

KINERJA ATRIBUT KUALITAS BUAH LOKAL

ATTRIBUTE QUALITY PERFORMACE OF LOCAL FRUIT

Agriani Hermita Sadeli*, Hesty Nurul Utami

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jalan Ir. Soekarno km. 21, Jatinangor, Indonesia.

*E-mail: agriani.hermita@unpad.ac.id
(Diterima 20-02-2022; Disetujui 11-04-2022)

ABSTRAK

Penawaran buah di Indonesia dipenuhi dari impor dan lokal. Impor buah dari tahun 2015 sampai dengan 2020 mengalami peningkatan. Hal tersebut menjadi ancaman bagi pelaku agribisnis lokal. Oleh karena itu, perlu untuk dilakukan penelitian mengenai kualitas buah lokal agar menjadi masukan kepada para pelaku agribisnis untuk meningkatkan daya saingnya. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik survey. Data didapatkan dari hasil pengisian kuesioner dari 100 responden yang ditemui di pasar tradisional dan pasar modern yang tersebar di Jakarta. Data diolah menggunakan *Importance-Performance Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesegaran merupakan atribut kualitas yang terpenting dan rasa merupakan atribut dengan tingkat kinerja yang tertinggi. Strategi perlu diterapkan dengan mempertahankan kualitas rasa, kesegaran dan vitamin, serta meningkatkan atribut penampilan dan keamanan pangan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan dari mulai budidaya, panen dan pasca panen agar keamanan pangan dan penampilan buah lokal meningkat dan terjaga dengan baik. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan dengan meneliti kepuasan konsumen terhadap buah lokal.

Kata kunci: kualitas, buah lokal, *importance-performance analysis*

ABSTRACT

Fruit supply in Indonesia comet from imports and locally. The number of fruit import increased from 2015 to 2020. Its a threat to local fruit agribusiness actors. Therefore, it is necessary to conduct research on the quality of local fruit so that it becomes input for agribusiness actors to increase their competitiveness. This research method is quantitative with survey technique. Data were obtained from the results of filling out questionnaires from 100 respondents who were found in traditional markets and modern markets in Jakarta. Data were processed using Importance-Performance Analysis. The results represent reshness is the most important quality attribute and taste is the attribute with the highest level of performance. Strategies need to be implemented by maintaining the quality of taste, freshness and vitamins, as well as improving appearance attributes and food safety. This can be done by making improvements starting from cultivation, harvesting and post-harvest so that food safety and the appearance of local fruit are imporved and maintained. Further research needs to be done by examining consumer satisfaction with local fruit.

Keywords: quality, local fruit, importance-performance analysis

PENDAHULUAN

Buah merupakan salah satu penyumbang gizi yang penting terutama dalam masa pandemi. Kualitas buah yang

sesuai dengan keinginan konsumen sebaiknya dapat dipenuhi oleh produsen. Oleh karena itu, produsen perlu untuk mengetahui kinerja dari atribut buah

lokal, sehingga akan menjadi bahan pertimbangan dalam memproduksi buah.

Penawaran buah di Indonesia dipenuhi dari dalam dan luar negeri. Jumlah buah impor di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1. Impor buah mengalami peningkatan dari 2015 sampai dengan 2020 (Badan Pusat Statistik, 2022).

Tabel 1. Impor Buah Tahun 2015 sampai dengan 2020

Tahun	Berat bersih (000 kg)
2015	435 004,1
2016	480 528,8
2017	663 810,7
2018	662 753,2
2019	724 131,1
2020	638 556,3

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Peningkatan impor buah ini merupakan ancaman terhadap keberadaan buah lokal. Hal ini berdampak terhadap posisi persaingan petani buah lokal, karena dengan meningkatnya impor buah, maka persaingan antara buah lokal dan buah impor akan meningkat pula. Persaingan ini dapat dimenangkan oleh produsen buah lokal jika dapat memenuhi atribut kualitas yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan lebih memilih membeli buah lokal.

