

**PERILAKU KONSUMSI TEH DI KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN GUNUNGKIDUL
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Robertus Erik Danar Dwi Atmaja¹, Fitri Kurniawati², Agatha Ayiek Sih Sayekti²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

²Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi teh di Kecamatan Wonosari dalam proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan mempunyai beberapa tahap yaitu: tahap pengenalan masalah, tahap, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi, tahap pembelian, tahap pasca pembelian. Penelitian ini menggunakan metode *snowball sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Wonosari. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 75 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data sekunder dan data primer. Dari hasil pembahasan dapat dibahas kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi teh di Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunungkidul adalah berdasarkan jenis teh yaitu teh seduh. Tujuan masyarakat dalam mengkonsumsi teh di Kecamatan Wonosari adalah soal kebiasaan rutin masyarakat dalam mengkonsumsi teh telah megakar sejak dahulu. Waktu mengkonsumsi responden memilih waktu lebih banyak pada pagi hari. Informasi yang sering diterima reponden adalah informasi dari pihak satu ke pihak lainnya. Tindakan yang diambil jika produk habis, responden kebanyakan mencari produk teh dengan merek lain, sedangkan untuk situasi yang tepat untuk membeli, kebanyakan responden membeli jika produk telah habis. Kebanyakan respoden merasa puas dalam mengkonsumsi teh dengan atribut produk teh berupa rasa, harga, merek, aroma, warna.

Kata kunci : pengambilan keputusan, perilaku konsumsi.

PENDAHULUAN

Teh diperoleh dari pengolahan daun teh (*camellia sinensis*) dari familia *Theaceae*. Tanaman ini diperkirakan berasal dari daerah pegunungan Himalaya dan daerah – daerah pegunungan yang berbatasan dengan Republik Rakyat China, India, dan Birma. Tanaman ini dapat tumbuh subur di daerah tropis dan subtropics, demgan menuntut cukup sinar matahari dan hujan sepanjang tahun. (Spillane, 1992).

Tanaman teh umumnya dapat dipetik daunnya secara terus-menerus setelah berumur 5 tahun dan dapat memberi hasil daun teh cukup besar selama 40 tahu, baru kemudian diadakan peremajaan. Tanaman ini dapat tumbuh dengan subur di daerah dengan ketinggian 200- 2000 meter diatas

permukaan air laut. Semakin tinggi letak daerahnya, semakin menghasilkan mutu teh yang baik. misalnya teh Darjeeling dari India, terletak diatas ketinggian 1.500 meter. Di indonesia perkebunan teh banyak terdapat di daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, juga di Sumatera Utara dan Sumtera Selatan. (Spillane, 1992).

Indonesia merupakan Negara produsen teh pada urutan kelima di dunia setelah India, Cina, Sri Langka dan Kenya. Pada tahun 2002 total produksi teh Indonesia mencapai 172.790 ton atau 5.7 persen dari total produksi teh dunia. Sebgaian besar produksi teh Indonesia (65%) ditujukan untuk pasar ekspor. Volume ekspor teh Indonesia

sebagian besar (94%) masih dalam bentuk daun kering.

Selain sebagai produsen, Indonesia juga merupakan Negara eksportir teh pada urutan kelima di dunia dari segi volume setelah Sri Lanka, Kenya, China dan India. Perkembangan ekspor teh Indonesia terus menurun selama sembilan tahun terakhir, yaitu dari jumlah 123.900 ton pada tahun 1993 menjadi 100.200 ton pada tahun 2002, atau rata-rata menurun sebesar 2.1 persen per tahun. Keadaan tersebut menyebabkan pangsa volume ekspor teh Indonesia di pasar dunia turun (ITC, 2000). Peran komoditas teh dalam perekonomian di Indonesia cukup strategis. Industri teh Indonesia pada tahun 1999 diperkirakan menyerap sekitar 300.000 pekerja dan menghidupi sekitar 1,2 juta jiwa. Selain itu, secara nasional industri teh menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 1,2 triliun (0,3% dari total PDB nonmigas) dan menyumbang devisa bersih sekitar 110 juta dollar AS per tahun, dari aspek lingkungan, usaha budidaya dan pengolahan teh termasuk jenis usaha yang mendukung konversi tanah dan air (ATI,2000)

Hasil olahan dari sektor pertanian dapat berupa bahan baku untuk makanan dan minuman yang sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup seluruh masyarakat Indonesia. Hasil pengolahan bahan minuman bersumber dari sektor pertanian sangat diperlukan masyarakat untuk membantu proses metabolisme tubuh, penghilang dahaga serta untuk menjaga kesehatan tubuh. Salah satu jenis minuman yang populer dimasyarakat adalah teh. Teh paling banyak dikonsumsi masyarakat setelah air putih yang biasa dinikmati baik dingin maupun panas. Konsumsi teh nasional mencapai 350gram/kapita/ tahun, diperkirakan konsumsi teh tak kurang dari 120 ml setiap harinya (Thomas,2007).

