

## **Analisis Sikap Konsumen terhadap Buah Semangka Produksi *Teaching Factory* Kebun Inovasi Polije**

*Analysis of Consumers' Attitudes towards Watermelon Produced by Teaching Factory of Innovation Garden Polije*

**Tia Sofiani Napitupulu<sup>1</sup>, Sumarlina<sup>1\*</sup>, Datik Lestari<sup>1</sup>, dan Fitri Krismiratsih<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Department of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember

<sup>2</sup> Department of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember, PSDKU Nganjuk

\*sumarlina@polije.ac.id

### **ABSTRAK**

*Teaching Factory* Kebun Inovasi Polije berfokus pada aktivitas produksi berbagai tanaman pangan, hortikultura, dan bunga potong. Salah satu produk Kebun TeFa Inovasi yang telah diproduksi secara konsisten adalah buah semangka. Semangka merupakan tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomi penting secara global. Produksi semangka untuk tujuan komersial perlu mempertimbangkan sudut pandang konsumen sebagai pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut pada buah semangka yang dianggap penting oleh konsumen. Sebanyak lima atribut buah semangka dianalisis, diantaranya harga, warna daging buah, ukuran, berbiji/tidaknya buah, dan bentuk buah. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 50 orang responden yang merupakan konsumen buah semangka produksi TeFa Kebun Inovasi Polije. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan analisis multiatribut *Fishbein*. Hasil analisis menunjukkan bahwa atribut warna daging buah mendapat respons positif dari konsumen, dengan nilai sikap sebesar 16,72. Sebanyak 78% konsumen memilih mengonsumsi buah semangka merah, sisanya 22% memilih mengonsumsi buah semangka kuning. Konsumen semangka bersikap netral terhadap atribut harga (15,36); berbiji/tidaknya buah (14,58); ukuran buah (14,06); dan bentuk buah (10,89). Rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah TeFa Kebun Inovasi dapat menjadikan produksi buah semangka merah sebagai salah satu produk prioritas, salah satunya diwujudkan dengan cara meningkatkan produksi komoditas semangka merah. Selain itu, TeFa juga disarankan untuk secara rutin melakukan riset pengembangan buah semangka sesuai harapan konsumen.

**Kata kunci** — *fishbein*, multiatribut, sikap

### **ABSTRACT**

*Teaching Factory of Innovation Garden Polije focuses on the production activities of various food crops, horticulture, and cut flowers. One of the TeFa Innovation Garden products that has been produced consistently is watermelon. Watermelon is a horticultural crop that has global economic importance. Production of watermelons for commercial purposes needs to consider the point of view of consumers as buyers. This study aims to identify the attributes of watermelons that consumers consider necessary. Five attributes of watermelon were analyzed, including price, flesh color, size, and whether or not the fruit had seeds and shape. This study involved 50 respondents which are the consumer of watermelon produced by TeFa of Innovation Garden Polije. The collected data were analyzed using Fishbein multi-attribute analysis. The analysis showed that the fruit flesh's color attribute received a positive response from consumers, with an attitude value of 16.72. As many as 78% of consumers chose to consume red watermelons; the remaining 22% chose to consume yellow watermelons. Watermelon consumers are neutral towards the price attribute (15.36); seeded or not fruit (14.58); fruit size (14.06); and fruit shape (10.89). The recommendation that can be given based on the results of this research is that TeFa Kebun Inovasi can make the production of red watermelon a priority product, one of which is realized by increasing the production of red watermelon commodities. Apart from that, TeFa is also advised to conduct regular research on watermelon development according to consumer expectations.*