Kualitas merupakan kombinasi atribut atau karakteristik yang menentukan nilai produk di mata konsumen (Kader, 2002). Kualitas dapat dinilai konsumen baik saat melakukan

pembelian, saat mengkonsumsi, dan setelah mengkonsumsi buah. Atribut kualitas buah berupa factor yang berikaitan dengan parameter penampilan, tekstural, rasa dan nutrisi (Kader, 2002). Faktor kualitas penampilan dapat termasuk ukuran, bentuk, warna, permukaan yang halus dan bebas dari cacat dan busuk. Faktor kualitas tekstural merupakan kualitas yang penting untuk konsumsi seperti kesegaran dan kemampuan daya tahan dalam pengiriman (Kader, 2002; Rozan, Stenger, & Willinger, 2004). Faktor kualitas rasa meliputi kualitas yang berhubungan dengan selera dan aroma (Kader, 2002).

Tuntutan kualitas ini merupakan tantangan bagi petani untuk memenuhi kebutuhan pasar (Mukti, Rasmikayati, Andriani, Kusumo, & Fatimah, 2018). Evaluasi kualitas dari sudut pandang konsumen akan menjadi masukan dalam penerapan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan dibutuhkan sehingga perlu untuk dilakukan penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap buah lokal agar produsen dan pelaku agribisnis mengetahui atribut kualitas seperti apa yang diinginkan oleh

konsumen sehingga dapat memberikan kinerja yang baik kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survey yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Responden penelitian ini adalah 100 konsumen yang mengkonsumsi dan membeli buah. Pengambilan data menggunakan *convenience sampling* dan dilakukan di pasar tradisional (pasar induk dan kios buah) dan pasar modern (supermarket dan toko khusus buah) yang tersebar di kota Jakarta, sebagai kota sentra konsumen terbesar di Indonesia.

Kuesioner digunakan dengan pertanyaan mengenai dua hal. Pertama, pertanyaan mengenai karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, jumlah tanggungan, pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan usia responden.

Kedua, pertanyaan mengenai tingkat kepentingan dan kinerja buah lokal dengan variable penelitian berupa penampilan, tekstural, rasa dan nutrisi (Kader, 2002; Oude Ophuis & Van Trijp, 1995; Rozan et al., 2004) pada Tabel 2 jawaban menggunakan skala likert.

Tabel 2. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Penampilan	Kemulusan Warna Ukuran
Tekstural	Kesegaran Tekstur Daya tahan
Rasa	Rasa Aroma
Nutrisi	Keamanan Pangan Vitamin

Sumber: Kader, 2002; Oude Ophuis & Van Trijp, 1995; Rozan et al., 2004

Importance Performance analysis adalah teknik yang berfungsi untuk mengevaluasi elemen dari program pemasaran (Martilla, And, & James, 1977). Teknik ini digunakan untuk menganalisis dan menilai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut buah lokal. Untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk buah lokal digunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Skala likert untuk tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak penting
- 2 = tidak penting
- 3 = netral
- 4 = penting
- 5 = sangat penting

Skala likert untuk tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut,

- 1 = sangat buruk
- 2 = buruk

- 3 = netral
- 4 = baik
- 5 = sangat baik

Penentuan skor rata-rata kepentingan dan kinerja konsumen terhadap kualitas atribut produk menggunakan rumus sebagai berikut (Supranto, 2006):

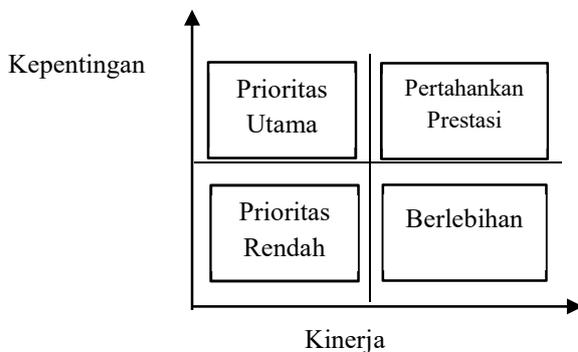
$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Rumus untuk memetakan dalam diagram kartesius *importance performance analysis* sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

- K = banyaknya atribut produk
- X = skor rata – rata setiap atribut i
- Y = skor rata – rata setiap atribut i
- n = total responden

Diagram kartesius *Importance-Performance Analysis* terbagi empat bagian kuadran berdasarkan nilai kepentingan dan kinerja, dapat terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Matriks *Important-Performance Analysis*

Matriks *Importance-Performance Analysis* ini yang terbagi menjadi empat kuadran, yaitu:

