

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya dunia bisnis saat ini, membuat informasi dan teknologi membawa banyak perubahan yang cukup baik dalam berbagai sisi seperti hortikultura. Sebagian besar warga Indonesia mengandalkan sektor hortikultura sebagai ladang usaha yang cukup menjanjikan karena hasil hortikultura merupakan salah satu kebutuhan yang dikonsumsi setiap harinya. Peranan sektor hortikultura terhadap keberlangsungan sektor-sektor lain juga sangat berperan penting untuk kebutuhan pangan dan industri. Salah satunya adalah perkebunan durian.

Hortikultura merupakan salah satu sektor yang mampu memberikan banyak pendapatan pada pesatnya pembangunan yang ada di Indonesia. Bentuk kontribusi pada sektor pertanian dan perekonomian adalah pemasukan yang cukup penting. Pada sektor pertanian, banyak rumah tangga yang menggantungkan diri pada sumber pendapatan dari sub sektor hortikultura. Salah satu faktor yang menjadi perhatian khusus dan memerlukan dukungan pemerintah untuk bisa meningkatkan produksi bidang hortikultura dan pertanian.

Dalam beberapa tahun terakhir ini, pasar buah-buahan memperlihatkan tren peningkatan yang cukup pesat dalam peredaran produk impor termasuk buah durian. Hal ini dapat menimbulkan persaingan langsung dengan durian lokal, yang sebenarnya memiliki potensi besar dalam berbagai segi, yaitu rasa, aroma, kualitas dan harga. Indonesia merupakan negara dengan varian durian terbesar

selain Thailand dan Malaysia. Durian memiliki berbagai jenis nama yang didasarkan pada wilayah geografis dan dari asal daerahnya. Beberapa ras lokal yaitu durian petruk, durian montong, bawor dan beberapa nama lainnya.

Ciri khas dari durian (*Durio zibethinus Murr.*) yaitu tanaman dari buah tropis yang memiliki rasa, aroma dan tekstur buah durian adalah salah satu buah yang disenangi masyarakat karena rasanya yang unik (Setiawan, 2015). Durian adalah buah tropis yang tumbuh di Asia Tenggara dan beberapa wilayah di Indonesia. Salah satu penyebab dinamakan buah durian adalah karena durian memiliki bentuk yang sedikit bulat lonjong dan memiliki buah yang keras berduri. Durinya cukup runcing dan tajam sehingga dinamakan durian. Walaupun bentuknya runcing dan berduri, namun buah durian memiliki tempat di hati masyarakat karena cukup menarik dengan rasa yang nikmat.

Sesuai asal negara, memiliki 2 jenis yaitu durian lokal dan durian impor. Durian lokal memiliki keunggulan dalam keberagaman varietas dan cita rasa khas yang berbeda-beda di setiap daerah. Beberapa jenis durian lokal unggulan di Indonesia antara lain durian Bawor, durian Petruk, durian Matahari, dan durian montong lokal. Durian lokal biasanya memiliki harga lebih terjangkau dan lebih mudah didapatkan, terutama saat musim panen. Namun, durian lokal sering kali memiliki variasi rasa dan tekstur akibat faktor iklim dan cara budidaya yang berbeda di setiap daerah. Hal ini menyebabkan persepsi konsumen terhadap durian lokal menjadi bervariasi, tergantung pada pengalaman individu dalam mengonsumsinya (Hidayat R., 2023)

Durian impor seperti Musang King dari Malaysia dan Montong dari Thailand dikenal memiliki kualitas lebih seragam karena ditanam dengan metode budidaya modern yang menjaga stabilitas rasa dan tekstur. Durian impor juga sering dianggap memiliki aroma yang lebih kuat, daging buah lebih tebal, serta rasa lebih manis dan legit dibandingkan beberapa jenis durian lokal. Meskipun demikian, durian impor biasanya dibanderol dengan harga lebih tinggi dan tidak selalu tersedia sepanjang tahun.

Durian impor seperti Musang King dari Malaysia dan montong dari Thailand dikenal memiliki kualitas yang seragam hal tersebut karena ditanam durian tersebut dibudidayakan dengan budidaya modern yang membuat stabilitas rasa dan tekstur. Selain itu durian impor juga dikenal memiliki aroma yang lebih kuat, daging buah lebih tebal, serta rasa lebih manis dan legit dibandingkan beberapa durian lokal. Di samping itu durian impor biasanya harganya lebih tinggi dibandingkan durian lokal karena tidak setiap saat durian impor ada di pasaran.