Konsumsi teh di Indonesia lebih rendah dibandingkn dengan negaranegara yang populasinya lebih kecil. Hal ini dapat terlihat dari data jumlah serapan konsumsi teh di Indonesia yang hanya 350 gram/kapita/tahun.dengan jumlah penduduk yang sangat besar, angka ini termasuk dalam angka yang sangat rendah. Sri Lanka dengan populasi yang hanya 167 juta jiwa dapat mengkonsumsi teh sebesar 1,36 kg/kapita/tahun. Bahkan masyarakat di Inggris dapat mengkonsumsi 2,5 kg/kapita/tahun., hal ini tidal lepas dari budaya mereka memgkonsumsi teh pada saat sarapan.

(<http://republika.co.id/nasional/konsumsi-teh-orang-Indonesia-masih-rendah>)

Perilaku adalah sinonim dari aktivitas, respon, reaksi. Sedangkan merupakan kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan suatu barang atau jasa. Perilaku konsumen di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

- a. Faktor kebudayaan
- b. Faktor Sosial
- c. Faktor Pribadi
- d. Faktor Psikologis

Di Kecamatan Wonosari, tradisi memnium teh sudah terjadi bertahun-tahun yang lalu, Wonosari masih sederhana dengan Kota Yogyakarta, di Keraton Yogyakarta ada tradisi patehan. Tradisi patehan hanya dilakukan di Yogyakarta setiap hari. Konsumsi rumah tangga di Kabupaten Gunungkidul terhadap minuman memiliki tingkat pengkonsumsian yang berbeda-beda diantara berbagai jenis minuman yang ada. Tingkat konsumsi tersebut memiliki perbedaan karena terkait dengan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi minuman tersebut. Tingkat konsumsi terhadap minuman teh pada masyarakat di Kabupaten Gunungkidul memberikan kontribusi besar. Hal ini terbukti sebagian besar masyarakat di

Kabupaten Gunungkidul selalu mengkonsumsi teh setiap paginya sebelum memulai aktivitas sehari-hari. Selain itu, teh biasanya dikonsumsi sebagai pendamping hidangan makanan ataupun acara-acara adat, sehingga dapat dikatakan meminum teh telah mengakar dalam budaya masyarakat Kabupaten Gunungkidul.

Kecamatan Wonosari terdiri dari 14 Desa yaitu Desa Wonosari, Desa Kepek, Desa Piyaman, Desa Gari, Desa Karang Tengah,

Desa Selang, Desa Baleharjo, Desa Siraman, Desa Pulutan, Desa Wareng, Desa Duwet, Desa Mulo, Desa Wunung, Desa Karang Rejek. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan di 5 Desa yaitu Desa Wonosari, Desa Kepek, Desa Piyaman, Desa Karang Tengah, Desa Baleharjo memiliki jumlah penduduk yang lebih banyak dibanding sembilan desa yang ada, untuk itulah peneliti memilih 5 desa tersebut untuk dijadikan pertimbangan dalam penelitian.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Desa di Kecamatan Wonosari

No	Desa	Jumlah Penduduk (jiwa)
1	Wonosari	9.368
2	Kepek	11.360
3	Piyaman	8.515
4	Gari	6.438
5	Karang Tengah	8.232
6	Selang	4.689
7	Baleharjo	6.565
8	Siraman	5.698
9	Pulutan	4.275
10	Wareng	4.296
11	Duwet	2.503
12	Mulo	4.861
13	Wunung	3.547
14	Karang Rejek	5.433

Sumber : Data Sekunder, 2015

Kecamatan Wonosari juga merupakan wilayah yang pusat perekonomian di Gunungkidul. Proses pembauran banyak terjadi antara penduduk kota dan desa berupa interaksi yang membentuk pola kebiasaan dalam kehidupan mereka. Melihat jumlah penduduk Kecamatan Wonosari tersebut maka terdapat beragam masyarakat yang memiliki tipe perilaku konsumen dalam membeli produk teh di kecamatan Wonosari. Masyarakat yang beragam mempengaruhi pula tipe perilaku konsumen dalam membeli teh. Atas dasar inilah peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul Perilaku Konsumsi di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian yang mendeskripsikan karakteristik dari suatu populasi tentang suatu fenomena yang diamati. Metode deskriptif ini digunakan dengan cara mengumpulkan data, menyusun dan menganalisa data kemudian dilakukan pengambilan kesimpulan.

Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode studi kasus di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2017.

Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *snowball method*, yaitu menentukan sampel dari kelompok kecil kemudian sampel unit berikutnya ditentukan berdasarkan keterangan yang diperoleh dari sampel unit sebelumnya yang dapat menunjang penelitian. Pengambilan sampel dilakukan di Kecamatan Wonosari karena memiliki penduduk terbanyak.