1. Prioritas utama pada kuadran I yang merupakan wilayah dengan atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi, namun harapan konsumen belum tercapai. Atribut yang berada pada wilayah ini kinerjanya perlu untuk ditingkatkan.
2. Pertahankan prestasi pada kuadran II merupakan wilayah dengan atribut-atribut dengan tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif tinggi, Atribut dalam wilayah ini merupakan atribut yang harus dipertahankan karena merupakan keunggulan dari sudut pandang konsumen.
3. Prioritas rendah pada kuadran III merupakan wilayah yang memuat atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif rendah. Konsumen merasakan manfaat yang kecil dari atribut ini.
4. Berlebihan pada kuadran IV merupakan wilayah yang berisi atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang relatif rendah dengan tingkat kinerja yang berlebihan. Pengeluaran biaya yang dipakai untuk atribut ini dapat ditekan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Responden yang mengonsumsi dan membeli buah lokal memiliki karakteristik pada Tabel 3. Mayoritas jenis kelamin responden adalah perempuan yaitu sebesar 72 persen. Perempuan memiliki kekuatan dalam berbelanja serta pengambil keputusan dalam pemilihan pangan dan pembelian pangan karena bertanggung jawab dalam mempersiapkan dan pemenuhan kebutuhan pangan (Surendran et al., 2020), termasuk dalam pemenuhan kebutuhan akan buah-buahan untuk memenuhi gizi keluarganya.

Jumlah tanggungan yang di bawah sama dengan empat orang dan yang di atas empat orang hampir sama, masing-masing 46 dan 51 persen. Jumlah tanggungan ini akan berpengaruh terhadap jumlah buah yang dibeli. Jumlah tanggungan yang lebih banyak akan berdampak kepada peningkatan kebutuhan (Meitasari, Mutisari, & Widyawati, 2020).

Pekerjaan responden paling banyak merupakan pegawai swasta dengan pendapatan di atas 2 juta. Jenis pekerjaan ini akan mempengaruhi pendapatan seseorang. Semakin tinggi pendapatan maka akan memengaruhi daya beli

(Novandari, 2011) untuk melakukan pembelian pangan, termasuk buah.

Mayoritas pendidikan responden diatas S1 sebesar 62 persen. Dengan semakin meningkatnya pendidikan maka kesadaran dan pengetahuan akan pangan yang diperlukan tubuh akan semakin tinggi (Zepeda & Deal, 2009).

Usia responden tersebar mulai dari 19 tahun sampai dengan 60 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa buah merupakan kebutuhan yang dibutuhkan oleh berbagai umur untuk memenuhi gizinya.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	n	%
Laki-laki	28	28
Perempuan	72	72
Jumlah tanggungan		
= < 4	49	49
> 4	51	51
Pekerjaan		
Karyawan Swasta	41	41
Wiraswasta	10	10
PNS	19	19
Ibu Rumah Tangga	17	17
Pelajar	4	4
Belum bekerja	1	1
Lainnya	8	8
Pendapatan		
Tidak bersedia mengisi	12	2
< 1 juta	3	3
1 - 2 juta	29	29
2 juta - 5 juta	41	41
5 juta ke atas	15	15
Pendidikan		
SD	1	1
SMP	1	1
SMU	26	26
Diploma	10	10
S1	59	59
S2	2	2
S3	1	1
Usia		
19-25	30	30
26-35	23	23
36-45	20	20
46-60	27	27

Importance-Performance Analysis

Importance-Performance Analysis digunakan untuk mengevaluasi dan mengetahui posisi dari masing-masing atribut kualitas buah. Responden menilai tingkat kinerja dan kepentingan dari buah lokal, dapat dilihat pada Tabel 4.

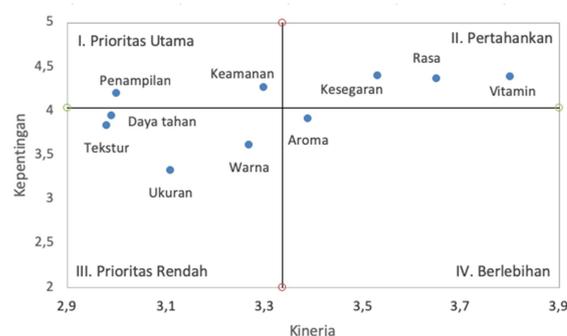
Tabel 4. Tingkat Kinerja dan Kepentingan Buah Lokal