Tingginya permintaan memberikan dampak pada persaingan durian lokal dan impor. Meskipun durian lokal lebih unggul dari segi rasa dan aroma, namun durian impor sering kali dianggap lebih superior baik dari segi kemasan, ukuran dan ketersediaan produk. Persaingan tersebut menjadi tantangan bagi petani, produsen dan distributor untuk lebih meningkatkan kualitas promosi dan pengemasan yang lebih baik lagi untuk dapat menarik minat konsumen.

Kajian dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) bahwa Indonesia mengekspor durian pada Desember 2024 sebanyak 87,2 ton dengan nilai USD 52,6 ribu atau Rp 858,86 juta dengan tujuan Malaysia dan Hong Kong. Sepanjang

2024 ekspor Durian Indonesia mencapai 600 ton dengan nilai USD 1,8 juta atau sekitar Rp 29,39 miliar dengan negara tujuan utama ke Thailand dan Hong Kong. Produksi durian Indonesia mengalami peningkatan, terutama ditunjang banyaknya permintaan dari cina. Salah satu penyebab adalah karena durian di negeri tirai bambu tersebut merupakan buah yang istimewa dan bahan kuliner yang memungkinkan memiliki keunikan. Pada November 2024, impor durian China mengalami peningkatan mencapai 1,53 juta ton senilai USD 6,83 miliar, naik 9,4 persen.

Tingginya ekspor durian akan memberikan dampak baik dengan peningkatan pendapatan Indonesia. Melalui penjualan keluar negeri akan meningkatkan devisa negara yang cukup signifikan bagi negara. Devisa tersebut dapat digunakan sebagai investasi pada sektor lain seperti pendidikan dan infrastruktur. Dengan adanya peningkatan terhadap permintaan durian di kancan pasar internasional maka pendapatan akan lebih stabil dan naik. Hal ini bermanfaat langsung bagi petani karena memberikan keuntungan yang lebih besar. Tingginya ekspor durian dapat membuka peluang kerja dari berbagai sektor seperti transportasi, logistik dan distribusi. Peluang lowongan pekerjaan juga tinggi sehingga mengurangi angka pengangguran dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Banyak faktor yang mempengaruhi tingginya permintaan terhadap durian, di antaranya adalah konsumen. Konsumen merupakan pengguna barang atau jasa di sediakan masyarakat untuk digunakan sendiri, orang lain maupun untuk makhluk hidup lain. Konsumen membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan menggunakan jasa sesuai dengan keperluannya

Sesuai pandangan Kottler (Kottler, 2020), kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan seseorang dalam membandingkan hasil dan harapannya. Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan pada penggunaan produk dan jasa apakah sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Perlunya mengetahui kepentingan konsumen adalah untuk mengkaji durian mana yang lebih unggul dan lebih diminati masyarakat. Agar petani bisa lebih meningkatkan kualitas durian lokal dan bersaing dengan durian impor yang mulai banyak masuk ke Indonesia. Analisa kepuasan konsumen juga dibutuhkan untuk mengetahui faktor apa saja yang perlu ditingkatkan dari durian lokal dan bagaimana strategi pemasaran dan penjualan yang baik agar bisa meningkatkan kualitas durian lokal

Temuan dari kajian (Utami, 2023), mengindikasikan tahapan salah satu tahapan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dimulai saat konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian buah durian. Untuk melakukan pembelian buah durian. Dengan adanya keinginan itu pada seseorang akan memberikan dampak perilaku pemenuhan kebutuhan. Sehingga motivasi atau keinginan untuk membeli adalah proses dikatakan motivasi untuk memberi pengaruh pada diri sendiri untuk membeli kebutuhan.

Wagir adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Malang. Kecamatan Wagir memiliki penduduk yang sebagian besar bekerja sebagai petani sebanyak 65%, pegawai negeri 10%, bekerja di kebun 20%, buruh 5%. Penduduk laki-laki sebanyak 15.000 orang serta perempuan 15.089 orang. Memiliki wilayah cukup

strategis untuk dibangun rumah, pabrik, industri dan pusat perdagangan. Salah satu desa yang memiliki perkebunan durian adalah desa Mendalanwangi. Kawasan wisata Kebun Durian ini cukup luas, sekitar 1.000 meter. Sehingga desa ini memenuhi kualifikasi untuk dijadikan kajian tentang kepuasan konsumen terhadap durian lokal dan impor.

Informasi dari kajian ini diharapkan mampu menjadi acuan strategis baik oleh pelaku usaha, petani maupun pemerintah daerah. Hasil kepuasan konsumen digunakan untuk produsen dan distributor durian lokal dapat menyusun strategi yang lebih baik, dan efektif baik dalam hal kualitas produk, pelayanan, harga serta promosi. Selain itu kajian ini juga relevan untuk perlindungan dan pemberdayaan petani lokal. Untuk meningkatkan daya saing durian lokal produsen harus mampu memenuhi harapan konsumen.