Data dari kuesioner yang diisi oleh masyarakat dengan mengambil jumlah sampel sebanyak 75 orang dipilih 1 kecamatan yaitu Kecamatan Wonosari karena memiliki penduduk terbanyak. Dari 1 kecamatan Wonosari diambil 5 desa dengan penduduk terpadat yaitu :

Tabel 3.1 Lima Desa di Kecamatan Wonosari

No	Nama Desa	Jumlah Sampel
1	Wonosari	15
2	Kepek	15
3	Piyaman	15
4	Baleharjo	15
5	Karang Tengah	15
Jumlah		75

Dari 75 sampel maka setiap desa diambil 15 sampel didapat dari 75 sampel dibagi 5 desa.

Metode Pengumpulan Data dan Pengambilan Data

Data primer merupakan sumber penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara langsung dengan responden.

Data sekunder adalah sumber penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder adalah data jadi yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data sekunder ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik. Data tersebut antara lain keadaan umum daerah penelitian, keadaan penduduk dan data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode kuesioner, yaitu dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

Metode wawancara dilakukan dengan mengadakan tatap muka langsung dengan masyarakat penduduk yang menjadi sampel, kemudian sesi tanya jawab sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan.

Pembatasan Masalah

1. Produk yang diteliti adalah produk teh.
2. Populasi responden adalah konsumen yang mengkonsumsi teh di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunung Kidul.

Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel

Untuk mendapatkan suatu pengertian yang tepat dalam penelitian ini maka setiap variabel yang digunakan dirumuskan dalam bentuk definisi operasional, sehingga memudahkan pengukuran.

Perilaku Konsumsi ada beberapa tahap :

- a. Jenis teh adalah jenis teh yang di konsumsi masyarakat

- b. Frekuensi konsumsi teh adalah jumlah konsumsi per hari dalam satuan kali.
- c. Waktu pengonsumsi teh adalah waktu pengonsumsi teh di lakukan
- d. Pertimbangan memilih produk adalah pertimbangan memilih produk berupa rasa, harga dan merek.
- e. Tujuan mengkonsumsi adalah tujuan atau alasan responden dalam mengkonsumsi teh.
- f. Sumber informasi adalah media untuk mendapatkan informasi tentang produk teh.
- g. Tindakan jika produk habis adalah sikap responden saat produk yang di konsumsi habis.
- h. Waktu pembelian yang tepat adalah waktu kapan responden harus membeli produk teh.
- i. Kepuasan mengkonsumsi adalah tingkat kepuasan dalam mengkonsumsi teh.

Perilaku konsumen diukur dengan proses pengambilan keputusan dalam pengonsumsi teh. Pengambilan keputusan terdiri dari lima tahapan yaitu :

- a. Tahap pengenalan kebutuhan adalah kebutuhan akan produk yang menyangkut manfaat dan apa tujuan mengkonsumsi.
- b. Tahap pencarian informasi adalah tahap tentang pencarian informasi tentang produk teh meliputi sumber informasi, sumber media yang mempengaruhi.
- c. Tahap evaluasi alternatif adalah menilai informasi tentang produk teh meliputi pertimbangan memilih produk teh.
- d. Tahap keputusan pembelian adalah tahap ketika responden memilih produk teh dan jenis produk teh yang dibeli.
- e. Tahap perilaku pasca pembelian adalah tahap dimana responden kepuasan responden mengkonsumsi produk teh.

Analisis Data dan Pembentukan Model

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Metode analisis adalah metode penelitian yang

melibatkan analisis data berupa deskriptif. Analisis deskriptif merupakan metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat mengenai masalah-masalah yang ada dalam masyarakat, tata cara yang berlaku, serta situasi-situasi tertentu tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan dan proses yang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif ini maka akan didapat gambaran mengenai perilaku konsumsi teh di Kecamatan Wonosari, Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi teh, analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif dengan menggunakan tabel. Dari data kuesioner dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang akan di analisis secara deskriptif presentase, uraian data penelitian yang akan diuraikan dalam bentuk tabel frekuensi jawaban responden

yang selanjutnya akan dipresentasikan hingga menunjukkan besarnya presentase jawaban responden.

Menghitung presentase menggunakan rumus :

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

DP = Deskriptif Presentase (%)

n = Jumlah data responden yang diperoleh

N = Total jumlah responden

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Identitas Responden

1. Usia

Usia responden yang berada di daerah Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul berkisar antara 14 – 80 tahun. Berikut merupakan usia dari responden.

Tabel 5.1 Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase (%)
14-29	18	24
30-45	23	30.67
46-60	29	38.67
>60	5	6.67
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang mengkonsumsi teh dari usia 14-29 tahun sebanyak 18 responden, usia 30-45 tahun sebanyak 23 orang, usia 46-60 tahun sebanyak 29 orang, sedangkan umur diatas 60 tahun sebanyak 5 orang responden. Dari hal tersebut maka usia tidak mempengaruhi responden dalam mengkonsumsi teh baik usia muda atau tua tidak ada batasannya.

