

Idiotipe Durian Nasional Berdasarkan Preferensi Konsumen

Santoso, P. J., Novaril, M. Jawal A. S., T. Wahyudi, dan A. Hasyim

Balai Penelitian Tanaman Buah Tropika, Jl. Raya Solok-Aripan Km.8, Solok 27301

Naskah diterima tanggal 2 Januari 2008 dan disetujui untuk diterbitkan tanggal 5 Februari 2008

ABSTRAK. Survei untuk menetapkan karakter idiotipe durian nasional berdasarkan preferensi konsumen terhadap karakter fisik dan citarasa (biofisik) dilakukan dari bulan November 2005 sampai Oktober 2006 di 7 provinsi, yaitu DKI Jakarta, Banten, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Sumatera Barat, dan Kalimantan Tengah. Sampel dipilih menggunakan kaidah *purposive random sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran angket dan wawancara terhadap 430 responden yang terdiri atas pegawai negeri sipil dan pensiunan, karyawan dan wiraswasta, pedagang buah, pekebun, penangkar bibit, pelajar, dan ibu rumah tangga. Hasil survei menunjukkan bahwa karakter biofisik dominan yang menjadi penentu responden memilih durian adalah ukuran buah sedang (1,6-2,5 kg), aroma kuat, daging tebal bertekstur lembut kering (pulen), dan rasanya manis legit, sedangkan bentuk buah lonjong, warna kulit hijau coklat, panjang duri sedang, warna daging kuning, serta biji berukuran kecil diidentifikasi sebagai karakter pendamping. Karakter-karakter biofisik dominan tersebut menggambarkan suatu karakter idiotipe durian nasional. Karakter ini disarankan sebagai acuan bagi pekebun dalam memilih varietas durian yang akan dikembangkan dan bagi pemulia tanaman durian untuk merakit atau menyeleksi varietas unggul baru.

Katakunci: *Durio zibethinus*; Idiotipe; Karakter biofisik; Konsumen; Preferensi

ABSTRACT. Santoso, P. J., Novaril, M. Jawal A. S., T. Wahyudi, and A. Hasyim. 2008. **Idiotype of National Durian Based On Consumer's Preference.** A survey to determine idiotype characters of Indonesian durian based on consumer's preference on fruit biophysic was conducted from November 2005 to October 2006 in 7 provinces of North Sumatera, West Sumatera, DKI Jakarta, Banten, West Java, East Java, and Central Kalimantan. Samples were determined using *purposive random sampling*. Data was collected through questioner distribution and interview on 430 respondents consisted of active and retirement government official, functionary and entrepreneur, durian trader, grower, nurseryman, student, and housewife. The results indicated that the predominant biophysic characters driving consumer to pick durian which denoting the idiotype of current Indonesian durian were medium fruit size (1,6-2,5 kg), strong aroma, thick flesh, fatty flesh texture, and deep-sweet flesh taste. Meanwhile, oblong shape, green brownish skin, medium spine, yellow aril, and small seeds are identified as co-idiotype characters. This idiotype was predicted persistent for next 10-20 years. It is, therefore, recommended as guidance for grower to choose the available durian varieties to be planted, and for durian breeder to establish or select new superior varieties.

Keywords: *Durio zibethinus*; Idiotype; Biophysic character; Consumers; Preference

Durian (*Durio zibethinus* Murr.) merupakan tanaman buah tropika yang sangat populer dan dijuluki sebagai raja buah. Durian merupakan salah satu jenis buah-buahan yang bergizi tinggi dan mempunyai peluang besar untuk dikembangkan. Selain mempunyai aroma yang khas dan berasa lezat, buah durian juga mempunyai kandungan gizi yang relatif lengkap dibandingkan buah-buahan lainnya. Setiap 100 g buah durian mengandung energi 150 kkal, protein (2,9 g), lemak (3,8 g), Ca (49 mg), Fe (2,0 mg), vitamin A (8,0 mg), β -karoten (46 IU), vitamin C (25-62 mg bergantung varietas), dan 8 jenis asam amino termasuk metionin dan lisin. Di samping dikonsumsi segar, durian juga dapat diproses menjadi beberapa produk olahan, seperti keripik, dodol (lempuk), permen, dan bahan perisa, dalam

bentuk tepung digunakan untuk es krim, biskuit, cake, dan sebagainya (Brown 1997).