Kajian mengenai kepuasan konsumen terhadap durian lokal dan impor memiliki urgensi yang tinggi, di mana persaingan pasar buah-buahan saat ini semakin ketat terutama ada kesenjangan antara produk impor dan produk lokal. Informasi dari kajian ini dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis baik oleh pelaku usaha, petani maupun pemerintah daerah. Selain itu dapat menjadi acuan dalam meningkatkan nilai tambah produk durian lokal baik melalui inovasi produk pengemasan maupun ekspansi pasar. Pemetaan preferensi konsumen terhadap durian lokal dan impor dapat menjadi tolak ukur bagi pengembangan produk pertanian berbasis kebutuhan pasar. Dan meningkatkan strategi pemasaran yang baik agar durian lokal dapat lebih unggul dibandingkan durian impor di pasar internasional.

Hasil penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana konsumen puas terhadap masing-masing jenis durian serta faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Kajian terdahulu hanya melakukan kajian mencakup satu topik yang diangkat sedangkan dalam kajian ini mengangkat 2 jenis durian untuk dijadikan satu dalam pembahasan, variabel yang digunakan juga memiliki perbedaan dari kajian terdahulu, tujuan dari kajian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada durian lokal dan durian impor di Desa Mendalanwangi kecamatan Wagir, Kabupaten Malang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengembangkan durian lokal di Desa Mendalanwangi Kecamatan Wagir Kabupaten Malang yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen?
2. Bagaimana strategi pemasaran durian lokal agar dapat berkembang dan bersaing dengan durian impor?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengembangkan durian lokal di Desa Mendalanwangi Kecamatan Wagir Kabupaten Malang yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
2. Mengidentifikasi strategi pemasaran durian lokal agar dapat berkembang dan bersaing dengan durian impor?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk petani dan pelaku usaha : dapat dijadikan penyusunan strategi pemasaran yang tepat guna dan meningkatkan daya saing lokal serta menentukan gambaran dan informasi manajemen bisnis buah durian.
2. Bagi masyarakat : memberikan informasi serta pengetahuan tambahan mengenai kelebihan dan kekurangan buah durian lokal dan buah durian impor.
3. Bagi peneliti lainnya : memberikan informasi serta pengetahuan tambahan dan untuk referensi untuk melakukan kajian lebih lanjut.

1.5 Definisi Operasional

1. Konsumen merupakan pengguna barang atau jasa yang ada di sediakan masyarakat untuk digunakan sendiri, orang lain maupun untuk makhluk hidup lain
2. Definisi kepuasan konsumen adalah bentuk tingkat penerimaan yang sesuai dengan harapan pengguna produk atau jasa.
3. Durian (*Durio zibethinus Murr.*) yaitu tanaman dari buah tropis yang memiliki rasa, aroma da tektur yang khas. Berduri dan berbentuk bulat lonjong.
4. Durian impor Durian yang didatangkan dari luar negeri melalui jalur perdagangan internasional
5. Responden merupakan konsumen akhir yang membeli dan konsumsi buah.
6. Usia adalah umur seseorang yang dihitung berdasarkan tahun kelahiran.

7. Pekerjaan adalah kegiatan yang menghasilkan uang. Baik sebagai wiraswasta, pelajar/mahasiswa, pegawai negeri dan lainnya.
8. Strategi adalah rencana jangka panjang implementasi rencana. Secara tradisional, strategi adalah rencana jangka panjang yang didasarkan pada rencana implementasi rencana.
9. Strategi pemasaran adalah rencana komprehensif yang digunakan perusahaan atau bisnis usaha untuk mencapai tujuan pemasaran termasuk promosi produk, penetapan harga, distribusi dan layanan pelanggan.
10. Kekuatan (*Strengths*) adalah aspek internal yang menguntungkan, yaitu kelebihan atau sumber daya yang dimiliki oleh organisasi atau proyek.
11. Kelemahan (*Weakness*) adalah aspek internal yang merugikan, yaitu kekurangan atau keterbatasan yang dimiliki oleh organisasi atau proyek.
12. Peluang (*Opportunities*) adalah aspek eksternal yang menguntungkan, yaitu kesempatan atau peluang yang dapat dimanfaatkan oleh sebuah usaha, organisasi atau proyek.
13. Ancaman (*Threats*) adalah aspek eksternal yang merugikan, yaitu tantangan atau hambatan yang mungkin terjadi di lingkungan sekitar yang dapat mengancam organisasi atau proyek.