Atribut	Kinerja	Kepentingan
Kemulusan	3,00	4,20
Warna	3,27	3,61
Ukuran	3,11	3,32
Kesegaran	3,53	4,40
Tekstur	2,98	3,83
Daya tahan	2,99	3,94
Rasa	3,65	4,36
Aroma	3,39	3,91
Keamanan Pangan	3,30	4,27
Vitamin	3,80	4,39
Rata-rata	3,30	4,02

Tingkat kepentingan tertinggi adalah pada atribut kualitas kesegaran dengan nilai 4,40. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen paling memperhatikan kesegaran ketika melakukan pembelian atau konsumsi buah. Setelah itu, diikuti oleh atribut vitamin dan rasa, dan keamanan pangan dengan nilai masing-masing 4,39; 4,36; dan 4,27. Sedangkan nilai tingkat kepentingan terendah adalah ukuran. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih menekankan kepada faktor kualitas tekstural, rasa dan nutrisi dibandingkan penampilan.

Berdasarkan tingkat kinerja, urutan nilai tertinggi adalah vitamin dengan nilai

3,80. Diikuti oleh rasa, dan kesegaran dengan nilai masing-masing adalah 3,65 dan 3,53. Sedangkan nilai tingkat kinerja terendah adalah warna. Hal ini memperlihatkan bahwa responden menilai tingkat kinerja yang baik adalah faktor kualitas nutrisi, rasa dan tekstural, sedangkan kinerja yang rendah adalah penampilan.



Gambar 2. Importance-Performance Analysis Buah Lokal.

1. Prioritas Utama (Kuadran I)

Pada kuadran I terdapat atribut kemulusan dan keamanan pangan yang menjadi prioritas utama. Hal ini menunjukkan bahwa kedua atribut ini merupakan atribut yang relatif penting bagi konsumen, tetapi di sisi lain konsumen menilai bahwa atribut ini masih belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga memiliki penilaian yang relatif rendah dari segi kinerja.

Atribut kemulusan harus ditingkatkan kinerjanya agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Penampilan buah lokal dapat

ditingkatkan dengan menjaga buah dari kecacatan dan kerusakan selama proses panen dan pasca panen. Perlakuan yang tepat pada komoditas tertentu diperlukan, contohnya seperti penanganan penyimpanan dengan suhu yang tepat.

Selain itu, untuk meningkatkan keamanan pangan, produsen dapat melakukan budidaya dengan mengurangi pencemaran dari zat yang membahayakan, contohnya dengan pengurangan penggunaan pestisida kimia. Keamanan pangan dapat ditingkatkan dengan mengikuti prosedur yang mendukung kepada sistem penjaminan mutu dan keamanan pangan. Dengan penerapan prosedur seperti *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP) dapat membantu untuk meningkatkan keamanan pangan (Kafetzopoulos, Psomas, & Kafetzopoulos, 2013)

2. Pertahankan Prestasi (Kuadran II)

Pada kuadran II terdapat atribut kesegaran, rasa dan kandungan vitamin yang harus dipertahankan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan relatif tinggi dan didukung oleh tingginya kinerja yang dirasakan oleh konsumen. Atribut ini dianggap sebagai keunggulan dari buah lokal sehingga harus

dipertahankan karena merupakan faktor penunjang dalam penilaian kinerja konsumen.

Rasa dan kesegaran dapat dipertahankan dengan menjaga penanganan pasca panen dengan baik mulai dari penyimpanan, pengiriman sehingga buah sampai ke konsumen akhir dengan keadaan masih segar dengan tidak mengurangi rasa dari buah. Kandungan vitamin dapat dipertahankan dengan membudidayakan komoditas yang memiliki kandungan vitamin tinggi.

3. Prioritas Rendah (Kuadran III)

Pada kuadran III terdapat atribut tekstur, daya tahan, ukuran dan warna sebagai atribut dengan prioritas rendah. Hal ini menunjukkan bahwa keempat atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah di mata konsumen. Atribut pada kuadran ini memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

4. Berlebihan (Kuadran IV)

Pada kuadran IV terdapat hanya satu atribut yaitu atribut aroma yang berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan dari atribut aroma

relatif rendah tetapi konsumen merasakan kepuasan yang relatif tinggi.

Berdasarkan hasil dari matriks *Importance-Performance Analysis* kinerja dari beberapa atribut perlu dipertahankan dan ditingkatkan terutama penampilan dan keamanan pangan harus ditingkatkan. Dengan perbaikan kinerja atribut dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Harimurti, Sadeli, Utami, & Mukti, 2017) dan daya saing (Utami, Daryanto, & Rujito, 2014).