Peluang pasar durian masih terbuka baik dalam negeri maupun ekspor. Di dalam negeri berdasarkan data produksi nasional, pada tahun 2003 tingkat konsumsi durian masih sekitar 1,61 kg per kapita (Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura 2004), sehingga masih berpeluang untuk ditingkatkan lebih dari 2 kali lipat. Angka tingkat konsumsi ini sangat bergantung pada fluktuasi produksi dalam negeri yang relatif tidak stabil, yang menunjukkan adanya peluang pasar terutama bagi konsumen-konsumen baru di daerah nonsentra dengan cara meningkatkan produksi dan distribusi yang lebih luas dan kontinyu. Peluang pasar ekspor juga masih terbuka, contohnya pasar China dengan penduduk 1,3 milyar yang

memiliki kedekatan etnis dengan warga Tionghoa yang merupakan konsumen durian yang cukup dominan di Indonesia.

Agribisnis durian di Indonesia menghadapi permasalahan dengan jaminan kualitas. Masyarakat mengakui sulit mendapatkan durian lokal di pasar yang terjamin kualitasnya. Namun demikian, bukan berarti Indonesia tidak memiliki durian berkualitas, tetapi hal ini lebih disebabkan oleh mayoritas buah yang beredar di pasar berasal dari tanaman pekarangan yang tumbuh dari biji, dan tidak diketahui varietasnya (Rais dan Wahyudi 1991). Hal ini menjadikan citra durian nasional menjadi rendah dan menyebabkan kalangan tertentu lebih memilih durian impor yang lebih terjamin kualitasnya, padahal durian lokal yang kualitasnya terjamin, harganya bisa jauh melebihi durian impor (Basri, komunikasi pribadi).

Untuk meningkatkan kualitas durian nasional, pemerintah telah melepas sebanyak 53 varietas durian unggul nasional sejak tahun 1984 sampai 2006 (Sub Direktorat Benih dan Sarana Produksi, komunikasi pribadi), tetapi upaya ini belum memberikan pengaruh yang kongkrit terhadap peningkatan mutu buah durian nasional. Hal ini ditengarai karena belum diketahui varietas mana yang benar-benar diminati konsumen serta belum maksimalnya upaya pengembangan setelah pelepasan varietas.

Pekebun harus lebih jeli dalam memilih varietas durian yang disukai konsumen, karena gejala kerugian yang timbul akibat ketidaktepatan pemilihan tersebut baru tampak pada waktu yang lama, sehingga merugikan petani maupun pengusaha. Langkah awal untuk mengatasi kendala tersebut adalah merumuskan karakter idiotipe yang sesuai dengan permintaan pasar dan menguntungkan bagi petani produsen serta pedagang.

Karakter idiotipe secara harfiah diartikan sebagai satu bentuk atau model yang menggambarkan suatu ide. Sejauh ini konsep idiotipe digunakan secara umum oleh pemulia tanaman untuk menggambarkan model tanaman yang akan menjadi target program pemuliaan. Sebuah idiotipe menggambarkan secara terperinci atribut ideal dari tanaman untuk tujuan tertentu (Raintree 1991), bisa berupa kualitas produk (Soetiarso dan Majawisastra 1994, Soetiarso

et al. 1995, Nurmalinga *et al.* 1999, Ameriana *et al.* 1999) atau konsumen tertentu (Ameriana *et al.* 1991, Soetiarso *et al.* 1993, Ameriana 1995, Soetiarso dan Marpaung 1995), juga produsen maupun pedagang. Idiotipe juga dapat menggambarkan fungsi waktu dan keamanan pangan (Ameriana 2006).

Karakter idiotipe penting sebagai dasar bagi kegiatan pengembangan durian secara nasional maupun untuk kegiatan seleksi dan perbaikan varietas (Purnomo *et al.* 1996, Rebin *et al.* 2002). Atribut produk harus selalu diupayakan berada di depan preferensi konsumen, atau paling tidak sejajar dengan preferensi konsumen (Sururi 1999). Penentuan karakter idiotipe suatu tanaman merupakan kegiatan integratif antara aspek sosial-ekonomi dan tujuan pemuliaan tanaman. Hasil rumusannya merupakan acuan bagi para pemulia tanaman dalam merakit varietas unggul baru yang sesuai dengan preferensi mayoritas konsumen, sehingga produknya dapat diterima oleh pasar. Oleh karena itu, penentuannya didasarkan pada kenyataan pilihan konsumen terhadap karakter tertentu dan prediksi selera konsumen di masa depan.