**Keywords** — *Fishbein*, multi-attribute, attitude

 **OPEN ACCESS**

© 2023. Tia Sofiani Napitupulu, Sumarlina, Datik Lestari, Fitri Krismiratsih



Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

*Teaching Factory* (TeFa) merupakan salah satu unit di politeknik sebagai lembaga pendidikan tinggi vokasi yang memiliki peranan besar dalam mendukung pelaksanaan pembelajaran bagi generasi siap kerja. Adanya TeFa menjadi sarana untuk menyelaraskan kurikulum dengan kebutuhan dunia industri [1]. Salah satu TeFa yang aktif berjalan dan terus berkembang di Politeknik Negeri Jember (Polije) adalah TeFa Kebun Inovasi yang berfokus pada aktivitas produksi berbagai tanaman pangan, hortikultura, dan bunga potong. Buah semangka merupakan salah satu produk hortikultura yang telah diproduksi secara konsisten di TeFa Kebun Inovasi Polije dengan berbagai pilihan kultivar. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pengelola TeFa Kebun Inovasi Polije, beberapa jenis buah semangka yang dikembangkan diantaranya semangka bulat merah tidak berbiji (*Citrullus lanatus* ‘Amara’), semangka lonjong kuning berbiji (*Citrullus lanatus* ‘Inden F1’), dan lainnya. Produksi berbagai jenis buah semangka ini bukan hanya dimanfaatkan dalam kegiatan pembelajaran, tetapi juga menjadi salah satu *Income Generating Unit* bagi Politeknik Negeri Jember.

Semangka merupakan tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomi penting secara global [2], dengan kandungan gula yang rendah, likopen, beberapa macam vitamin, *phyto-nutrient* dan 92% air, sehingga banyak dimanfaatkan untuk menetralsir hipertensi dan membersihkan ginjal [3]. Selain itu, semangka termasuk salah satu komoditas buah ekspor dengan produksi nasional pada Tahun 2022 mencapai 367.816 ton [4]. Oleh karena itu, berbagai upaya optimalisasi teknik budidaya dan pemuliaan tanaman banyak dikembangkan untuk memperoleh semangka dengan kualitas unggul demi menjaga kontinuitas dan kualitas produksi buah semangka, baik secara lokal maupun nasional.

Beberapa bentuk pengembangan yang telah dilakukan diantaranya aplikasi pupuk hayati dan pupuk kandang [5] dan upaya penerapan teknologi budidaya sistem ToPAS (*Topping, Pruning, Arranging dan Selection*) [6] demi meningkatkan kualitas hasil produksi buah semangka. Selain itu, beberapa kajian juga

dilakukan untuk mendukung program pemuliaan tanaman dalam upaya menciptakan benih semangka unggul. Beberapa diantaranya ialah kajian genetik sebagai dasar pemuliaan tanaman [7], pemanfaatan teknologi sekuensing genom dalam upaya pemuliaan tanaman [8], dan penerapan teknik kastrasi dan polinasi [9] hingga tahap penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat atau kelompok tani. Berbagai kajian juga telah dilakukan di TeFa Kebun Inovasi Polije mengingat produksi buah semangka tersebut saat ini tidak hanya dipasarkan secara internal, tetapi juga eksternal kampus dengan harapan dapat memberikan implikasi yang nyata terhadap perekonomian daerah. Selain itu, konsistensi produksi buah semangka di TeFa Kebun Inovasi Polije juga menjadi salah satu sumber lapangan kerja bagi masyarakat di sekitar Polije.

Produksi semangka untuk tujuan komersial perlu mempertimbangkan sudut pandang konsumen sebagai pembeli. Sebuah studi menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada preferensi konsumen terhadap berbagai atribut buah semangka yang menjadi dasar pembelian buah semangka oleh konsumen [10]. Selain itu, kajian di beberapa wilayah yang berbeda juga menunjukkan adanya perbedaan kecenderungan atribut yang paling menjadi pertimbangan, diantaranya atribut bentuk [11], tekstur daging buah [12], dan berbiji/tidak berbiji [13]. Penelitian di Kota Mataram yang menunjukkan bahwa keputusan konsumen membeli buah semangka sebagian besar dipengaruhi oleh faktor produk (ketersediaan, kematangan, dan kesegaran), dan diikuti oleh faktor harga, tempat dan strategi promosi [14]. Penelitian di Kota Semarang menunjukkan bahwa rasa dan berbiji/tidaknya buah semangka menjadi preferensi paling utama bagi konsumen dalam membeli buah semangka [15], sedangkan harga menjadi atribut utama dalam pembelian buah semangka di Kecamatan Jebres Kota Surakarta [16]. Penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa preferensi konsumen terhadap buah semangka di setiap daerah produksi atau bahkan dari setiap produsen juga dapat menunjukkan perbedaan.