Memahami usia konsumen adalah penting karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk yang berbeda. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera terhadap suatu produk. Sehingga produsen dalam memasarkan produknya nanti hendaknya tahu konsumen yang akan menjadi sasarannya.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik reponden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5.2 Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
Tidak Sekolah	1	1.33
SD	9	12
SMP	21	28
SMA/SMK	33	44
D II	2	2.67
S 1	9	12
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa jenjang pendidikan yang paling banyak mengkonsumsi teh yaitu SMA/SMK dengan jumlah responden sebanyak 33 orang responden, tidak sekolah sebanyak 1 orang karena faktor individu yang menjadikan responden tidak melanjutkan sekolahnya , tingkat pendidikan SD sebanyak 9 orang, tingkat SMP 21 orang, SMA/SMK sebanyak 33 orang, tingkat D II sebanyak 2 orang dan tingkat S1 sebanyak 9 orang. Dapat disimpulkan bahwa jumlah tingkat pendidikan SMA/SMK yang mengkonsumsi teh lebih

banyak dibandingkan tingkat pendidikan SD, SMP, D II, S 1.

Kebutuhan konsumen senantiasa berubah seiring dengan meningkatnya pendidikan. Semakin tinggi pendidikan semakin tinggi juga pemenuhan akan kebutuhan hidupnya. Konsumen teh di Kecamatan Wonosari mempunyai tingkat pendidikan yang cukup. Konsumen yang mempunyai pendidikan cukup tinggi akan cenderung tanggap terhadap informasi yang diterimanya sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

3. Pekerjaan Responden

Tabel 5.3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Buruh	9	12
Ibu Rumah Tangga	12	16
Mahasiswa	5	6.67
Pelajar	7	9.33
PNS	8	10.67
Swasta	11	14.67
Tani	4	5.33
Wiraswasta	19	25.33
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa pekerjaan responden yang paling banyak mengkonsumsi teh yaitu wiraswasta dengan jumlah 19. Wiraswata adalah seseorang yang memiliki kemampuan dan sikap mandiri, berpandangan jauh, jujur, kreatif, tangguh dan berani menanggung resiko dalam pengelolaan usaha dan kegiatan yang mendatangkan keberhasilan. Contohnya pedagang non sembako dan penjual jasa seperti pekerja salon, penjaga toko, penjahit, pedangang pakaian, penjual pulsa. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari mereka membeli atau mengonumsi teh bersamaan dengan berbelanja kebutuhan lain. Ibu rumah tangga selanjutnya dengan jumlah 12, pekerjaan responden di instasi swasta. Swasta bergerak di instasi swasta seperti

pengawai bank swasta, satpam swasta dan yang lainnya berjumlah 11 orang, sedangkan buruh dengan jumlah 9 orang responden, buruh merupaka pekerjaan sebagai pekerjaan serabutan seperti buruh bangunan, responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 8 orang, PNS merupakan pegawai negeri yang bekerja di instasi di bawah naungan pemerintahan, untuk golongan pelajar SMP dan SMA yaitu sebanyak 7 orang, mahasiswa sebanyak 5 orang sedangkan responden yang berkerja sebagai tani sebnyak 4 orang. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pekerjaan wiraswasta paling banyak mengkonsumsi teh dibandingkan ibu rumah tangga, swasta, buruh, PNS, pelajar, mahasiswa dan tani.

4. Pendapatan Responden

Tabel 5.4 : Pendapatan Responden Setiap Bulan

Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
<1.500.000,-	54	72
1.500.000 - 3.000.000,-	12	16
>3.000.000,-	9	12
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pendapatan respon setiap bulannya kurang dari 1.500.000,- yaitu sebanyak 54 orang responden, pendapatan setiap bulannya 1.500.000,- - 3.000.000,- sebanyak 12 orang, sedangkan pendapatan setiap bulan di atas 3.000.000,- sebanyak 9 orang. Maka dari

tabel diatas dinyatakan bahwa responden yang memiliki pendapatan sebanyak kurang dari 1.500.000,- responden yang memiliki pendapatan diatas 1.500.000,- dan yang lebih dari 3.000.000,-.

Perilaku Konsumsi Teh

1. Konsumsi Jenis Teh

Tabel 5.5 Konsumsi Jenis Teh

Jenis teh yang dikonsumsi	Jumlah	Presentase (%)
Teh seduh	67	89.33
Teh celup	8	10.67
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Teh Celup merupakan teh yang dikemas dalam kantong (kertas saringan) untuk sekali digunakan dengan cara mengecelupkannya dalam air panas sedangkan teh seduh adalah teh yang dibuat dengan mencampurkan teh langsung kedalam air panas dan disaring berbentuk remah-remahan daun teh. Berdasarkan tabel di atas maka disimpulkan bahwa responden yang mengkonsumsi teh seduh lebih banyak

dengan jumlah 67 orang responden dengan presentase (90.67%), sedangkan responden yang mengkonsumsi teh celup lebih sedikit dengan jumlah 8 orang responden dengan presentase (9.33%). Reposnden paling banyak mengkonsumsi teh seduh dikarenakan teh seduh memiliki rasa teh yang asli kuat daripada teh celup.