Tujuan dari survei ini adalah untuk merumuskan idiotipe durian nasional berdasarkan selera konsumen terhadap karakter fisik dan citarasa (biofisik) buah durian.

BAHAN DAN METODE

Penelitian preferensi konsumen dilaksanakan menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan angket disertai wawancara. Survei dilakukan pada bulan November 2005 sampai Oktober 2006 di 7 provinsi, yaitu DKI Jakarta, Banten, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Sumatera Barat, dan Kalimantan Tengah. Khusus lokasi Jawa Barat, responden merupakan peserta lokakarya Temu Pelaku Agribisnis Buah Durian pada tanggal 28-29 November 2005 di Jakarta.

Pemilihan lokasi ini dianggap dapat mewakili variasi karakter durian, karena semua lokasi merupakan sentra durian tradisional yang bersifat turun temurun dan multivarietas. Satu lokasi, yaitu DKI Jakarta merupakan tujuan utama pemasaran durian dari sentra produksi di Jawa dan Sumatera. Satu survei juga dilakukan terhadap

peserta lokakarya di Jawa Barat untuk melihat respons dari kalangan pengambil kebijakan dan komunitas pegamat buah.

Sampel responden dipilih secara acak (*purposive random sampling*) terhadap 430 responden di 7 lokasi yang telah ditentukan. Responden terdiri atas pegawai negeri sipil dan pensiunan 79 orang, karyawan dan wiraswasta 127 orang, pedagang buah (saat survei sedang berjualan durian) 130 orang, pekebun dan penangkar bibit 43 orang, pelajar 35 orang, dan ibu rumah tangga 16 orang. Tipologi responden ditampilkan pada Tabel 1. Umur responden berkisar 16-72 tahun.

Selera konsumen merupakan target utama informasi yang digali dari survei ini, sehingga di samping konsumen umum, pedagang buah, dan pekebun durian merupakan responden yang penting karena merupakan pihak yang berhubungan langsung dengan konsumen dan buah durian. Setiap anggota dari kedua kelompok responden ini dapat mewakili sejumlah konsumen.

Informasi yang ingin digali dari responden terdiri atas 10 karakter biofisik buah durian, yaitu bentuk buah, ukuran buah, warna kulit buah, panjang duri, aroma, warna daging, tekstur daging, ketebalan daging, ukuran biji, dan rasa buah. Daftar informasi yang ingin digali disusun dalam bentuk kuesioner tertutup dengan masing-masing karakter dibagi ke dalam kategori

berdasarkan keadaan umum yang biasa menjadi perhatian konsumen dalam memilih durian, yakni bentuk buah terdiri atas kategori bulat, bulat telur, lonjong, dan jantung; ukuran buah terdiri atas kategori kecil ($\leq 1,5$ kg), sedang (1,6-2,5 kg), besar (2,6-3,5 kg), dan ekstra besar ($\geq 3,6$ kg); warna kulit terdiri atas kategori hijau muda, hijau tua, hijau coklat, dan coklat tua; panjang duri terdiri atas kategori tidak berduri s/d sangat pendek (< 5 mm), pendek (5-10mm), sedang (11-15 mm), dan panjang (> 15 mm); aroma/bau terdiri atas kategori kuat, sedang, lembut, dan tak berbau; warna daging terdiri atas kategori putih-krem, kuning muda, kuning tua, dan merah; tekstur daging terdiri atas kategori lembut basah, lembut kering, berkrim, dan berserat; ketebalan daging terdiri atas kategori tebal (> 10 mm), sedang (5-10 mm), dan tipis (< 5 mm); ukuran biji terdiri atas kategori besar (> 25 g), sedang (16-25 g), kecil (< 16 g), dan kempes; serta rasa buah terdiri atas kategori manis-pahit, manis-legit, manis-sedang, dan kurang-manis.