Sejauh ini, belum ada kajian khusus untuk mengetahui preferensi konsumen buah semangka hasil produksi dari TeFa Kebun Inovasi Polije.



Oleh karena itu, uraian di atas menjadi dasar dilaksanakannya penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut pada buah semangka yang dianggap penting oleh konsumen semangka produk TeFa Kebun Inovasi Polije. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan rekomendasi pengembangan kultivar baru buah semangka yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen, khususnya di TeFa Kebun Inovasi Polije. Dengan demikian, produksi semangka tersebut tidak hanya menjadi sumber pendapatan institusi, tetapi juga memberi dampak yang nyata terhadap pengembangan keanekaragaman hayati dan ketahanan pangan nasional yang dimulai dari lingkungan pendidikan tinggi vokasi.

## 2. Target dan Luaran

Penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian produk buah semangka produksi TeFa Kebun Inovasi Polije. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu referensi untuk pengembangan komoditas semangka di TeFa Kebun Inovasi Polije.

## 3. Metodologi

Penelitian ini dilaksanakan di TeFa Kebun Inovasi Politeknik Negeri Jember. Kegiatan penelitian dimulai dari bulan Mei 2023 sampai dengan Juli 2023. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode survei, yaitu dengan wawancara responden menggunakan panduan kuesioner. Menurut [17] ukuran sampel lebih besar dari 30 dan lebih kecil dari 500 banyak diterapkan pada beragam penelitian. Responden pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*, artinya tidak semua responden mendapat kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Teknik *accidental sampling* diterapkan untuk memilih responden.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis multiatribut *fishbein*. Analisis multiatribut *fishbein* digunakan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu mengetahui penilaian konsumen terhadap produk semangka serta atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam

membeli buah semangka. Analisis multiatribut *fishbein* menggunakan formula sebagai berikut:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

$A_0$  = sikap konsumen terhadap buah semangka,

$b_i$  = tingkat kepercayaan konsumen

$e_i$  = evaluasi kepentingan konsumen terhadap atribut ke- $i$  buah semangka, dan

$n$  = jumlah atribut buah semangka.

Penilaian analisis multiatribut dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Responden diminta untuk memberikan penilaian pada setiap atribut buah semangka (harga, warna daging buah, ukuran, berbiji/tidaknya buah, bentuk), berupa nilai kepercayaan (*belief*) dan nilai evaluasi. Nilai kepercayaan individu berada pada *range* 1 sampai dengan 5, mulai dari sangat tidak penting sampai dengan sangat penting. Nilai evaluasi setiap atribut diberi nilai 1 sampai dengan 5, dengan kategori sangat buruk sampai dengan sangat baik.

Penilaian keseluruhan sikap individu terhadap sebuah objek diukur dengan menggunakan skala interval. Dengan demikian pengukuran rentang skala kepercayaan, evaluasi, dan sikap dihitung menggunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Rentang skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

$m$  = skor tertinggi yang mungkin terjadi,

$n$  = skor terendah yang mungkin terjadi, dan

$b$  = jumlah skala penilaian yang terbentuk.