2. Konsumsi/ hari

Tabel 5.6 Konsumsi Teh/ hari

Konsumsi/ hari	Jumlah	Prenstase (%)
1 kali/hari	12	16
2 kali/hari	31	41.34
3 kali/hari	29	38.67
>3	3	4
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang lebih banyak mengkonsumsi teh yaitu 2 kali/hari dibuktikan dengan hasil perhitungan tabel di atas dengan jumlah 31, dengan nilai presntase (41,34%), responden yang mengkonsumsi 1 kali/hari sebanyak 12, responden yang mengkonsumsi 3 kali/hari sebanyak 29 orang

sedangkan responden yang mengkonsumsi teh lebih dari 3 kali/hari sebanyak 3 orang. Konsumsi terbanyak adalah 2 kali/ hari pada waktu akan memulai akriivitas pada pagi hari dan pada sore atau malam setelah melakukan aktivitas responden.

2.1 Konsumsi / hari Teh Celup

Tabel 5.7 Konsumsi/ hari teh celup

Konsumsi/ hari teh celup	Jumlah	Prenstase (%)
1 kali/hari	2	25
2 kali/hari	2	25
3 kali/hari	4	50
>3	0	0
Total	8	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa konsumsi per hari teh celup yang paling banyak adalah 3 kali sehari dengan jumlah 4 responden dengan presentase (50%) yang mengkonsumsi teh celup, responden mengkonsumsi 3 kali/ hari di karenakan teh celup sangat praktis atau ringan sehingga proses pembuatanya lebih

singkat dan lebih praktis setiap saat akan mengonsumsi, responden tidak banyak memakan waktu dalam pembuaatan teh sedangkan untuk konsumsi 2 kali dan 1 kali per hari sama dengan jumlah responden sebanyak 2 orang dengan presentase yang sama (25%).

2.2 Konsumsi / hari Teh Seduh

Tabel 5.8 Konsumsi/ hari teh seduh

konsumsi/ hari Teh Tubruk	Jumlah	Prenstase (%)
1 kali/hari	10	14.93
2 kali/hari	29	43
3 kali/hari	25	37
>3	3	4.48
Total	67	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa konsumsi teh tubruk per hari paling banyak yang mengkonsumsi 2 kali perhari dengan jumlah 29 responden dengan presentase (43%), responden mengkonsumsi 2 kali/ hari lebih mengutamakan waktu yaitu sebelum memulai aktivitas dan sesudah melakukan aktivitas, yang menjadi kebiasaan

pengonsumsian 2 kali/ hari, untuk konsumsi 3 kali perhari sebanyak 25 responden dengan presentase (37%) sedangkan unruk konsumsi teh tubruk 1 kali per hari sebanyak 10 orang dengan presentase (14.93%) untuk konsumsi di atas 3 kali perhari sebanyak 3 responden dengan presentase (4.48%).

Waktu mengkonsumsi

Tabel 5.9 Waktu Mengkonsumsi

Waktu mengkonsumsi	Jumlah	Presentase (%)
Pagi	43	57.33
Siang	3	4
Sore	10	13.33
Malam	10	13.33
Lainnya	9	12
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa waktu yang tepat responden dalam mengkonsumsi minuman teh lebih banyak pada waktu pagi hari dengan jumlah responden sebanyak 43 orang dengan presentase (57.33%), karena dalam mengkonsumsi teh pada pagi hari akan memberikan rasa menyegarkan tubuh dan pada saat itu pengonsumsi teh untuk memulai aktivitas yang akan dilakukan responden. Dan

untuk waktu siang hari sebanyak 3 responden dengan presentase (4%), pada sore hari sebanyak 10 responden dengan presentase (13.33%), pada waktu malam hari sebanyak 10 responden dengan presentase (13.33%), sedangkan untuk lainnya yang maksudnya tidak pasti waktu pengkonsumsiannya bisa kapan saja sebanyak 9 repositden deng presentase (12%) responden.

3.1 Waktu Mengkonsumsi Teh Celup

Tabel 5.10 Waktu Mengkonsumsi Teh Celup

Waktu Mengkonsumsi Teh Celup	Jumlah	Presentase (%)
Pagi	7	87.50
Siang	0	0
Sore	1	12.50
Malam	0	0
Lainnya	0	0
Total	8	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa waktu pengkonsumsian teh celup paling banyak yaitu pada waktu pagi hari dengan jumlah 7 responden dengan presentase (87.5%) pengonsumsian pada pagi hari dirasa oleh responden adalah waktu yang tepat karena untuk memulai aktivitas

responden, kemudian sore hari dengan jumlah 1 responden dengan presentase (12.5%) untuk waktu siang, malam dan lainnya tidak ada responden yang mengkonsumsi teh celup pada waktu tersebut.