Hasil survei dianalisis secara deskriptif menjelaskan jumlah responden yang memilih suatu kategori karakter durian yang digambarkan menggunakan tabel dan histogram sebagai dasar untuk menyusun 1 set data karakter idiotipe durian nasional. Penentuan dominansi 1 kategori karakter terhadap kategori yang lain didasarkan pada persentase preferensi responden.

Tabel 1. Tipologi responden pada survei preferensi konsumen durian (*Typical of respondents for durian consumer's preference survey*)

Kelompok responden (<i>Respondent group</i>)	Jumlah responden di masing-masing lokasi survei (<i>Number of respondents in each location of survey</i>)							Jumlah (<i>Total</i>)
	Sumut	Sumbar	Jakarta	Banten	Jabar	Jatim	Kalteng	
PNS dan pensiunan (<i>Active and retire government official</i>)	29	2	1	7	25	12	3	79
Karyawan dan wiraswasta (<i>Functionary and entrepreneur</i>)	47	15	24	10	0	14	17	127
Pedagang durian (<i>Durian trader</i>)	0	11	64	12	1	17	25	130
Pekebun dan penangkar bibit durian (<i>Durian farmer and nurseryman</i>)	5	2	0	20	13	3	0	43
Pelajar (<i>Student</i>)	30	2	0	1	0	2	0	35
Ibu rumah tangga (<i>Housewife</i>)	6	2	4	0	0	1	3	16
Jumlah (<i>Total</i>)	117	34	93	50	39	49	48	430

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selera konsumen terhadap karakter biofisik buah durian secara umum berbeda antara 1 lokasi dengan lokasi lain, kecuali pada karakter tekstur daging buah, di mana responden dari semua lokasi survei menyukai daging buah yang lembut dan kering atau pulen (Tabel 2).

Selera yang berbeda ini disebabkan karena masing-masing atribut karakter biofisik memiliki arti atau hubungan terhadap atribut sosio-ekonomi yang berbeda pada setiap kelompok masyarakat. Perbedaan ini juga dapat berlaku pada strata tertentu dari masyarakat walaupun masih dalam 1 kelompok sosial (Raintree 1991). Sebagai contoh di Jakarta, mayoritas responden menyukai ukuran buah yang besar. Hal ini diduga berhubungan dengan tingkat daya beli responden di Jakarta yang jelas lebih tinggi dibandingkan di lokasi lain yang di survei. Demikian juga responden di Sumatera Utara yang lebih menyukai rasa yang manis-pahit, sementara responden di 6 lokasi survei lain memilih rasa manis-legit. Pilihan rasa ini diduga berhubungan dengan lokasi ini sebagai sentra durian terbesar di Indonesia, sehingga masyarakatnya sudah terbiasa makan durian dalam jumlah banyak atau kebiasaan sebagian masyarakat Sumatera Utara minum tuak yang memiliki kesan rasa alkohol yang pahit.

Sebagaimana selera konsumen yang senantiasa berubah, maka idiotipe juga berubah mengiringinya. Untuk memprediksi selera konsumen durian 10-20 tahun ke depan, perlu diketahui sejauh mana kecenderungan perbedaan di antara generasi konsumen durian. Preferensi konsumen durian berdasarkan umur responden ditampilkan pada Gambar 1.

Dari Gambar 1 dapat diketahui bahwa selera konsumen berumur ≤ 30 tahun, 31-40 tahun, dan >40 tahun menunjukkan tingkat yang relatif sama pada kesepuluh karakter biofisik buah durian. Berdasarkan kenyataan ini, dapat diprediksi bahwa dalam kurun waktu 10-20 tahun mendatang, selera konsumen terhadap durian masih tetap.

Dalam merumuskan idiotipe, tidak dapat dihindari untuk memperhatikan selera rerata dari semua responden terhadap atribut buah durian.

Karena idiotipe merupakan 1 acuan yang berlaku umum untuk memberikan ciri khas bagi produk secara nasional. Preferensi konsumen durian secara umum ditampilkan pada Gambar 2.

Dari Gambar 2 dapat diketahui karakter biofisik dominan yang menjadi penentu responden memilih durian, yaitu ukuran buah sedang (1,6-2,5 kg), aroma kuat, daging tebal bertekstur pulen, dan rasanya manis legit.