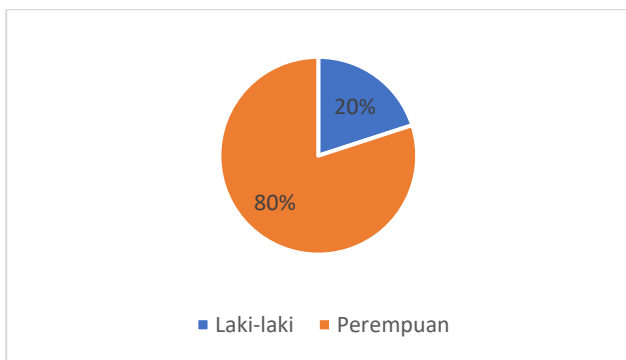
## 4. Pembahasan

### 4.1. Karakteristik Konsumen Semangka

Responden pada penelitian ini berjumlah 50 orang. Mayoritas konsumen semangka produk Kebun Inovasi Polije berjenis kelamin perempuan, dengan persentase sebesar 80% (Gambar 1). Ditinjau berdasarkan pertimbangan membeli buah semangka produk kebun inovasi, 38% konsumen menyatakan bahwa alasan pembelian ialah karena harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan produk dari luar. Pertimbangan lainnya diantaranya, pelayanan

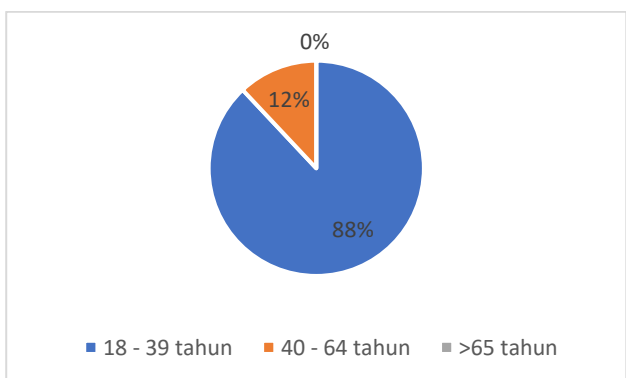


yang memuaskan (24%), dekat dengan tempat kerja (14%), dekat dengan tempat tinggal (10%), suasana belanja yang nyaman (6%), dan pertimbangan lain seperti buah yang lebih segar dan lebih manis (8%). Harga semangka produksi Kebun Inovasi Polije yang lebih rendah dibandingkan harga buah semangka yang dijual di pasar tradisional menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli buah [18]–[20]. Temuan lain juga menyatakan bahwa kualitas buah segar, dan lokasi, dan promosi juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah [19].



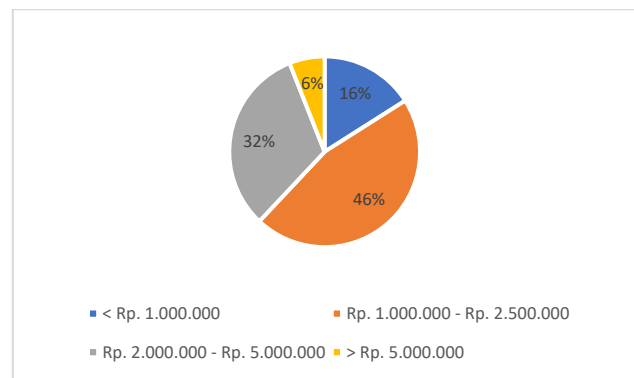
Gambar 1. Distribusi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Apabila dilihat berdasarkan usia konsumen, seluruh konsumen berada pada usia produktif. Sebanyak 88% konsumen berada pada usia 18 – 39 tahun, sedangkan sisanya sebesar 12% berusia 40 – 64 tahun. Distribusi konsumen berdasarkan umur dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Distribusi Konsumen Berdasarkan Umur

Gambar 3 menyajikan informasi mengenai distribusi konsumen berdasarkan besar pendapatan rumah tangga per bulan. Berdasarkan Gambar 3 diketahui bahwa hampir setengah dari konsumen (46%) memiliki pendapatan per bulan Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000. Sebanyak 32% memiliki pendapatan per bulan Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 5.000.000. Hanya sebagian kecil konsumen (6%) yang memiliki pendapatan bulanan lebih besar dari Rp. 5.000.000. Pendapatan rumah tangga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi buah-buahan [21]. Tingkat pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan rumah tangga untuk membeli pangan yang cukup dan bergizi, memenuhi kebutuhan pangan harian, serta lebih mudah akses terhadap berbagai jenis makanan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pendapatan rumah tangga berpengaruh nyata terhadap permintaan buah semangka [22].