3.2 Waktu Mengkonsumsi Teh Seduh

Tabel 5.11 Waktu Mengkonsumsi Teh Seduh

Waktu Mengkonsumsi Teh Seduh	Jumlah	Presentase (%)
Pagi	36	53.73
Siang	3	4.48
Sore	9	13.43
Malam	10	14.93
Lainnya	9	13.43
Total	67	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa waktu pengkonsumsian teh seduh yang paling banyak yaitu pada waktu pagi hari dengan jumlah responden 36 dengan presentase (53.73%) karena pengonsumsian pada pagi hari dapat

menyegarkan tubuh responden dan saat pagi hari adalah waktu yang tepat karena reponden akan memulai aktivitasnya, selanjutnya untuk waktu malam dengan responden 10 dengan presentase (14.93%) saat malam hari responden mengkonsumsi teh untuk sekedar

mengisi waktu luang biasanya dengan keluarga atau kerabat, waktu sore berjumlah 9 responden dengan presentase (13.43%), waktu siang sebanyak 9 responden dengan

presentase (13.43%), sedangkan untuk waktu pengkonsumsian lainnya sebanyak 9 responden dengan presentase (13.43%)

4. Pertimbangan Memilih Produk

Tabel 5.12 Pertimbangan Memilih Produk

Pertimbang memilih produk	Jumlah	Presentase (%)
Rasa	59	78.67
Harga	12	16
Merek	4	5.33
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa responden yang mengkonsumsi teh lebih memilih berdasarkan rasa dari produk teh yang ingin dikonsumsi. Dapat di butikan dari jumlah ditabel responden yang memilih rasa sebanyak 59 orang responden dengan presentase (78.67%), yang dimaksud rasa diatas seperti produk teh ada beberapa varian rasa seperti rasa alami teh, melati dan sebagainya. Responden menekan rasa karena rasa yang mempengaruhi responden dalam memilih produk teh

Sedangkan harga untuk produk teh sangat beragam, dilihat dari jenis teh seduh atau teh celup. Harga sangat bervariasi harga teh tubruk lebih mahal ketimbang harga teh celup. Sebanyak 12 responden memilih harga karena harga mempengaruhi responden, bila harganya mahal tapi kualitasnya buruk,

responden memilih harga murah tapi kualitas baik. Dalam hal ini harga juga menentukan responden dalam mempertimbangkan produk teh yang akan dikonsumsi.

Sedangkan untuk merek dapat disimpulkan bahwa responden yang mengkonsumsi teh memilih merek sebanyak 4 orang responden, merek disini dipilih responden tidak lepas dari rasa dan harga produk teh tersebut, merek menentukan responden dalam memilih dan mempertimbangkan produk teh yang akan dikonsumsi. Merek produk teh yang banyak dikonsumsi pada saat dilakukan penelitian di Kecamatan Wonosari seperti merek produk teh yang telah lama beredar di daerah responden seperti Teh Jawa, Teh Pecut, Teh Poci, Teh Sariwangi, Teh Sedel dan sebagainya.

5. Tujuan Mengonsumsi

Tabel 5.13 Tujuan mengonsumsi

Tujuan mengonsumsi	Jumlah	Presentase (%)
Pengaruh lingkungan	5	6.67
Kesegaran	28	37.33
Kebiasaan rutin	41	54.67
Kesehatan	1	1.33
Total	75	100

Sumber ; Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan mengkonsumsi teh yang paling banyak ialah kebiasaan rutin dengan jumlah responden sebanyak 41 responden dengan presentase (54.67%), dan untuk yang kesegaran dalam pengonsumsiannya sebanyak 28 responden dengan presentase (37.33%), untuk pengaruh lingkungan sebanyak 5 responden dengan presentase (6.67%), sedangkan lainnya sebanyak 1 responden dengan presentase (1.33%).

Tujuan responden menurut pengaruh lingkungan yang dimaksud konsumsi teh di pengaruhi lingkungan tempat tinggal responden. Pengaruh lingkungan juga bisa berdampak pada tingkat pengonsumsiannya produk teh di daerah tersebut. Kebanyakan daerah tempat tinggal responden mengkonsumsi teh sebagai minuman substitusi selain air putih.

Sedangkan kesegaran yang dimaksud adalah meminum teh di anngap responden dapat

menambah kesegaran pada saat mengkonsumsinya. Pengonsumsiannya menurut kesegaran dilakukan responden pada pagi hari karena saat akan melakukan aktivitas meminum teh di yakini dapat menambah kesegaran pada tubuh. Selain itu pada waktu aiang, sore, malam setelah melakukan aktivitas.