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaku agribisnis lokal baik petani maupun pedagang perlu untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan menyesuaikan terhadap pandangan konsumen mengenai kualitas buah lokal. Hal ini perlu dilakukan untuk memenangkan persaingan dengan buah impor. Prioritas utama yang harus dilakukan adalah meningkatkan kemulusan buah dan keamanan pangan dari buah lokal. Selain itu, perlu untuk mempertahankan kesegaran, rasa dan kandungan vitamin dari buah lokal. Sebaiknya pelaku agribisnis dapat memperbaiki proses dari mulai budidaya, panen, pasca panen serta pemasaran agar dapat meningkatkan keamanan pangan dan kemulusan buah.

Untuk penelitian lebih lanjut sebaiknya peneliti tidak hanya melihat kinerja dari buah lokal, namun menambahkan faktor mengenai kepuasan terhadap kualitas buah lokal dan dibandingkan dengan impor sehingga mengetahui kesenjangan antara kedua buah dari sumber yang berbeda. Konsumen yang memiliki kepuasan yang tinggi terhadap buah lokal diharapkan akan melakukan pembelian ulang dan lebih memilih buah lokal untuk memenuhi kebutuhan gizi akan buah dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Harimurti, A. C., Sadeli, A. H., Utami, H. N., & Mukti, G. W. (2017). Strategi Peningkatan Kinerja Atribut Produk Sayuran Melalui Pemasaran Online Dalam Upaya Meraih Kepuasan Konsumen. *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 1(2), 47–63.
- Kader, A. A. (2002). Quality Parameter of Fresh-cut Fruit and Vegetable Products. In O. Lamikanra (Ed.), *Fresh-cut Fruits and Vegetables* (pp. 11–20). Boca Raton, Florida: CRC Prss LLC.
- Kafetzopoulos, D. P., Psomas, E. L., & Kafetzopoulos, P. D. (2013). Measuring the effectiveness of the HACCP Food Safety Management System. *Food Control*, 33(2), 505–513.
<https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.03.044>
- Martilla, J. A., And, & James, J. C. (1977). Importance-Per Analysis.

- The Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.
- Meitasari, D., Mutisari, R., & Widyawati, W. (2020). Pengaruh Sosio-Demografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura Pada Online Market. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(4), 959–972.
- Mukti, G. W., Rasmikayati, E., Andriani, R., Kusumo, B., & Fatimah, S. (2018). Perilaku Kewirausahaan Petani Mangga Dalam Sistem Agribisnis Di Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat . *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 4(1), 40–56.
- Novandari, W. (2011). Analisis Motif Pembelian Dan Profil Perilaku "Green Product Customer" (Studi Pada Konsumen Produk Pangan Organik di Purwokerto), 13(1), 17–23.
- Oude Ophuis, P. A. M., & Van Trijp, H. C. M. (1995). Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach. *Food Quality and Preference*, 6(3), 177–183. [https://doi.org/10.1016/0950-3293\(94\)00028-T](https://doi.org/10.1016/0950-3293(94)00028-T)
- Rozaan, A., Stenger, A., & Willinger, M. (2004). Willingness-to-pay for food safety: An experimental investigation of quality certification on bidding behaviour. *European Review of Agricultural Economics*, 31(4), 409–425. <https://doi.org/10.1093/erae/31.4.40>
- 9
- Statistik, B. P. (2022). Impor Buah-buahan Menurut Negara Asal Utama, 2010-2020. Retrieved January 13, 2022, from <https://www.bps.go.id/statictable/2019/02/14/2010/impor-buah-buahan-menurut-negara-asal-utama-2010-2019.html>
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Surendran, S., Selvaraj, K., Turner, C., Addanki, S., Kannuri, N. K., Debbarma, A., ... Walls, H. (2020). Characterising the fruit and vegetable environment of peri-urban Hyderabad, India. *Global Food Security*, 24(September 2019), 100343. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2019.100343>
- Utami, S. W., Daryanto, A., & Rujito, H. (2014). Strategi Peningkatan Daya Saing Tembakau Besuki Na-Oogst Berbasis Perbaikan Kinerja Mutu. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(2), 100–109. <https://doi.org/10.17358/jma.11.2.100-109>
- Zepeda, L., & Deal, D. (2009). Organic and local food consumer behaviour: Alphabet theory. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 697–705. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00814.x>