaan (*bi*) pada atribut ketahanan bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *bi* 4.03 yaitu penting terhadap tanaman organik bawang merah dan atribut evaluasi (*ei*) pada atribut ketahanan bawang merah memiliki kepercayaan dengan nilai *ei* 4.17 yaitu sangat baik terhadap tanaman organik bawang merah.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen menggunakan model multiatribut *Fishbein* terhadap tanaman organik bawang merah di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa

Indonesia diperoleh skor sikap (Ao) atribut ketahanan bawang merah dengan nilai tertinggi yaitu sebesar 18,2, sedangkan atribut kemasan bawang merah mendapatkan nilai terendah yaitu sebesar 7,09.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. dan Ameriana. 2000. Sistem Pengetahuan Lokal Pengendalian hama dan penyakit. *Jurnal Hortikultura*.
- Adin, I. 2013. *Teknik Praktis Penanaman Benih Bawang Merah Varietas TukTuk*. PT Cap Panah Merah. Jakarta. 40 hal.
- Adiyoga, w. 2011 [hortikultura.litbang.pertanian.go.id/jurnal\\_pdf/213/Adiyoga\\_aktor\\_cabemerah.pdf](http://hortikultura.litbang.pertanian.go.id/jurnal_pdf/213/Adiyoga_aktor_cabemerah.pdf). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Medan.
- BPS. 2012. Data Produksi Bawang Merah. <http://www.bps.go.id>. Diakses 15 Desember 2020.
- Duriat, A.S., T.A. Sutiarto, P. Laksmiwati, dan S. Rakhmat. 1994. Penerapan Pengendalian Hama Penyakit Terpadu pada Budidaya Tanaman Bawang Merah, Balithorti Lembang.
- DEPTAN. 2012. Volume Impor dan Export Sayuran Tahun 2012. <http://www.deptan.go.id>. Diakses 20 Januari 2021.
- Saragih. 2001. Kumpulan Pemikiran Agribisnis. Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. Pustaka WirausahaMuda. Bogor.
- Luthfia Karisti. 2021. [Sikap-konsumen-pasar-swalayan-terhadap-bawang-merah-di-kota-Surakarta](#).
- Suwandi, dan Y. Hilman. 1995. Budidaya Tanaman Bawang Merah. Dalam Teknologi Produksi Bawang Merah. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Jakarta.
- Soetiarso, T.A dan Ameriana M. 1995. Analisis Usaha Tani dan Pemasaran dalam Teknologi Produksi Bawang Merah. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura. Badan Litbang Pertanian. Jakarta.
- Syarif hidayatullah. 2011 M/1433 H, [analisis-sikap-konsumen-dalam-membeli-sayuran-segar-di-pasar-modern-bumi-serpong-damai-bsd-tangerang-selatan.html](#).