Kebiasaan rutin mengkonsumsi teh memang telah mengakar karena pola yang telah megakar. Kebiasaan pengonsumsiannya teh dengan presentase tinggi dalam penelitian ini. Kebiasaan mengkonsumsi teh pada responden menjadikan kapan waktu yang tepat saat akan mengkonsumsi teh, sedangkan tujuan mengkonsumsi teh dengan presentase rendah yaitu untuk kesehatan yang diyakini dapat menurunkan berat badan dan mempercepat detak jantung

6. Sumber Informasi

Tabel 5.14 Sumber Infomasi

Sumber informasi	Jumlah	Presentase (%)
TV	19	25.33
Radio	4	5.33
Papan iklan	7	9.33
Surat kabar	4	5.33
Orang ke orang	41	54.67
Total	75	100

Sumber :Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa sumber informai untuk mendapatkan produk teh lebih banyak yaitu lainnya yang dimaksud lainnya adalah infomasi dari orang, atau dari satu orang ke orang lainnya dalam sumber infomasi

mendapatkan suatu produk teh tersebut, Informasi tersebut diperoleh dari satu orang yang telah mengkonsumsi teh dan di rasa cocok secara rasa, aroma dan harga akan memberitahukan ke oranglain untuk mengkonsumsi teh tersebut. Sumber infomasi

orang ke orang sebanyak 41 responden dengan presentase (54.675). kemudian untuk informasi dari TV leat iklan suatu produk teh sebanyak 19 responden dengan presentase (25.33%), sumber informasi dari radio di dengarkan responden yang sering mendengarkan ilan di radio sebanyak 4 reosnden dengan presentase (5.33%), untuk papan iklan yang di lihat oleh responden

berbentuk baliho di suatu tempat iklan sebanyak 7 responden dengan presentase (9.33%), sedangkan untuk sumber informasi dari surat kabar yang di baca oleh responden yang sering membaca koran, majalah dan sebagainya yang menyangkut iklan produk teh sebanyak 4 reponden dengan presentase (5.33%).

7. Tindakan Anda Jika Produk Habis

Tabel 5.15 Tindakan Anda Jika Produk Habis

Tindakan jika produk habis	Jumlah	Precentage (%)
Mencari produk sejenis ditempat lain	29	38.67
Mencari merek lain	42	56
Tidak membeli	4	5.33
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian produk yaitu berupa tindakan jika persediaan produk habis yang lebih banyak adalah mencari merek teh lain sebanyak 42 responden dengan presentase (56%), kemudian dalam mencari produk sejenis ditempat lain karena responden sudah sangat loyalitas terhadap produk yang telah merak

konsumsi sehingga mecari produk sejenis di tempat yang berbeda dengan total sebanyak 29 responden dengan precentage (38.67), sedangkan untuk tindakan jika produk habis yaitu tidak membeli karena responden bukan penggemar teh atau kurang loyalitas terhadap teh, sebanyak 4 responden dengan presentase (5.33%).

8. Waktu Yang Tepat Untuk Membeli Produk

Tabel 5.16 Waktu Yang Tepat untuk Membeli Produk

Waktu yang tepat untuk membeli	Jumlah	Presentase(%)
Persediaan akan habis	23	30.67
Persediaan telah habis	42	56
Saat ingin mengkonsumsi	10	13.33
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa situasi yang tepat untuk membeli produk teh yang lebih banyak adalah saat persediaan telah habis, responden yang membeli produk teh sangat fanatic terhadap pengonsumsi teh dimana saat persediaan telah habis respon segera membeli teh di warung atau toko dekat rumah responden, dengan total sebanyak 42 responden dengan presentase (56%), responden yang membeli produk teh saat persediaan akan habis merupakan pengonsumsi berat teh karena

kefanatiknya dan loyalitasnya terhadap teh, membeli produk sebelum stok dirumah habis sebanyak 23 responden dengan presentase (30.67%), sedangkan situasi saat ingin mengkonsumsi sebanyak 10 responden dengan presentase (13.33%), responden hanya ingin meminum atau mengkonsumsi teh karena hanya ingin saja atau hanya sebagai minuman substitusi pengganti minuman lainnya, responden ini kurang loyalitas terhadap produk teh.

9. Kepuasan Dalam Mengonsumsi Teh

Tabel 5.17 Kepuasan dalam mengonsumsi teh

Kepuasan mengonsumsi	Jumlah	Presentase (%)
SPuas	65	86.67
Tdak puas	10	13.33
Total	75	100

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan mengonsumsi teh yang paling banyak adalah responden merasa puas dalam mengonsumsi teh karena produk teh yang dikonsumsi memiliki rasa, aroma dan harga yang cocok atau sesuai dengan yang diinginkan responden, dengan jumlah responden 65 responden presentase (86,67%) dan untuk yang tidak puas berjumlah di karenakan kurang puas terhadap rasa, aroma dan harga atau bukan penikmat teh berjumlah 10 responden dengan presentase (13,33%). Kepuasan mengonsumsi teh berupa rasa, harga, merek, aroma teh tersebut.

Pembahasan

Kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi teh di daerah Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunungkidul adalah berdasarkan jenis teh yaitu teh seduh karena teh seduh memiliki rasa, aroma yang lebih kuat dan alami di bandingkan dengan teh celup yang kurang di minati di Kecamatan Wonosari.