Gambar 3. Distribusi Konsumen Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga per Bulan

#### 4.2. Analisis Multiatribut

Analisis multiatribut *fishbein* dirancang untuk mengukur sikap konsumen terhadap atribut yang berbeda dari objek yang serupa, hasil tersebut selanjutnya dibandingkan dengan hasil dari objek yang berbeda dengan tujuan untuk menemukan atribut yang dianggap penting oleh konsumen [23]. Langkah awal pada analisis multiatribut *fishbein* adalah dengan menentukan atribut yang akan dianalisis. Penentuan atribut ini berdasarkan pada atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Studi terdahulu tentang preferensi konsumen terhadap produk semangka menunjukkan bahwa atribut semangka yang



dianggap penting diantaranya harga [10], [11], [13]; warna daging buah [10], [11], [13], [24]; ukuran [10]–[13], [24]; berbiji/tidaknya buah [10], [13], [24]; dan bentuk buah [11], [24]. Berdasarkan temuan tersebut, maka penelitian ini menggunakan lima atribut yang terdiri dari harga, warna daging buah, ukuran, berbiji/tidaknya buah, dan bentuk buah.

Analisis multiatribut *fishbein* menekankan dua jenis penilaian yang harus diisi oleh responden, yaitu penilaian tentang nilai kepercayaan dan evaluasi. Nilai kepercayaan mengacu pada tingkat keyakinan konsumen terhadap penilaian mereka terhadap setiap atribut yang diberikan. Tabel 1 menyajikan informasi nilai kepercayaan konsumen terhadap atribut buah semangka produk Kebun Inovasi Polije. Hasil perhitungan nilai kepercayaan atribut buah semangka Kebun Inovasi Polije menunjukkan bahwa dari kelima atribut yang dianalisis, atribut yang memiliki nilai kepercayaan paling tinggi adalah atribut warna daging buah (nilai kepercayaan 4,18). Sebaliknya, atribut yang memiliki nilai kepercayaan paling rendah yaitu atribut bentuk, dengan nilai kepercayaan 3,32. Berdasarkan kategori nilai kepercayaan, seluruh atribut termasuk kategori penting, kecuali atribut bentuk yang termasuk dalam kategori netral.

Tabel 1. Nilai Kepercayaan Atribut Buah Semangka

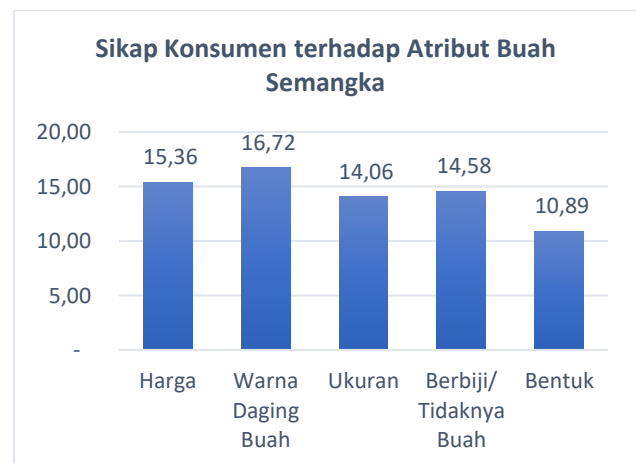
No	Atribut	b <sub>i</sub>	Kategori
1	Harga	3.86	Penting
2	Warna Daging Buah	4.18	Penting
3	Ukuran	3.80	Penting
4	Berbiji/tidaknya Buah	3.92	Penting
5	Bentuk	3.32	Netral

Perhitungan nilai evaluasi atribut buah semangka Kebun Inovasi Polije disajikan pada Tabel 2. Nilai evaluasi atribut buah semangka berada pada rentang 3,28 sampai dengan 4,00. Atribut yang memiliki nilai evaluasi paling tinggi yaitu atribut warna daging buah (4,00). Sebaliknya, atribut yang memiliki nilai evaluasi paling rendah yaitu atribut bentuk (3,28). Atribut harga, warna daging buah, ukuran, dan berbiji/tidaknya buah termasuk dalam kategori baik. Sementara itu atribut bentuk mempunyai nilai evaluasi dengan kategori netral.