Ukuran buah merupakan karakter yang menjadi atribut pertama yang diperhatikan bagi pembeli durian. Karena ukuran buah berhubungan dengan harga dan jumlah bagian yang bisa dimakan. Konsumen yang beranggota keluarga besar dan memiliki daya beli tinggi akan membeli durian yang berukuran besar, sebaliknya bagi konsumen yang sekedar ingin mencicipi atau untuk keperluan sendiri akan memilih durian yang relatif kecil, demikian juga konsumen yang memiliki anggota keluarga kecil.

Aroma merupakan salah satu ciri khas yang melekat pada durian dan sekaligus menjadi daya pikat bagi konsumen yang menyukai durian, sebaliknya merupakan suatu siksaan tersendiri bagi mereka yang tidak menyukai durian. Aroma juga menjadi ciri penting untuk menentukan kematangan durian. Secara umum responden menyukai aroma yang kuat, hal ini dimungkinkan karena responden yang menjadi target pemilihan merupakan responden yang menyukai durian.

Dari semua karakter biofisik durian, karakter daging buah yang tebal, bertekstur lembut, kering (pulen), serta rasa yang manis legit merupakan target utama bagi setiap konsumen dalam membeli durian. Sebagian konsumen juga berpendapat bahwa tampilan luar berhubungan dengan karakter daging buah, namun demikian pendapat ini tidak selalu benar. Berdasarkan hasil survei, ternyata daging buah yang tebal dan bertekstur lembut, kering, serta rasa yang manis legit merupakan ciri yang paling banyak dikehendaki oleh konsumen.

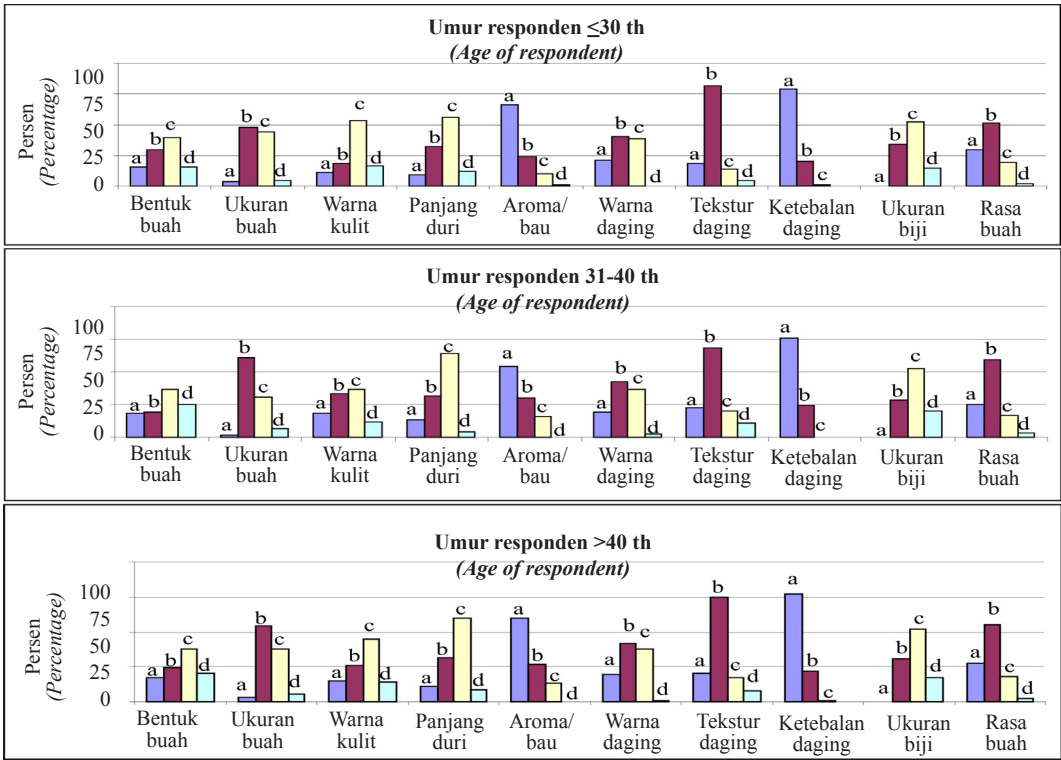
Walaupun tidak melebihi 50%, beberapa karakter biofisik durian yang juga diminati responden, antara lain bentuk buah lonjong, warna kulit hijau coklat, panjang duri sedang, warna daging kuning, serta biji berukuran kecil.