Untuk tujuan masyarakat dalam mengonsumsi teh di Kecamatan Wonosari dapat di ambil kesimpulan responden yang mengonsumsi teh berdasarkan tujuan konsumsinya adalah soal kebiasaan rutin masyarakat dalam mengonsumsi teh telah megakar sejak dahulu, kemudian untuk dan pengaruh lingkungan di karenakan teh merupakan produk minuman yang sering dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat sekitar responden. Sedangkan untuk kesehatan di karenakan teh dapat membantu menjaga kesehatan responden, misalnya dapat membantu mengurangi berat badan dan untuk mempercepat detak jantung.

Sedangkan untuk waktu mengonsumsi responden memilih waktu lebih banyak pada pagi hari karena untuk menyegarkan tubuh dan pagi hari adalah waktu responden untuk melakukan aktivitas kesehariannya, untuk waktu siang sore dan malam responden mengonsumsi sebagai minuman pengganti selain air putih atau setelah melakukan aktivitas responden.

Dari sumber informasi yang sering diterima responden atau masyarakat adalah informasi dari pihak satu ke pihak lainnya. Dari satu orang ke orang lainnya menjadikan pertimbangan dalam memilih produk yang akan di konsumsi responden dilihat rasa, harga, produk teh yang dicari responden adalah teh yang mempunyai rasa enak.

Tindakan yang diambil jika produk habis, responden kebanyakan mencari produk teh dengan merek lain dibandingkan mencari produk sejenis ditempat berbeda dengan harga murah, sedangkan untuk situasi yang tepat untuk membeli, kebanyakan responden membeli jika produk habis dibandingkan dengan membeli saat persediaan akan habis. Kebanyakan responden merasa puas dalam mengkonsumsi teh dengan atribut produk teh berupa rasa, harga, merek, aroma, warna.

KESIMPULAN

1. Perilaku konsumsi teh sebagai berikut:
 - a. Jenis teh yang paling banyak di konsumsi adalah teh seduh.
 - b. Frekuensi pengonsumsian teh paling banyak 2 kali/ hari.
 - c. Waktu pengonsumsian teh paling banyak adalah pagi hari.
 - d. Pertimbangan memilih produk paling banyak adalah rasa, kemudian harga dan merek.
 - e. Tujuan pengonsumsian teh paling berpengaruh adalah kebiasaan rutin.
 - f. Sumber informasi dalam mendapatkan produk paling banyak adalah dari orang ke orang, di bandingkan iklan TV, radio dan surat kabar.
 - g. Tindakan jika produk habis paling banyak adalah mencari teh dengan merek lain.
 - h. Waktu yang tepat untuk pembelian produk paling di pilih responden adalah ketika persediaan telah telah habis.
 - i. Kepuasan dalam mengkonsumsi teh, responden merasa puas terhadap atribut teh berupa rasa, harga dan aroma teh.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2018. *Konsumsi The Orang Indonesia Masih Rendah*.
<http://republika.co.id/nasional/konsumsi-teh-orang-Indonesia-masihrendah>. Di akses pada tanggal 15 September 2018 pukul 18.00 WIB.
- Anwar, Hojjatul, 2012. *Perilaku Konsumsi Teh di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, DIY*. Skripsi S1 Fakultas Pertanian Stiper Yogyakarta.
- Asosiasi Teh Indonesia (ATI), 2000. *Reformasi Sistem Pemasaran Teh untuk Kelestarian Industri Teh Indonesia*. Asosiasi Teh Indonesia.
- Badan Pusat Statistik, 2015. <http://gunungkidul.kab.bps.go.id/pdfpublikasi/Statistik-Daerah-Kabupaten-Gunungkidul-2015>. Di akses pada tanggal 03 Mei 2017 pukul 13.00 WIB.
- Dewi, Dian Paramita, 2010. *Analisis Tipe Perilaku Konsumen dalam Membeli Teh di Pasar Tradisional di Kabupaten Wonogiri*. Skripsi S1 Fakultas Sebelas Maret .Surakarta.
- Direktorat Jendral Perkebunan, 2015. <http://ditjenbun.deptan.go.id>. Di akses pada tanggal 03 Mei 2017 pukul 13.00 WIB.
- Febriyanti, D. 2006. *Sikap dan Minat Konsumen Swalayan Terhadap Produk Teh di Surakarta*. Skripsi S1 Fakultas Pertanian UNS. Surakarta.
- International Tea Committee (ITC), 2003. *Annual Bulletin of Statistic 2003*. International Trade Center.
- Nasution, Ginda Mora, 2011. *Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan gula pasir di Kabupaten Bantul*, Skripsi S1 Fakultas Pertanian STIPER Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesebelas. PT Indeks kelompok Gramedia. Jakarta.

Setiadi. Nugroho, 2003. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Kharisma Putra Utama Kencana. Jakarta.

Spillane, James, 1992. *Komoditi Teh*. Kanisius, Yogyakarta.

Thomas, S. 2007. *Minum Teh dan Khasiatnya Bagi Kesehatan*.
<http://www.sinarharapan.co.id/>. Di akses pada tanggal 01 maret 2017.