Tabel 2. Nilai Evaluasi Atribut Buah Semangka

No	Atribut	e <sub>i</sub>	Kategori
1	Harga	3.98	Baik
2	Warna Daging Buah	4.00	Baik
3	Ukuran	3.70	Baik
4	Berbiji/tidaknya Buah	3.72	Baik
5	Bentuk	3.28	Netral

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi buah dan sayur [21]. Oleh karena itu, dilakukan analisis sikap konsumen terhadap atribut buah semangka produksi TeFa Kebun Inovasi Polije. Nilai sikap konsumen terhadap atribut buah semangka diperoleh dengan cara mengalikan nilai kepercayaan dengan nilai evaluasi masing-masing atribut. Nilai sikap konsumen terhadap atribut buah semangka disajikan pada Gambar 4. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa nilai sikap konsumen terhadap atribut buah semangka berkisar antara 10,89 sampai dengan 16,72. Atribut yang mempunyai nilai sikap dari tertinggi hingga terendah secara berurutan adalah warna daging buah (16,72); harga (15,36); berbiji/tidaknya buah (14,58); ukuran buah (14,06); dan bentuk (10,89).



Gambar 4. Nilai Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Semangka

Warna daging buah memiliki nilai sikap yang paling tinggi di antara atribut lainnya. Nilai sikap konsumen terhadap atribut warna daging buah semangka termasuk kategori positif, artinya konsumen memiliki respons yang positif

terhadap warna daging buah semangka produk Kebun Inovasi Polije. Jenis semangka yang diproduksi Kebun Inovasi Polije berdasarkan warnanya dibagi menjadi dua, yaitu semangka merah dan semangka kuning. Hasil analisis data konsumen menunjukkan bahwa sebanyak 78% konsumen membeli buah semangka berwarna merah, sisanya 22% membeli buah semangka kuning.

Atribut harga memiliki nilai sikap tertinggi kedua, setelah atribut warna daging buah. Nilai atribut harga termasuk dalam kategori netral. Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan konsumen membeli buah semangka salah satunya dipengaruhi oleh faktor harga [14]. Selanjutnya penelitian tentang preferensi konsumen semangka di Kecamatan Jebres Kota Surakarta menunjukkan bahwa atribut harga menjadi atribut yang utama dalam pembelian buah semangka [16]. Hasil penelitian lain juga menyatakan bahwa harga semangka berpengaruh signifikan terhadap permintaan semangka [22]. Dengan demikian, penentuan harga menjadi hal yang cukup penting untuk kontinuitas produksi dan pemasaran produk buah semangka di TeFa Kebun Inovasi Polije.

Nilai sikap konsumen terhadap atribut berbiji/ tidaknya buah termasuk dalam kategori netral. Sejalan dengan temuan tersebut, sebuah studi tentang preferensi konsumen semangka yang dilakukan di Semarang menunjukkan bahwa dalam memilih buah semangka, konsumen sangat mempertimbangkan rasa dan berbiji atau tidak buahnya buah [15]. Kriteria semangka yang disukai oleh konsumen di Semarang adalah semangka berukuran sedang, berwarna daging buah merah, dan tidak berbiji.