Tabel 2. Preferensi konsumen terhadap buah durian di 7 lokasi survei (Consumer's preference to durian in 7 survey locations)

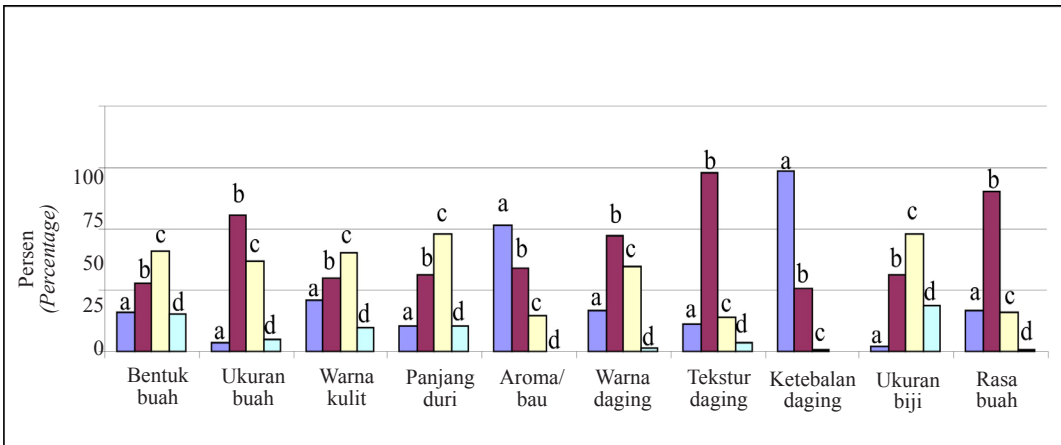
Karakter biofisik (<i>Biophysical character</i>)	Preferensi konsumen di masing-masing lokasi survei (<i>Consumer's preference in each survey location</i>), %						
	Sumut	Sumbar	Jakarta	Banten	Jabar	Jatim	Kalteng
Bentuk buah (<i>Fruit shape</i>):							
Bulat (<i>Round</i>)	11,86	5,56	29,70	6,25	30,00	19,61	10,20
Bulat telur (<i>Oval</i>)	27,12	22,22	10,89	20,83	42,50*	19,61	48,98*
Lonjong (<i>Oblong</i>)	33,90*	50,00*	50,50**	45,83*	27,50	37,25*	40,82
Jantung (<i>Heart-shape</i>)	27,12	22,22	8,91	27,08	0,00	23,53	0,00
Ukuran buah (<i>Fruit size</i>):							
Kecil (<i>Small</i>) ≤ 1,5 kg	3,23	0,00	4,90	0,00	2,50	4,00	8,16
Sedang (<i>Medium</i>) 1,6 – 2,5 kg	55,65**	85,71**	35,29	46,00*	60,00**	48,00*	57,14**
Besar (<i>Large</i>) 2,6 – 3,5 kg	37,90	11,43	54,90*	42,00	32,50	42,00	34,69
Ekstra (<i>Extra large</i>) ≥ 3,6 kg	3,23	2,86	4,90	12,00	5,00	6,00	0,00
Warna kulit (<i>Skin color</i>):							
Hijau muda (<i>Light green</i>)	10,83	75,00**	3,00	14,00	16,70	2,00	22,00
Hijau tua (<i>Dark green</i>)	23,33	11,11	33,00	38,00	38,90	14,00	50,00*
Hijau coklat (<i>Green brownish</i>)	52,50**	13,89	48,00*	46,00*	41,70*	52,00**	26,00
Coklat tua (<i>Dark brown</i>)	13,33	0,00	16,00	2,00	2,70	32,00	2,00
Panjang duri (<i>Thorn length</i>):							
Tidak berduri s/d sangat pendek (<i>Thornless to very short</i>) <5mm	6,84	0,00	5,32	38,00	13,50	4,08	6,12
Pendek (<i>Short</i>) 5-10mm	30,77	19,44	34,04	40,00*	37,80	40,82*	14,29
Sedang (<i>Medium</i>) 11-15mm	49,57*	69,44**	59,57**	16,00	45,90	38,78	55,10**
Panjang (<i>Long</i>) >15mm	12,82	11,11	1,06	6,00	2,70	16,33	24,49
Bau/Aroma (<i>Odor</i>):							
Kuat (<i>Strong</i>)	61,79**	8,33	76,53**	60,00**	29,70	71,43**	54,00**