Sikap konsumen terhadap atribut ukuran buah semangka juga mendapat respon yang netral. Disisi lain, nilai sikap atribut bentuk buah semangka mempunyai nilai sikap yang paling rendah. Meskipun demikian, sikap konsumen terhadap atribut bentuk semangka mendapat respon yang netral, yaitu kategori penilaian yang sama dengan atribut harga, ukuran, dan berbiji/tidaknya buah. Temuan ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen semangka yaitu bentuk buah semangka [11]. Perbedaan tersebut dapat terjadi

karena berbagai faktor seperti wilayah, budaya, dan berbagai karakter/ kondisi lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat direkomendasikan beberapa hal untuk pengembangan produk buah semangka di TeFa Kebun Inovasi Polije, diantaranya: meningkatkan produksi buah semangka dengan warna daging buah merah sebagai salah produk prioritas produksi (1), mempertahankan konsistensi ketepatan penentuan harga jual yang sesuai (2), dan senantiasa melakukan riset pengembangan buah semangka sesuai harapan konsumen (3). Dengan demikian, produksi buah semangka dapat terus berjalan secara berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan institusi, menyediakan lapangan kerja, dan mendukung upaya peningkatan ketahanan pangan dalam ruang lingkup *Teaching Factory*.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa atribut buah semangka yang mendapat respons positif oleh konsumen adalah warna daging buah, dengan nilai sikap 16,72. Sebanyak 78% konsumen membeli buah semangka berwarna merah, sisanya 22% membeli buah semangka kuning. Konsumen semangka bersikap netral terhadap empat atribut semangka yaitu harga (15,36); berbiji/tidaknya buah (14,58); ukuran buah (14,06); dan bentuk buah (10,89). Berdasarkan hasil tersebut, penulis merekomendasikan agar riset dan pengembangan produk buah semangka di TeFa Kebun Inovasi Polije mempertimbangkan sikap konsumen, khususnya pada atribut warna daging buah dengan tetap mempertimbangkan atribut lain seperti harga, berbiji/ tidak, dan ukuran buah.

## 6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra penelitian ini yaitu tim pengelola *Teaching Factory* Kebun Inovasi Polije yang telah memberikan izin dan membantu pelaksanaan penelitian dengan penuh dedikasi.

## Daftar Pustaka

- [1] R. A. Fitri, M. Jefri, and P. Purnamawati, "Persepsi Masyarakat Terhadap Lulusan Pendidikan Umum



- dan Pendidikan Kejuruan pada Tingkatan Pendidikan Vokasi,” *Vocat. J. Inov. Pendidik. Kejur.*, vol. 2, no. 2, pp. 174–179, 2022.
- [2] S. Guo *et al.*, “Comparative Transcriptome Analysis of Cultivated and Wild Watermelon During Fruit Development,” *PLoS One*, vol. 10, no. 6, p. e0130267, 2015.
- [3] M. B. Kalie, *Bertanam Semangka*. Jakarta: Penebar Swadaya, 1992.
- [4] BPS, “Produksi Tanaman Buah-buahan,” 2022.
- [5] R. Sambelorang and J. Nayoan, “Effect of Cow Manure on The Growth and Crop Production of Watermelon (*Citrullus lanatus*),” *J. Agroekoteknologi Terap.*, vol. 1, no. 2, pp. 47–49, 2020.
- [6] A. Wahyudi and R. Dewi, “Upaya Perbaikan Kualitas dan Produksi Buah Menggunakan Teknologi Budidaya Sistem ToPAS pada 12 Varietas Semangka Hibrida,” *J. Penelit. Pertan.*, vol. 17, no. 1, pp. 17–25, 2017.
- [7] Z. B. Muhammad, A. Suryawati, and E. Wahyurini, “Pendugaan Parameter Genetik pada Sifat Kuantitatif Beberapa galur Tanaman Semangka (*Citrullus lanatus* L) Generasi F2,” *UPN" Veteran" Yogyakarta*, 2023.
- [8] I. Tasma, “Pemanfaatan Teknologi Sekuensing Genom untuk Mempercepat Program Pemuliaan Tanaman,” 2015.
- [9] H. Sujadmiko, B. S. Daryono, H. Hanini, and S. Supriyadi, “Pengembangan Benih Unggul Semangka Citra Jingga Melalui Teknik Kastrasi dan Polinasi di Desa Depokrejo, Purworejo, Jawa Tengah,” *J. Pengabd. Kpd. Masy. (Indonesian J. Community Engag.*, vol. 6, no. 2, pp. 129–135, 2021.
- [10] K. A. M. Khusna, H. Irianto, and Setyowati, “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Semangka di Kota Surakarta,” *AGRISTA*, vol. 4, no. 3, pp. 461–468, 2016.
- [11] I. G. A. K. T. Perdani, I. G. A. A. Artini, and N. W. P. Artini, “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Pasar Tradisional Kota Denpasar,” *J. Agribisnis dan Agrowisata*, vol. 11, no. 1, pp. 425–434, 2022.
- [12] M. Otang, Y. Y. Da Rato, and S. Noni, “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Seangka (*Citrullus Vugaris*) di Kebuan Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia,” *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 7, no. 2, pp. 447–455, 2021.
- [13] S. A. Wisang, H. Sastryawanto, and Koesriwulandari, “Analisis Preferensi Knsumen Buah Semangka (*Citrullus lanatus*) di Pasar Tradisional Moni Kabupaten Ende Nusa Tenggara Timur,” *Sosio Agribis*, vol. 21, no. 2, pp. 19–33, 2021.
- [14] L. Andini, M. S. Wedastra, I. A. K. Marini, I. D. G. Suartha, and B. W. Dharma, “Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Semangka di UD. Yasmin Kota Mataram,” *GANEC SWARA*, vol. 14, no. 2, pp. 608–614, 2020.
- [15] N. Arifianto, S. Wahyuningsih, and L. A. Sasongko, “Consumers preference towards watermelon in semarang,” *MEDIAGRO*, vol. 4, no. 2, 2008.
- [16] E. Ido, M. F. Anwar, and R. Dewati, “Preferensi Konsumen Buah Semangka di Pasar Semangka Kecamatan Jebres Kota Surakarta,” *J. Agribusiness, Soc. Econ.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–10, 2023.
- [17] I. Alwi, “Kriteria empirik dalam menentukan ukuran sampel pada pengujian hipotesis statistika dan analisis butir,” *Form. J. Ilm. Pendidik. MIPA*, vol. 2, no. 2, pp. 140–148, 2015.
- [18] R. Januarti, L. Fauzia, and S. I. Kusuma, “Analisis Keputusan Konsumen Membeli Buah di Pasar Midern di Kota Medan (Studi Kasus: Swalayan/supermarket di Kecamatan Medan Sunggal),” *J. Agric. Agribus. Socioecon.*, vol. 4, no. 9, p. 94459, 2015.
- [19] V. L. Marinda, “Analisis Keputusan Pembelian Buah Segar di Kota Surakarta,” *Agrista*, vol. 10, no. 4, 2021.
- [20] A. S. Putri, Y. Junaidi, and A. Bidarti, “Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara Online dan Offline pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang,” *Agripita J. Agribisnis dan Pembang. Pertan.*, vol. 5, no. 2, pp. 115–130, 2021.
- [21] B. N. Rachman, I. G. Mustika, and I. G. A. W. Kusumawati, “Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumen Buah dan Sayur Siswa SMP di Denpasar,” *J. Gizi Indones.*, vol. 6, no. 1, pp. 9–16, 2017.
- [22] I. M. Rosyidi, Kusnandar, and S. Marwanti, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Semangka di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo,” *AGRISTA*, vol. 4, no. 3, pp. 13–23, 2016.
- [23] A. Wassenaar, E. Kempen, and T. van Eeden, “Exploring South African consumers’ attitudes towards game meat—Utilizing a multi-attribute attitude model,” *Int. J. Consum. Stud.*, vol. 43, no. 5, pp. 437–445, Sep. 2019, doi: 10.1111/ijcs.12523.
- [24] J. Supriyanti, N. Karjunita, and Kuswandi, “Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Buah Semangka di Kabupaten Sijunjung,” *J. Agribisnis Unisi*, vol. 11, no. 1, pp. 11–20, 2022.