Sedang (<i>Medium</i>)	25,20	83,33**	18,37	30,00	37,80*	20,41	22,00
Lembut (<i>Soft</i>)	12,20	8,33	5,10	10,00	32,40	8,16	24,00
Tak berbau (<i>Odorless</i>)	0,81	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Warna daging (<i>Flesh color</i>):							
Putih – krem (<i>White to cream</i>)	18,49	0,00	20,79	12,24	10,50	32,65	22,00
Kuning muda (<i>Light yellow</i>)	26,89	85,71**	36,63	51,02**	47,40*	46,94*	36,00
Kuning tua (<i>Dark yellow</i>)	54,62**	14,29	40,59*	36,73	36,80	20,41	40,00*
Merah (<i>Red</i>)	0,00	0,00	1,98	0,00	5,30	0,00	2,00
Tekstur daging (<i>Flesh texture</i>):							
Lembut basah (<i>Soft wet</i>)	14,29	0,00	9,09	4,26	2,50	25,53	20,83
Lembut kering/pulen (<i>Soft dry/firm</i>)	67,23**	72,22**	82,83**	78,72**	92,50**	55,32**	62,50**
Berkrim (<i>Creamy</i>)	10,08	25,00	5,05	17,02	2,50	19,15	16,67
Berserat (<i>Fibery</i>)	8,40	2,78	3,03	0,00	2,50	4,26	2,08
Ketebalan daging (<i>Flesh thickness</i>):							
Tebal (<i>Thick</i>) > 10mm	87,18**	33,33	68,54**	97,50**	80,00**	75,51**	71,43**
Sedang (<i>Medium</i>) 5-10mm	12,82	66,67**	26,97	2,50	20,00	22,45	28,57
Tipis (<i>Thin</i>) < 5mm	0,00	0,00	4,49	0,00		2,04	0,00
Ukuran biji (<i>Seed size</i>):							
Besar (<i>Large</i>) >25 g	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00	6,12	4,00
Sedang (<i>Medium</i>) 16-25 g	26,05	64,86**	31,25	4,26	13,20	30,61	48,00*
Kecil (<i>Small</i>) <16 g	44,54*	21,62	62,5**	51,06**	50,00*	59,18**	48,00*
Kempes (<i>Wrinkle</i>)	29,41	13,51	3,13	44,68	36,80	4,08	0,00
Rasa (<i>Taste</i>):							
Manis-pahit (<i>Sweet bitter</i>)	57,14**	8,33	5,05	14,89	7,80	4,44	20,00
Manis-legit (<i>Very sweet</i>)	24,37	69,44**	85,86**	76,60**	69,30**	68,89**	62,00**
Manis-sedang (<i>Sweet</i>)	18,49	22,22	9,09	8,51	7,30	26,67	18,00
Kurang-manis (<i>Sweetless</i>)	0,00	0,00	0,00	0,00	2,60	0,00	0,00

* = Menunjukkan nilai preferensi konsumen yang tertinggi pada setiap karakter biofisik durian
(*Shows the highest value of consumer's preference on each durian biophysical character*)

= Menunjukkan nilai preferensi konsumen yang melebihi 50% dari total responden



Gambar 1. Preferensi konsumen durian berdasarkan umur responden (*Consumers' preference to durian based on age of respondent*)



Gambar 2. Preferensi rerata konsumen terhadap karakter biofisik buah durian (*Average of consumers' preference to biophysical characters of durian*)

Karakter-karakter ini perlu juga menjadi perhatian bagi pekebun apabila memilih varietas yang akan ditanam, demikian juga bagi para pemulia tanaman durian dalam melakukan kegiatan seleksi maupun perbaikan varietas tanaman durian.

KESIMPULAN

1. Karakter biofisik dominan penentu responden memilih durian yang menggambarkan idiotipe durian nasional saat ini adalah ukuran buah sedang, aroma kuat, daging tebal bertekstur lembut kering, dan rasanya manis legit. Karakter lain yang juga cukup penting untuk diperhatikan adalah bentuk buah lonjong, warna kulit hijau coklat, panjang duri sedang, warna daging kuning, serta biji berukuran kecil.
2. Selera konsumen secara umum berbeda di antara satu lokasi dengan lokasi lain, tetapi tidak dipengaruhi oleh strata umur. Diprediksi dalam kurun 10-20 tahun ke depan idiotipe durian masih tidak berubah.
3. Karakter idiotipe ini disarankan sebagai acuan bagi pekebun dalam memilih varietas durian yang akan dikembangkan, dan bagi pemulia tanaman durian untuk merakit atau seleksi varietas unggul baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada sdr. Anang W., Asran H., Mujiman, Rina Yanti, H. Cahyono, Samirono, T. Rukmana, M. Sugeng, S. Bachri, Novika, Suwiknyo, I. Mora dan Nurmasariani yang telah membantu pelaksanaan survei.

PUSTAKA

1. Ameriana, M., R. Majawisastra, dan R.S. Basuki, 1991. Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Bawang Merah (*Allium ascolanicum*). *Bul. Penel. Hort.* XX(1):55-64.

2. _____. 1995. Persepsi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Tomat Buah (Studi Kasus di Kotamadya Bandung). *Bul. Penel. Hort.* XXVII(4):1-7.
3. _____, W. Adiyoga, dan T.A. Soetiarso. 1999. Ketersediaan untuk Membayar Komoditas Sayuran dalam Kaitannya dengan Kualitas Produk dan Karakteristik Konsumen. *J. Hort.* 9(3):243-248.
4. _____. 2006. Ketersediaan Konsumen Membayar Premium untuk Tomat Aman Residu Pesticida. *J. Hort.* 16(2):165-175
5. Brown, M. J. 1997. *Durio-A Bibliographic Review*. In R. K. Arora, V. R. Rao and A. N. Rao. (Eds.). IPGRI Office for South Asia, New Delhi. 188 Hlm.
6. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura, Departemen Pertanian. 2004. *Himbauan untuk Perlindungan Usaha Agribisnis Buah Dalam Negeri*. 28 Hlm.
7. Nurmalinda, D. Widyastoeti, L. Marpaung, dan D. Musadad. 1999. Preferensi Konsumen terhadap Bunga Anggrek Potong di Jakarta. *J. Hort.* 9(2):146-152.
8. Purnomo, S., S. Handajani, dan S. Hosni. 1996. Penentuan Kriteria dan Seleksi Kultivar Mangga Produktif. *J. Hort.* 6(4):325-334.
9. Raintree, John B. 1991. FAO Corporate Document Repository, Chapter 2: Socioeconomic Attributes of Trees and Tree Planting Practices. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/docrep/006/u4375e/ U4375E00.HTM>. Diakses tanggal 21 Agustus 2006.
10. Rais, M. dan T. Wahjudi. 1991. Kajian Pemasaran dan Usahatani Buah Durian Di Sumatera Barat. *Penel. Hort.* 4(2):85-89.
11. Rebin, S. Purnomo, S. Hosni, dan A.R. Effendy. 2002. Evaluasi dan Seleksi Varietas Mangga Koleksi di Cukurgondang untuk Karakter Unggul Mutu Buah dan Efisiensi Lahan. *J. Hort.* 12(1):1-10.
12. Soetiarso, T.A., R. Suherman, dan R. Majawisastra. 1993. Preferensi Konsumen Hotel terhadap Kualitas Kentang (*Solanum tuberosum L.*). *Bul. Penel. Hort.* XXV(2):30-37.
13. _____. dan R. Majawisastra. 1994. Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Cabai Merah. *Bul. Penel. Hort.* XXVII(1):61-73.
14. _____, R. Majawisastra, dan Y. Kusandriany. 1995. Idiotipe Buah Cabai Merah Sesuai dengan Preferensi Konsumen Restoran. *Bul. Penel. Hort.* XXVII (3):66-75.
15. _____. dan L. Marpaung. 1995. Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Kualitas Kacang Panjang. *J. Hort.* 5(3):46-52.
16. Sururi, 1999. *Rekayasa Keunggulan Bersaing di Era Paradigma Baru Preferensi Konsumen*. *J. Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 2(1):9-17.